



Комитет по образованию
Санкт-Петербургское государственное автономное
профессиональное образовательное учреждение
«Колледж туризма и гостиничного сервиса»
Ресурсный центр

**ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ
КАК ФУНДАМЕНТ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ
ЭКОНОМИКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
В ДОЛГОСРОЧНОЙ ПЕРСПЕКТИВЕ**

Сборник материалов
VI Городской студенческой научно-практической конференции
2016 г

Санкт-Петербург
2016

ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ КАК ФУНДАМЕНТ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В ДОЛГОСРОЧНОЙ ПЕРСПЕКТИВЕ

Шестая городская студенческая научно-практическая конференция организована и проведена Ресурсным центром подготовки специалистов Санкт-Петербурга при поддержке Комитета по образованию Санкт-Петербурга и Санкт-Петербургской Академии постдипломного педагогического образования на отделении «Туризм» Колледжа туризма Санкт-Петербурга 23 ноября 2016 г.

Данный выпуск является сборником материалов шестой городской студенческой научно-практической конференции 2016 г. В сборник включены работы студентов Колледжа туризма Санкт-Петербурга, отделений: Коммерция и строительство, Ресторанный сервис, Туризм, Гостиничный сервис; Колледжа кулинарного мастерства; Колледжа «Звездный»; Петродворцового колледжа и Санкт-Петербургского института гостеприимства.

Сборник адресован педагогическим работникам и студентам профессиональных образовательных организаций среднего профессионального образования.

Сборник охватывает широкий спектр тем, связанных с популяризацией различных профессий и специальностей, автоматизацией технологических процессов, профессиональными стандартами, движением Worldskills Russia, инновационными технологиями в профессиональном становлении конкурентоспособных специалистов.

Составители:

Барышева Г.Н., заведующая ресурсным центром

Колледжа туризма Санкт-Петербурга

Миланов А.В., заместитель директора по методической работе

Колледжа туризма Санкт-Петербурга

Тема инновационной образовательной программы ресурсного центра подготовки специалистов Санкт-Петербурга «Организационно-методические основы разработки образовательной программы среднего профессионального образования на основе профессиональных стандартов в рамках сетевого взаимодействия».

Шестая городская студенческая научно-практическая конференция «Профессиональное образование как фундамент инновационного развития экономики Российской Федерации в долгосрочной перспективе» проводилась в целях активизации работы по развитию научно-исследовательского потенциала обучающихся, популяризации профессий и специальностей в соответствии требованиями профессионального сообщества, профессиональных стандартов, стандартов WorldSkills, формирования профессиональных информационно-коммуникационных компетенций, привлечения внимания у обучающихся и преподавателей к использованию современных достижений науки и техники, привлечения студентов к учебно-исследовательской работе.

Тема данной конференции, безусловно, актуальна, поскольку в настоящее время серьезное внимание уделяется повышению престижа рабочих профессий и подготовки высококвалифицированных специалистов.

После введения санкций, объявления эмбарго, падения мировых цен на нефть, стало очевидно, что Российской экономике необходима диверсификация. При этом квалифицированные специалисты с высокими профессиональными навыками и компетенциями являются движущей силой интенсификации экономики Российской Федерации. В своем послании к Федеральному Собранию президент задал направление, в котором в последние годы весьма успешно движется среднее профессиональное образование: «Важным показателем эффективности изменений в профессиональном образовании должны стать результаты конкурсов по рабочим и инженерным профессиям».

РАЗДЕЛ I
ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ СТАНДАРТОВ,
ДВИЖЕНИЯ WORLDSKILLS И ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ
В ПРОФЕССИОНАЛЬНОМ СТАНОВЛЕНИИ
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОГО СПЕЦИАЛИСТА

ИНТЕНСИФИКАЦИЯ РАЗВИТИЯ НОВЫХ НАПРАВЛЕНИЙ В
ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ, САМОПОДЪЕМНЫЕ ОПАЛУБКИ КАК
ОСНОВА ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ
И ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ ТРУДА

Студент: Ананьев Виталий

Преподаватель-консультант:

Розанцева Надежда Владимировна.

Колледж туризма Санкт-Петербурга

В сложившихся экономических условиях, процессы производства строительно-монтажных работ на строительных объектах как никогда нуждаются во внедрении новых экономически обоснованных технологий способствующих интенсификации строительного производства, снижению стоимости с непрерывным повышением качества производимых работ.

Все опалубки обзываются «универсальными», хотя такими не являются. Везде необходимо применять доборы, а на площадке этот процесс не так прост как в видеороликах, предлагаемых производителями. Произведенный анализ и прослеженная динамика интенсификации производства строительно - монтажных работ позволили выявить из существующих технологий монтажа наиболее прогрессивные технологии производства работ с применением технологии самоподъемных и скользящих опалубок, имеющих единственный соединительный элемент - замок BFD- обеспечивающий легкое и быстрое соединение щитов. Достоинствами самоподъемных опалубок также являются: быстрый темп за счет подъема системы гидравлическим механизмом, и независимость от погодных условий

Интенсификация производства, и решение нестандартных архитектурных решений, потребовали решения вопросов подачи бетонной смеси на высоту. Подача бетона на существенную высоту – очень сложная задача. Руками укладывать строительную смесь, поданную с помощью люлек, на высоте более 50 метров сложно и долго, и не всегда безопасно, поэтому специалисты постоянно разрабатывали способы работы с ней. Теперь

бетон насосом подается на любой этаж и на любое расстояние, но большинство марок бетона требует последующего уплотнения.

Для монолитного высотного домостроения требовался бетон марок М500- М1500, но все равно долгое время сохранялись проблемы с необходимостью уплотнения бетонной смеси и достижения бетоном высоких прочностных характеристик.

Зарубежные производители решают этот вопрос за счет наращивания процентной массы содержания бетонной массы для повышения прочностных свойств, но они обладают высокой стоимостью, что не позволяло выполнить работы при строительстве Лахта –Центра.

Интенсификация развития высотного домостроения потребовала решения вопроса о разработке бетонной смеси обладающей эффектом самоуплотнения достигаемой за счет совместного использования высокоэффективных суперпластификаторов и минеральных добавок, и была внедрена Российская разработка.. В основе данной технологии не только применение прогрессивного способа производства работ, но и использование бетонных смесей с высокой удобоукладываемостью.

Самоуплотняющийся бетон (по международной терминологии — Self-Compacting Concrete [SCC]) является одной из современных разновидностей бетона, бурно развивающегося в последние десятилетия. Этот бетон способен уплотняться практически без внешнего воздействия под действием собственного веса, полностью заполняя форму и уплотняясь даже в густоармированных конструкциях. Применение полифракционного заполнителя с оптимальным гранулометрическим составом; - использование микро- и ультрадисперсных минеральных добавок, позволило достичь важной отличительной черты современных самоуплотняющихся бетонов - отсутствие водоотделения и расслоения при высокой текучести смеси.

Для снижения седиментационных явлений в бетонную смесь могут вводиться загущающие добавки на основе модифицированной целлюлозы, гидролизованного крахмала, полиэтиленгликоля, природных биополимеров и др.

Очевидно, что широкое распространение передового опыта мировой строительной практики и внедрение новейших российских разработок приведет в будущем к более широкому применению самоуплотняющихся бетонов и увеличению объемов их производства.

Штукатурные работы одни из самых трудозатратных и требуют значительного числа предварительных операций, в том числе установка маяков.

По современным технологиям, чтоб не было постепенного сползания штукатурного слоя, достигать определенной толщины штукатурки на стене нужно

последовательно, последовательно и с определенными перерывами. Наносят: обрызг, грунт и накрывку.

Гарантированная ровность достигается в том случае, если с помощью отвеса (уровня) проверяется поверхность стен, а затем по туго натянутому шнуру выводятся маяки-пробки. Вертикальность углов и откосов, кроме того, надо проверить уровнем, ведь они могут оказаться пусть и в ровную линию, но с отклонением (завалом) от вертикали.

Необходимость повышения производственных факторов на базе прогресса приводит к мысли о необходимости значительного снижения трудозатрат и возможного перерасхода материала при производстве штукатурных работ, о большом количестве ручного труда даже при наличии механизированных инструментов.

В этой связи предлагается вариант применения опалубочной технологии нанесения штукатурных смесей, разработанной для высотного домостроения, способствующий значительному повышению качества производимых штукатурных работ, позволяющий минимизировать ручной труд и увеличить производительность труда, тем самым удешевить производство.

Перенос опирания домкратных рам на выносные временные опоры и другие способы повысят надежность опалубки, расширяют ее технологические возможности.

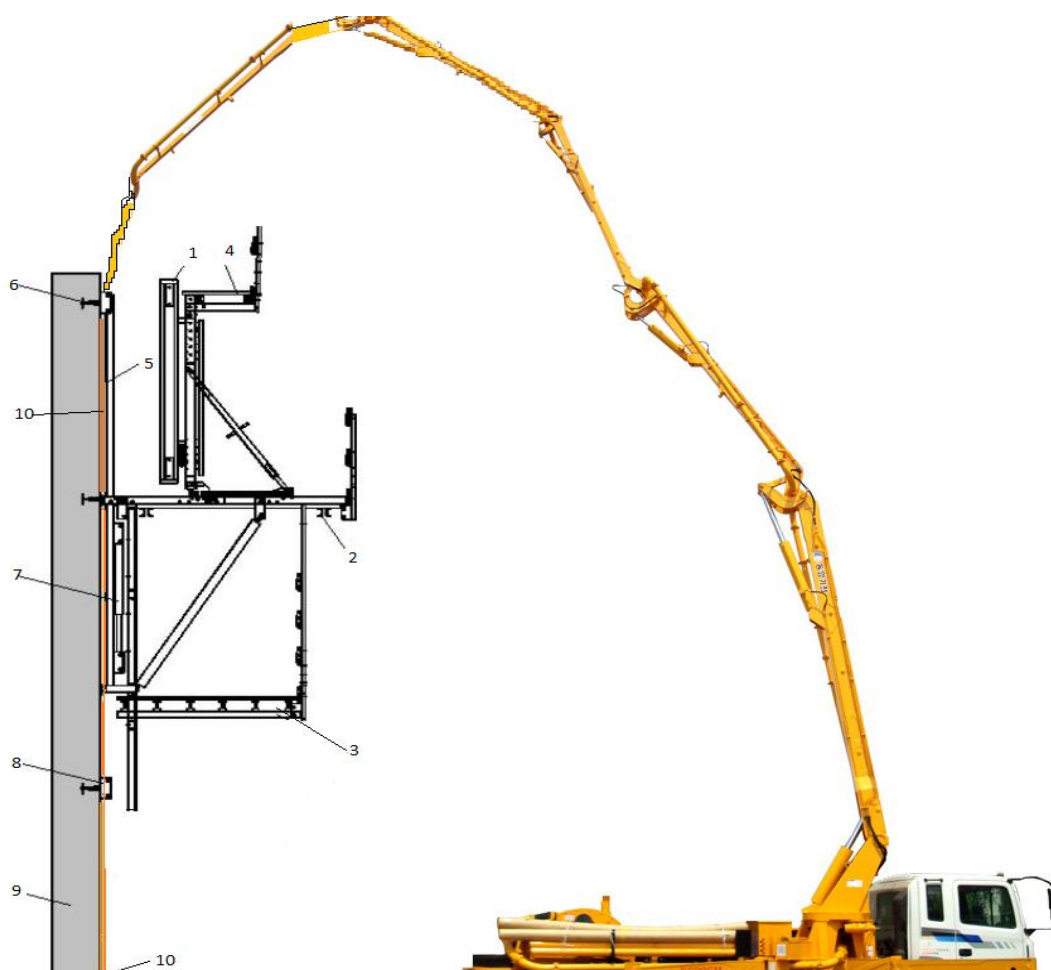


Рисунок 1 Схема заливки цементно-песчанной штукатурной смеси с использованием самоподъемной опалубки: 1 — наружная опалубочная панель до установки в проектное положение; 2 — рабочие подмости; 3 — нижние подмости; 4 — подмости для бетонирования; 5 — направляющие балки; 6 — анкер; 7 — гидравлический домкрат; 8 — навесной башмак с гравитационным механизмом; 9 — стена существующего здания; 10 — нанесенный ранее слой штукатурного цементного раствора.

В зависимости от температурно-влажностных условий и интенсивности набора прочности штукатурного слоя назначают режим движения опалубки и скорость подачи самоуплотняемой смеси.

Применение самоуплотняющихся смесей, имеющих хорошие адгезивные свойства, и опалубочной системы, позволит значительно увеличить эффективность штукатурных работ, создать качественную лицевую поверхность отделочного слоя.

Укладка монолитного штукатурного слоя, с возможностью армирования в случае необходимости, позволит снижать общие приведенные затраты на 13-25% по сравнению с классической технологией штукатурных работ. В предлагаемой технологии затраты овеществленного труда возрастают, а затраты живого труда сокращаются при снижении их совокупности. В противовес затратному экстенсивному наращиванию производства всесторонняя интенсификация обеспечивает антизатратную траекторию экономического роста, и трудосбережения, что позволит получить комплексный экономический эффект от применения данной технологии.

Список используемой литературы:

[1] *Майоров А. К.*, Проблемы качества и конкурентоспособности строительной продукции // Вестник гражданских инженеров. — 2015. — № 6 (53). — С. 257–259.

[2] Мазов Е.П. Строительство монолитных зданий, Издательство: ГАСИС, 107стр., 2011.

[3] *Никифоров Сергей* главный инженер «Лахта центра», интервью:

<http://lakhta.center>,

[4] Материалы из INTERNET: promstroysever.ru, Gamma-UMK.ru, vertikalnet.ru

ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ОРГАНИЗАЦИИ ЛОГИСТИЧЕСКОГО ПРОЦЕССА В СКЛАДСКИХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

Студентка: Косолапова Елена

Преподаватель-консультант:

Булакова Елена Евгеньевна

Колледж туризма Санкт-Петербурга

По прогнозам, в течение ближайших пяти лет более 85% всего бизнеса переместится в интернет. Складским операторам и логистическим компаниям необходимо быстро реагировать на эту тенденцию, внедряя новейшие технические достижения. Это не только поможет этим компаниям защитить свой бизнес в будущем, но и обеспечит максимально эффективную работу цепочек поставок, от чего выиграют как клиенты, так и сами компании[2,с.59].

К 2018 году около 66% складов планируют увеличить инвестиции в технологии. В этой связи в статье будут приведены семь наиболее перспективных технологических инноваций в складском секторе, к которым стоит присмотреться логистическим и складским операторам [1,с. 76].

Цель – показать общую тенденцию развития складских предприятий.

Задачи:

- найти информацию;
- рассмотреть самые интересные варианты инноваций в складских предприятиях;
- предложить тенденцию развития складских предприятий.

В нынешних условиях наблюдается повышение интереса теоретиков и практиков к инновационным аспектам складской логистики. Объяснить это можно тем, что инновационный курс развития логистических систем, координация и системное управление инновационно-ориентированными экономическими потоками в рамках логистической системы становится важным конкурентным преимуществом. Рассмотрим несколько из них.

1.Склад «по требованию»

В связи с сокращением доли свободных складских помещений, вплоть до 10% от необходимой площади в России и даже более низкого уровня в Великобритании и США, схема «по требованию» становится следующей ступенью развития сотрудничества в области логистики. FLEXE [4], называющая себя «рынком складских помещений» — новая система поиска вакантных складских помещений, доступная для всех клиентов.

Идея очень проста. Зарегистрировавшись на сайте FLEXE, вы можете видеть размещенные операторами предложения вакантных площадей. Точно так же, операторы могут давать объявления о свободной площади для тех, кому она нужна срочно. Некоторые посетители сайта называют его «Airbnb складских помещений» по имени популярного сервиса аренды жилья у частных лиц.

Цель проекта — предложить компаниям возможность более гибкого подхода к хранению на складе. Например, для экономии места сезонные товары могут храниться отдельно от основного складского запаса, или возврат товара может быть обработан быстрее. Все это предлагает FLEXE, чья модель получения доходов основана на получении комиссионных вознаграждений. Сервис FLEXE, пока представленный только в Северной Америке, вполне может изменить будущее логистической индустрии в сторону большей гибкости в предоставлении складских услуг.

2. Использование EDI-коммуникаций

В ближайшем будущем «большие данные» будут все чаще находить применение в складском деле. В частности, этой тенденции следует EDI (Electronic Data Interchange, электронный обмен данными). В двух словах, технология EDI позволяет обмениваться документами между двумя компьютерными системами, используя общий формат данных. Складская индустрия уже давно взяла ее на вооружение, но, по всей видимости, ее использование будет расширяться.

Так, EDI часто используется для обмена такими документами, как:

- заказ на поставку;
- погрузочный ордер;
- складская расписка;
- извещение об отгрузке;
- инвентаризационная опись.

Будучи интегрирован в эффективную систему управления складом (warehouse management system, WMS) EDI дает многочисленные преимущества: в первую очередь, это бесперебойный и прозрачный поток информации между двумя различными компьютерными системами. У деловых партнеров могут быть различные компьютерные системы. Стандартный формат и широкая совместимость документов EDI обеспечивают высокую эффективность, прозрачность и тесное взаимодействие между всеми участниками процесса, что, в свою очередь, приводит к повышению стабильности работы.

3. Атака дронов

Дроны — устройства, словно сошедшие со страниц научно-фантастических романов и ставшие реальностью. Удобные для применения в широком диапазоне

областей, дроны начинают появляться и на складах в различных странах, поскольку фирмы стремятся к повышению уровня автоматизации.

Почему именно дроны? Они могут помочь в решении задач, требующих большого количества человеко-часов. Одна из них, по словам специалистов из компании DroneScan— сканирование штрих-кодов. Склады часто бывают загружены товарами до самого потолка. Из-за этого бывает трудно добраться до некоторых штрих-кодов, и для их сканирования приходится использовать различного рода подъемники и многочисленный персонал.

Специалисты из DroneScan уверены, что их 800-граммовые дроны, оборудованные сканерами, за два дня могут провести инвентаризацию такого количества товаров, на которое у бригады из 80 человек, оснащенной автопогрузчиками и ручными сканерами, уйдет три дня. Широкому использованию дронов в складском бизнесе пока препятствует нерешенная задача безопасной навигации внутри склада, но, учитывая стремление таких крупнейших компаний, как Amazon и Walmart, развивать свой бизнес за счет их применения, этих воздушных помощников ждет большое будущее.

4. RFID

Радиочастотная идентификация (Radio Frequency Identification, RFID) уже широко используется в складском деле, и в ближайшие годы будет становиться все более совершенной. Для непосвященных: технология RFID использует радиоволны для записи и считывания информации, хранящейся на метках, прикрепленных к товару.

Преимущества RFID включают более полный контроль и большую прозрачность складских запасов, что обеспечивает простоту инвентаризации, а также сокращение краж. Ученые из Института материальных потоков и логистики им. Фраунгофера в Дортмунде (Германия) с целью дальнейшей автоматизации процесса инвентаризации пытаются соединить технологию дронов с RFID. Прикрепив считывающее устройство к дрону, можно значительно сократить время, затрачиваемое на проведение инвентаризации. RFID в сочетании с маневренностью дронов также позволит оптимизировать размер складских площадей за счет увеличения высоты складирования товара.

5. «Голова в облаках»

Облачное хранение данных совершило революцию во многих отраслях, и логистика не стала исключением [4]. Являясь самообновляющимися и централизованными, системы облачного хранения данных дают складскому бизнесу множество преимуществ, включая сокращение расходов на эксплуатацию, инфраструктуру и оплату труда, которые возникают при установке и апгрейде систем управления складом.

По вышеуказанным причинам многие склады, использующие устаревшие и несоответствующие современным требованиям унаследованные системы, перейдут на облачные технологии. Еще одно их преимущество заключается в том, что системы облачного хранения часто являются самообновляющимися. Это означает, что вместо того, чтобы искать замену уволившемуся технически грамотному члену команды, можно просто внедрить такую систему, низкозатратную и простую в использовании для всех сотрудников.

Конечно, существуют некоторые факторы, которые необходимо учесть до принятия решения о переходе на облачную обработку данных. Кто будет собственником ваших данных? Где будут физически храниться данные— то есть, где находятся сервера? Будет ли это действительно низкозатратным? Логистическим и складским компаниям перед принятием такого решения следует все хорошо взвесить.

6. Работа с бесшовно интегрированными каналами

Электронная коммерция и решения на основе бесшовно интегрированных каналов (омниканальные, omnichannel) неразрывно связаны. Поскольку будущее, совершенно определенно, принадлежит цифровым технологиям, складской бизнес должен будет адаптироваться к потребностям этого коммерческого сектора, вышедшего на качественно новый уровень. Radius Group, российская компания, работающая в сфере складской и производственной недвижимости, в своем последнем проекте реализовала решение на основе бесшовно интегрированных каналов.

Для удовлетворения возросших потребностей российского рынка электронной коммерции Radius Group, совместно с французским гигантом розничной торговли стройматериалами в формате «Сделай сам» Leroy Merlin, строит новые складские помещения площадью 100000 кв. м. Этот комплекс станет крупнейшими, возможно, самым эффективным распределительным центром в истории Российской Федерации.

Рост омниканальной дистрибуции идет параллельно с развитием технологий RFID и EDI, а дроны, в свою очередь, также ждут своего часа, чтобы обеспечить еще большую эффективность и рентабельность [3, с. 89].

7. Восстание роботов

Автоматизация является ключевым фактором в секторе логистики. Часто автоматизация процессов приводит к значительному росту эффективности цепочек поставок. В повышении уровня автоматизации складов важная роль отводится использованию роботов.

Несколько производителей роботов из различных стран, в том числе Kiva (которая куплена компанией Amazon в 2012 году за \$775 миллионов, и теперь называется Amazon

Robotics), Swisslog и Grenzebach предлагают роботизированные решения, которые ускоряют процессы инвентаризации и сборки заказов.

Рассмотрим в качестве примера роботов компании Amazon. Каждый из них имеет свой участок работ и знает, где взять нужный товар, который он берет и перемещает к сотруднику склада, занимающемуся дальнейшей сборкой заказа, или отвозит непосредственно к грузовику. Каждый маленький оранжевый робот с легкостью перемещается по складу, перемещая на своей «спине» что-то вроде паллеты.

Механизмы, подобные этим, меняющие схему «человек идет за товаром» на «товар идет к человеку» — всего лишь один из примеров того, как роботизация может кардинально изменить логистику.

Это всего лишь краткий обзор будущего развития технологий в складском и логистическом секторе. В связи с ростом электронной коммерции и цифровой дистрибуции, технологии продолжают бурно развиваться, и задача компаний состоит в том, чтобы быть в курсе последних инноваций. В 21-м веке внедрение этих инноваций станет ключом к четкой работе цепочек поставки. Позаботьтесь о том, чтобы бизнес шел в ногу со временем. Тенденция развития складских предприятий заключается в том, что на сегодняшний день у предприятия есть выбор, как и с помощью какой технологии, улучшить работоспособность и эффективность своего склада. При этом, предприятие должно учитывать свои финансовые возможности. В результате исследования основных вариантов развития складского хозяйства предприятия, можно сделать вывод, что многое зависит от масштабов деятельности предприятия и их финансовых возможностей. Модернизация складского хозяйства с помощью данных технологий, позволит повысить скорость и объем прохождения материального потока через склад, что отразится на повышении прибыли и конкурентоспособности предприятия в целом на рынке.

Список используемой литературы:

1. Сербул И.Т., Логистика складирования. М.: Издательский центр «Академия», 2011.
2. Киреева Н.С., Складское хозяйство : учеб. пособие / Н. С. Киреева. — М.: Издательский центр «Академия», 2013.
3. Джонсон Д., Современная логистика: пер. с англ. / Д.Джонсон, Д.Ф.Вуд, Д.Л.Вордлоу, П. Р. Мерфи-мл. — 7-е изд. — М., 2014.
4. Сайт TransRussia –TransLogistica: 7 инноваций со всего мира в сфере складских технологий. – <http://www.transrussia.ru/ru-RU/press/news/306.aspx>

ПОПУЛЯРИЗАЦИЯ ПРОФЕССИИ КОНДИТЕР ЧЕРЕЗ ПРОВЕДЕНИЕ СОРЕВНОВАНИЙ ПО СТАНДАРТАМ WORLDSKILLS

Студентка: Жоголева Юлия

Преподаватель-консультант :

Гаврилова Светлана Анатольевна

СПБ ГБПОУ «Петродворцовый колледж»

В современном мире работа в сфере общественного питания является почетной, востребованной и довольно престижной. Для работы в ресторане или кофе на сегодняшний день достаточно диплома по программе подготовки квалифицированного рабочего, служащего или специалиста среднего звена подтверждающего квалификацию. Тем не менее, молодежь предпочитает развивать свои навыки по направлению принимая участие в различных конкурсах, соревнованиях, чемпионатах. Мы решили проверить действительно ли соревнования, проведенные по стандартам WorldSkills способствуют популяризации профессии, на примере компетенции кондитерское дело.

Для достижения данной цели, были поставлены следующие задачи:

1. познакомиться с историей открытого чемпионата WorldSkills
2. рассмотреть статистику стран проводивших мировые чемпионаты WorldSkills, проранжировать и выявить страну лидера
3. поделится собственным опытом участия в региональном открытом чемпионате «Молодые профессионалы» (WorldSkills Russia) 2016.

И так с чего же все началось? После второй мировой войны во всех странах существовала острая нехватка квалифицированных рабочих. Тогда в 1946 году господин Хосе Антонио Элола Оласо, генеральный директор Испанской молодежной организация (OJE), предложил национальную идею: убедить молодежь, а также их родителей, преподавателей и потенциальных работодателей в том, что от эффективной системы профессионального образования зависит их будущее. А для популяризации самой профессии нужно проводить конкурсы и соревнования профессионального мастерства.

Государственные органы, предприятия и профтехучилища сразу заинтересовались данной идеей соревнований, а правительство Испании поддержало данную инициативу генерального директора Испанской молодежной организация. Блестящая идея увидеть людей различных профессий за работой имела большой успех.

Но инициаторы захотели достичь гораздо большего. Они имели далеко идущие планы: чтобы мотивировать молодежь в соревнованиях, чтобы сделать их энтузиастами

профессиональной подготовки, нужно было сравнивать навыки и способности людей из разных стран.

Так сформировалась организация по проведению конкурсов профессионального мастерства International Vocational Training Organisation (IVTO) [1].

В начале 2000-х годов IVTO изменила название и символику, и с тех пор ведет деятельность под именем WorldSkills International (WSI), имея свой всеми узнаваемый символ:



Рис.1 Символ

В настоящее время WorldSkills International — это международная некоммерческая ассоциация, возглавляет ее Саймон Бартли. Целью ассоциации является повышение статуса и стандартов профессиональной подготовки и квалификации по всему миру, популяризация рабочих профессий через проведение международных соревнований [2].

Изучив историю, мы проранжировали страны, где проводились соревнования по количеству и выявили, что лидером по проведению мировых чемпионатов под именем WorldSkills International в период с 1950 по 2016 года является Испания (Рис. 2). За анализируемый период в данной стране соревнования проводились 11 раз.

В пятерку лидеров так же вошли Япония, Швейцария, Нидерланды, Великобритания и Германия, в этих странах чемпионаты проводились трижды.

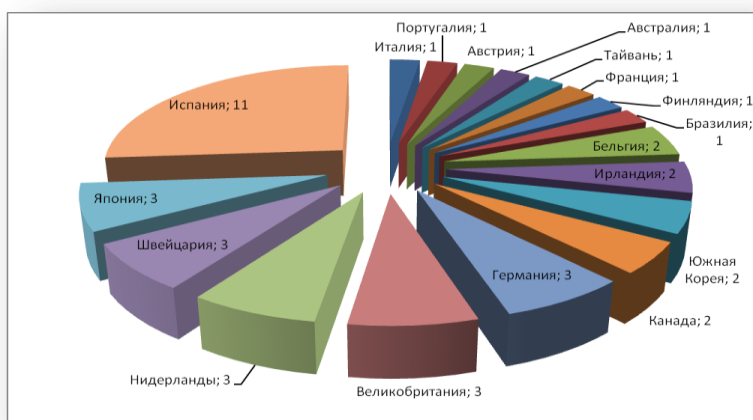


Рис.2 Страны проводившие мировые чемпионаты WorldSkills

В апреле 2012 года был организован визит Президента WSI Саймона Бартли в Россию, в результате которого было принято решение о включении Российской Федерации в состав организации. Проект проведения первого национального чемпионата WorldSkills Russia был одобрен наблюдательным советом Агентства стратегических инициатив под председательством Президента России Владимира Владимировича Путина и уже весной 2013 года состоялся первый Всероссийский конкурс рабочих профессий WorldSkills Russia.

В структуру чемпионата WorldSkills входят 45 профессиональных компетенций, разделенных на шесть магистральных направлений, таких как:

- строительные технологии;
- творчество и дизайн;
- информационные и коммуникационные технологии;
- производственные и инженерные технологии;
- обслуживание гражданского транспорта;
- специалисты в сфере услуг, которое включает в себя и компетенцию кондитерское дело.

Профессия кондитера во все времена была на особом счету. Понятие "кондитер" произошло от итальянского "кандиере", что в переводе означает "варить в сахаре". Сладости желанны всегда. В детстве никто не откажется от вкусной и яркой конфеты, да и повзрослев мы не прочь порадовать себя вкусным тортом или пирожным. Воздушные десерты, свежую выпечку, печенья, мармелад, нежные пирожные, конфеты ручной работы, красочные торты — весь фейерверк сладкой продукции сегодня можно приобрести в кондитерских, но для производства качественных кондитерских изделий необходимо высококлассное сырье, качественное оборудование и умелые руки мастеров-кондитеров. Мастера сладких изделий должны не только обладать знаниями рецептур и способов приготовления, но и уметь рисовать, лепить, создавая необычные формы. Кондитер — это тот же художник — творец. В его руках обычные продукты превращаются в произведение искусства, доставляя людям радость и удовольствие. С самого детства мне хотелось быть опытным мастером кулинарного искусства, производя изысканные сладости, требующие высокого уровня знаний и практического опыта. Так я попала в СПб ГБ ПОУ «Петродворцовый колледж».

В период с 21 по 23 сентября этого года мне посчастливилось стать участником конкурса профессионального мастерства среди обучающихся государственных профессиональных образовательных учреждений в Санкт-Петербурге регионального открытого чемпионата «Молодые профессионалы» (WorldSkills Russia) 2016, который проходил в Конгрессно-выставочном центре ЭКСПОФОРУМ по компетенции

Кондитерское дело. Соревнования длились 15 часов в течение 3 дней. Во всех изделиях должна была визуально представлена тема «Тысяча и одна ночь».

В первый день соревнований на презентационный стол было представлено портфолио, которое содержало полный набор всех подготовленных нами изделий согласно модулям А В С F G и изготовлено 2 вида сформованных вручную изделия из марципана/ сахарной пасты (фигурки, животные, фрукты).



Рис. 3 Изделия из марципана/ сахарной пасты (лайм и груши)

Во второй день нам предстояло изготовить три вида конфет, а так же антреме. Шоколад — это истинное удовольствие, еще в 16 веке конкистадор Кортес попробовав его, оценил приятный вкус и предрёк шоколаду большое будущее. Конфеты готовились из горького, молочного и белого шоколада в любых комбинациях и подавались на презентационном блюде вместе с фигурой из карамели.

На третий день каждый участник приготовил и представил три различных вида миниатюр (пирожные, печенье, кремы и муссы и т.д).

Задания были трудные, направленные на формирование умений и навыков, необходимых при овладении профессией кондитер, но одновременно и увлекательные, а выполненная работа принесла большое моральное удовлетворение. Она дала возможность убедиться в значимости самостоятельно приобретать новые знания, вырабатывать умения и профессиональные навыки, что и требуют стандарты WorldSkills. А конкурс профессионального мастерства среди обучающихся государственных профессиональных

образовательных учреждений в Санкт-Петербурге региональный открытый чемпионат «Молодые профессионалы» (WorldSkills Russia) создает такие условия для участников и посетителей, при которых формируется интерес к будущей профессии не только во время образовательного процесса, но и во внеурочное время.



Рис. 4 Презентационный стол участников по компетенции кондитерское дело

Наша страна находится на 4 месте в мире по изготовлению кондитерских изделий. Сегодня производство сладкой продукции считается одним из самых перспективных отраслей бизнеса в России, а соревнования и чемпионаты, проводимые, по стандартам WorldSkills действительно способствуют популяризации профессии кондитер, дают возможность учащимся школ города, потенциальным работодателям увидеть участников за работой.

Список используемой литературы:

- [1] WorldSkills в мире. История успеха. - <http://skillscenter.ru/articles/view/worldskills-v-mire-istoria-uspeha>
- [2] WorldSkills — Википедия. - <https://ru.wikipedia.org/wiki/WorldSkills>

ОЦЕНКА ПЕРСПЕКТИВ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА В КНР В РАМКАХ РЕАЛИЗАЦИИ ПК 3.1 ФГОС 43.02.10 ТУРИЗМ

Студентка: Мальгинова Алена

Преподаватель-консультант:

Волохова Елена Павловна

Колледж туризма Санкт-Петербурга

В современном постиндустриальном мире образование является двигателем прогресса, поэтому получение качественных знаний становится приоритетной задачей для всех стран мира.

Под образовательным видом туризма понимают познавательные туристско-экскурсионные мероприятия, совершаемые с целью выполнения задач, определенных образовательных программ. Особенности содержания, организации и проведения туристско-экскурсионного образовательного мероприятия определяется комплексом факторов. Основным является образовательная цель мероприятия, дополнительными – специфика региона посещения, продолжительность и сезон совершения поездки, возраст, опыт и подготовка участников, специфика туристской группы и региона, из которого группа пребывает возможность финансовых затрат учебной группы.[1]

Образовательный туризм является мощным фактором повышения эффективности образования в профессиональных учебных заведениях за счет своей системообразующей природы. Его внедрение в систему образования позволит решить многие существующие сейчас в отечественном образовании проблемы. Он объединяет отдых и обучение, укрепляет здоровье и развивает обучающегося, способствует развитию личности и ускоряет её социализацию. Кроме того, образовательный туризм является стимулом для большей интеграции промышленности и образования, развития всей инфраструктуры страны. [1]

Одной из профессиональных компетенций ФГОС по специальности «Туризм» является проведение маркетинговых исследований рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта. Одним из направлений анализа рынка образовательных туристских услуг является исследование образовательных систем разных стран.

В настоящее время мы часто представляем, что специалист в сфере туризма это - человек, работающий в турфирме, но это не так, туризм позволяет стирать границы, налаживать связь со странами, в частности, с Китаем, открывая перспективы для будущих специалистов на международном рынке.

Для России европейское образование всегда имело особую привлекательность, однако в последние годы уровень азиатского образования достиг небывалых высот. КНР, на данный момент одна из самых быстро развивающихся экономик мира, делает ставку на повышение международного престижа своих университетов.

Ежегодно для России, каждый Китайский вуз выделяет 50 грантовых программ. Высшее образование в Поднебесной имеет три ступени:

- бакалавриат
- магистратура
- докторантура

Следовательно, мы предлагаем развивать образовательный туризм в Китай по грантам, так как он предполагает:

- поступление без ЕГЭ и вступительных экзаменов;
- обучение + проживание в рейтинговом вузе в первый год обучения от 120 тыс. руб.;
- обучение + проживание в рейтинговом вузе во второй год, и последующие годы бесплатно;
- изучение китайского языка с нуля, а также постоянная практика английского языка;
- яркая насыщенная студенческая жизнь;
- недорогие путешествия по всему Китаю и близлежащим странам;
- познание древней невероятной культуры, а также интернациональное общение со студентами из разных уголков земного шара.

Требования для поступления на языковой курс:

- уровень знания китайского языка – от нулевого;
- средний балл аттестата не менее 3,5;
- аттестат за 11 классов школы к моменту поступления;
- хорошее здоровье;
- возраст – от 16 лет.

Для продолжения обучения понадобится:

- HSK-4;
- успеваемость по итогам языкового курса не менее 65%;
- аттестат за 11 классов школы;
- хорошее здоровье;
- соблюдение законов КНР и правил поведения университета.[2]

Как и в любом учении должен быть результат. Результатом языкового курса будет экзамен HSK. Для прохождения экзамена необходимо знать всего 1200 слов и уметь

свободно общаться с китайцами на бытовом уровне. Для сравнения: чтобы спокойно общаться с носителем русского языка необходимо знать 7500 слов, английского - 4500.

Чтобы спокойно выучить эти немногие 1200 слов и уметь сносно ими пользоваться учащемуся придется потратить 300-500 часов. А для этого нужно хорошо сдать экзамен, выполнив при этом всего 60% всех тестовых заданий и набрать минимум 180 баллов из 300 возможных. Экзамен состоит из 3 частей: аудирование, письмо, чтение. Весь экзамен длится 100 минут.

На данный момент в России ощущается острая нехватка специалистов со знанием китайского языка в разных областях. Нет компетентных людей по праву, по китайской микроэкономике, экспертов, разбирающихся в реальном бизнесе и предпринимательстве. Не хватает аналитиков политических и экономических рисков и экспертов по социальному развитию Китая.[3]

Лишь 40% после окончания обучения специалистов со знанием китайского языка остаются в науке и аналитике, а 60% уходят в крупные зарубежные компании.[3]

Если популяризировать образовательные туры в Китай можно решить проблему нехватки кадров, так как специалисты международного уровня с легкостью могут быть конкурентоспособными на Российском рынке, занимая высокие должности.

Исходя из всего вышеперечисленного, можно сделать вывод о том, что образовательные туры в Китае откроют новые перспективы, такие как: возможность получения двойного диплома китайского и западного вуза, изучение одновременно двух языков китайского и английского, возможность стажировки в западных компаниях, гарантированное трудоустройство на российском рынке, и в международных компаниях. Также это позволит специалисту в туризме быть конкурентно способным на российском уровне, в частности расширяя сотрудничество с китайскими турфирмами.

Перечень используемой литературы:

1. Методические рекомендации по внедрению туристско-экскурсионных мероприятий в образовательные программы профессионального образования.
2. <http://es.center/> сайт Центр образовательных решений
3. Данные анализа трудоустройства с китайским дипломом заведующего Школой Востоковедения Высшей Школы Экономики (НИУ ВШЭ) Алексея Маслова.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПОДЗЕМНОГО ПРОСТРАНСТВА САНКТ-ПЕТЕРБУРГА

Студент: Лебедев Владислав

Преподаватель-консультант:

Образцова Наталья Викторовна

Колледж туризма Санкт-Петербурга

Использование подземного пространства нашего города как в центральных, так и в периферийных районах, может хотя бы частично решить многочисленные градостроительные проблемы, которые усугубляются с каждым годом.

В центральной части города, определяющей исторический облик Санкт-Петербурга, здания в XVIII-IX веках строились на насыпных, слабых водонасыщенных, тиксотропных грунтах. Многие дома строились как доходные, поэтому качество строительства было достаточно низким. Эти дома имеют практически стопроцентный физический износ. Подземные работы в этой части города чреваты полным разрушением этих домов в результате технологической осадки грунтов.

Значительно увеличился парк личных автомобилей. Движение транспортного потока сильно затруднено, необходимость в парковках удовлетворяется за счет скверов и детских площадок, поэтому их строительство в подземном варианте весьма актуально.

Ещё в 1979 г. был выполнен «Проект планировочной организации и освоения подземного пространства г. Ленинграда». В городе создали специальный институт – «Подземстройпроект», который разработал около 20 проектов. Например, планировалось построить несколько подземных переходов под Московским проспектом, у Витебского вокзала, под площадью Труда и Владимирской улицей, у Технологического института. Задумывался масштабный подземный комплекс под площадью Искусств (под землю должен был уйти вестибюль Русского музея, причем рассматривалось несколько уровней пространства под площадью: верхний - пешеходный; два нижних – паркинг), разрабатывался проект строительства подземного комплекса у станции метро «Озерки» с выходом к озёрам. Но власть поменялась, деньги закончились, «Подземстройпроект» закрылся.



Рис.1. Комплексное решение по освоению подземного пространства Сенной площади, разработанное ГК КБ ВиПС

С 1 января 2010 года строительная отрасль перешла на саморегулирование.

В Санкт-Петербурге подземный ресурс города используется недостаточно, что во многом связано со сложными геологическими условиями.

Для понимания задач, возникших при производстве любых земельных работ в черте города, кратко остановимся на сведениях о геологии города.

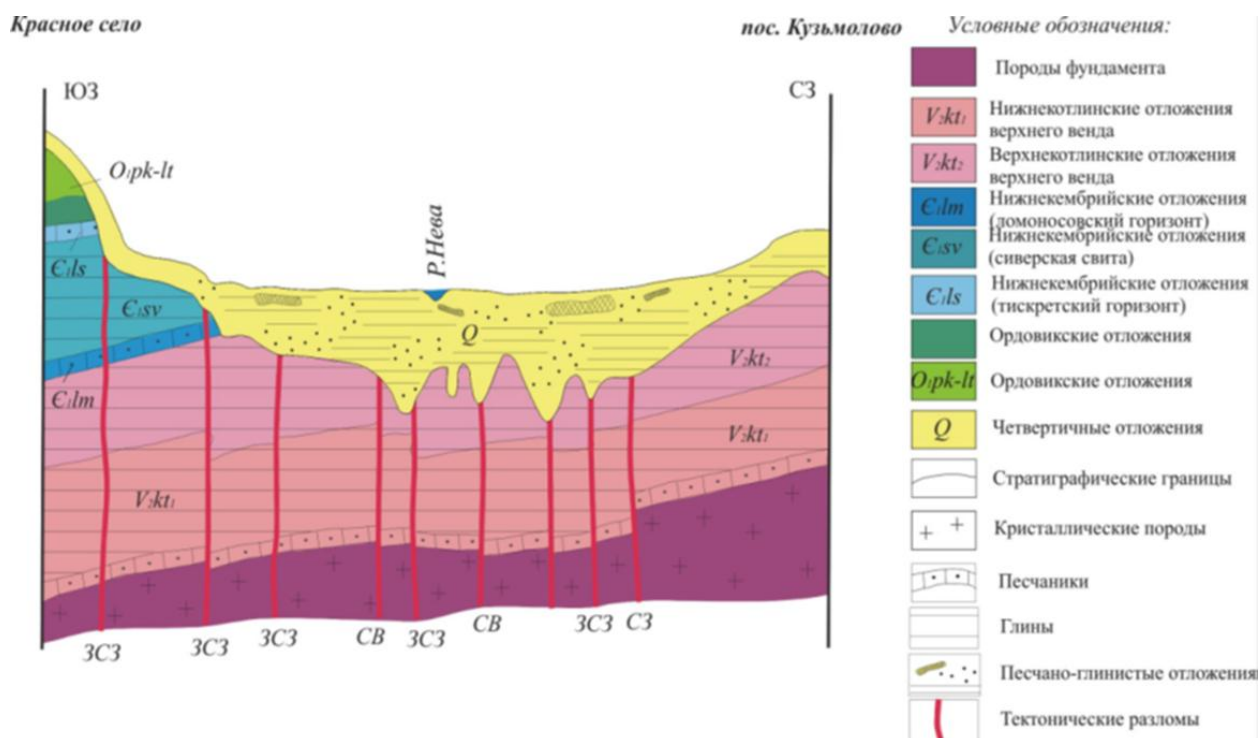


Рис.2. Схематический геолого-литологический разрез Санкт-Петербурга с элементами тектоники (по Е.К. Мельникову)

Непосредственно на кристаллическом фундаменте платформы (Балтийский кристаллический щит) находятся песчаники, песчано-глинистые и глинистые с прослоями песчаников наиболее древние осадочные породы, образовавшиеся в докембрийский период. На северо-западе, севере и в центре они располагаются непосредственно под четвертичными отложениями, причем в центральных районах их слои разделены тектоническими разломами. Именно в этом слое проложены почти все тоннели метрополитена и часть глубоких канализационных коллекторов.

В южных и юго-западных районах имеются достаточно развитые площадки с небольшой толщей четвертичных отложений, под которыми располагаются наиболее стабильные породы – кембриджские отложения. Там же не наблюдается большого числа тектонических разломов.

В районах, расположенных вне дельты Невы, за исключением местности, прилегающей к Финскому заливу, почти везде условия для подземного строительства

более благоприятны. При правильном расположении строительного объекта это позволяет вести работы с поверхности, постепенно увеличивая глубину.

Подземные сооружения классифицированы по ряду признаков.

- одно – двух пролётные, простейшего типа;
- сооружения, решаемые по сложным планировочным схемам (в том числе и криволинейные в плане);
- зальные (многопролётные);
- сооружения комбинированных типов.

Основной задачей научно обоснованного подхода к основанию подземного пространства с учётом всех экологических требований является применение высоких технологий в подземном строительстве. При этом под высокими технологиями понимаются новые знания о приёмах, способах и процессах образования и использования подземного пространства, обеспечивающих научно-технический прорыв в его основании, а также изыскание способов более полного управления свойствами массива горных пород.

Городу и стране требуются инженеры (проектировщики, конструкторы), так и рабочие (монтажники, каменщики, бетонщики, арматурщики и т.д.) высокой квалификации. Решением может стать более плотное взаимодействие строительных организаций и учебных заведений при формировании учебного плана, как это делается, например, в Финляндии, создание системы стажировок и практик, на которых студент мог бы получить практические знания и навыки. В то же время необходимо своевременно повышать квалификацию специалистов, которые уже закончили обучение. Решением проблемы может стать тесное сотрудничество строительного бизнеса и образовательных учреждений.

Однако альтернативы модернизации центральных районов просто нет. Но градостроительная политика города не может отмахнуться от этой проблемы. Положительным примером освоения подземного пространства может быть здание «Stockman» с четырьмя подземными этажами, где соседние дома были не только сохранены, но и опираются на более совершенные свайные фундаменты, старые фундаменты укреплены железобетонным бандажом, а стены усилены. В здании имеется гараж на 550 машиномест, а фасады восстановлены.

Подземное строительство – это небольшая часть строительного сектора, но трудно переоценить ее сложность и значимость для современного строительства. Техническая оснащенность в этой области намного выше, чем в строительной отрасли в среднем. Здесь практически отсутствует низкоквалифицированный труд, используются уникальные технологии и механизмы. А потому и проблемы, стоящие перед профессионалами

подземного строительства, отличаются от общестроительных и требуют особенных подходов.

Список используемой литературы:

1. Дашко Р.Э., Александрова О.Ю., Котюков П.В., Шидловская А.В., Особенности инженерно-геологических условий Санкт-Петербурга. – Развитие городов и геотехническое строительство, №1/2011
2. Карпов В.В., Котрин А.Ф., К вопросу использования подземного пространства Санкт-Петербурга. – Материалы V Международной конференции «Актуальные проблемы архитектуры и строительства» 25-28 июня 2013 г.
3. Материалы XV Всемирной конференции Объединения исследовательских центров подземного пространства мегаполисов ACUUS 2016, 13 сентября 2016 - <http://www.expoclub.ru/db/exhibition/view/acuus/>

ИНТЕНСИФИКАЦИЯ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ВИРТУАЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ ТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Студентка: Шерасова Кристина

Преподаватель-консультант:

Булакова Анна Сергеевна

Колледж туризма Санкт-Петербурга

Виртуальные предприятия являются одной из новых организационных форм предприятий. На развитие новых форм организации и управления предприятием в большей степени повлияли такие тенденции развития современных рынков, как глобализация рынков, растущее значение качества товара, его цены и степени удовлетворения потребителей. Помимо глобализации важно учитывать ресурсы и структуру виртуальных предприятий, эти критерии и приводят нас к гипотезе.

Гипотеза: структура виртуальных предприятий способна использовать лучшие ресурсы, знания и способности с наименьшей затратой времени.

Цель: Выявление преимуществ и недостатков виртуальных предприятий.

Поставлены следующие задачи для достижения цели: рассмотреть преимущества и недостатки торговых виртуальных предприятий, на примере отечественных и зарубежных компаний, и сравнить их.

Актуальность заключается в следующем: современные предприятия стараются пользоваться теми достижениями в науке, которые помогают сократить расходы на время, кооперацию с другими компаниями, на разговоры и т.д. И если достижений в науке достаточно много, но не все из них находят своего потребителя, то в этой статье будет

затронута тема виртуализации компаний, т.к. именно виртуализация помогает компаниям в достижении их основной цели - прибыли, меньше затрат на расходы - больше прибыли. Так, например, в Окинавской хартии говорится о том, что « стремительное развитие новых информационных и телекоммуникационных технологий приобретает сегодня характер глобальной информационной революции, которая затрагивает все сферы жизнедеятельности общества - политику, экономику, управление, финансы, науку, культуру, международные отношения в целом». Информационные ресурсы становятся одним из ценнейших элементов как национального, так и общечеловеческого достояния, поэтому важно учитывать все направления и интернет развитие.

В этой статье будут рассмотрены два виртуальных предприятия «MIGROS Cooperative» и «АУП – Консалтинг».

«MIGROS Cooperative» (далее Мигрос) является одной из крупнейших торговых компаний Швейцарии. Основную долю реализации составляют продовольственные товары [1, с.56.]. Мигрос является крупной децентрализованной организацией. Некоторые из ее партнеров заняты в процессе разработки и производства упаковки для пищевых продуктов, в производстве принтеров, упаковочных и мультимедийных товаров. Среди партнеров Мигрос — фирмы по дизайну, трансляции и анализу пищевых продуктов. Так, например, фирма MGB разработала и внедрила систему электронного документооборота, позволяющего координировать работы по созданию упаковки для пищевых продуктов, что позволило ограничить затраты времени на разработку дизайна страницы с одним рисунком до 30 дней, с несколькими рисунками — до 60 дней. И, таким образом, радикально снизить время выхода товара с новой упаковкой на рынок. Приоритетом в создании стабильной бизнес-системы было формирование регулярного информационного потока и четкой зоны ответственности. Разработанная инфокоммуникационная система гарантировала совместный график разработки и его мониторинг, позволяла проводить совместную обработку хранящихся в банке 126 данных материалов и документов, а также создала возможность оповещения цепочки бизнес-структур о завершении работ по поставленной задаче.

Преимущества:

- фирма MGB разработала и внедрила систему электронного документооборота, которая радикально позволяет снизить время выхода товара с новой упаковкой на рынок.
- Разработана инфокоммуникационная система, позволяющая проводить совместную обработку хранящихся в банке 126 данных материалов и документов.

- формирование регулярного информационного потока и четкой зоны ответственности.

Недостатки:

- Будущие затраты на конструкцию.
- Высокие вложения капитала в исследование и развитие.
- Структура налогообложения.

«АУП – Консалтинг». Основная идея бизнеса - это помощь своим заказчикам получить максимально возможную выгоду в выбранном рыночном сегменте - комплекс мероприятий от принятия решения о выборе самой рыночной ниши и вывода нового товара на рынок, до эффективного продвижения именно этого товара именно на этом рынке [2, с.25.].

Фирм, оказывающих подобные услуги, сейчас множество. Но большинство ориентируются на отдельные услуги, не оказывая комплексные услуги, либо ориентируются на большие бюджеты, либо работают только с определенными отраслями и регионами.

Идея создания агентства, которое может оказывать широкий спектр услуг, работать с разными бюджетами, рынками и отраслями, заключается в создании и управлении широкой сетью партнеров (как фирм, так и отдельных консультантов).

ООО «АУП-Консалтинг» насчитывает более 60 агентств и отдельных консультантов. Среди работ компании - исследование регионального рынка прессы, бизнес-план по Электронным Каталогам, исследование рынка древесины, поисковое продвижение множества сайтов финансовой и деловой тематики, разработка сайтов разной сложности (например, www.aup.ru, www.mosoblbank.ru, www.dands.ru) [4] и др.

Преимущества компании:

- Комплексное сочетание в области маркетинга, логистики, рекламы, PR. Основные усилия акцентируются в большей степени на рекламе и привлечение потребителей
- Глубокое понимание потребностей рынка, решаются конкретные задачи, встающие перед компанией заказчика в ходе развития.
- Тщательная индивидуальная работа с каждым клиентом позволяет достичь максимального результата.

- Специалисты компании умеют находить новые ракурсы для взгляда на бизнес и выявлять скрытые возможности и резервы развития. Эффект - в нюансах. Такой подход всегда дает результат даже в ситуациях, кажущихся безнадежными.
- Особое преимущество компании - люди. Партнеры и специалисты имеют широкий опыт работы в самых разных отраслях и регионах, как на ведущих маркетинговых постах, так и в качестве фрилансеров.

Компания помогает найти решения таким образом, чтобы продукт или услуга оказались в центре потребностей покупателя в нужное время в нужном месте. Чтобы выбор товара стал естественным, чтобы это решение о покупке не противоречило другим потребностям клиента, не навязывало само себя.

Крепкие партнёрские отношения с ведущими компаниями в области рекламы, консалтинга, аудита, программирования позволяют получать компании необходимую для успешной реализации проекта информацию.

Недостатки:

- Незначительные собственные средства.
- Новая компания.
- Неизвестность в деловых кругах.

В заключении можно сказать следующее: исходя из преимуществ обеих компаний можно сделать вывод, что они стремятся с наименьшей затратой времени использовать больше ресурсов, вводя различные инновации, усовершенствования и т.д., они расширяют свои способности, знания, что способствует сокращению времени на производство товара, его реализацию и транспортировку. Из этого следует, что гипотеза, поставленная в начале статьи, подтвердилась.

Список используемой литературы:

1. Катаев А.В., Виртуальные бизнес-организации / А.В. Катаев. - СПб.: Изд-во Политехнического университета, 2013.
2. Сердюк В.А., Сетевые и виртуальные организации: состояние, перспективы развития / В.А. Сердюк // Менеджмент в России и за рубежом. - №5. - 2011. - с. 18-29.
3. Окинавская Хартия глобального информационного общества. - <http://www.iis.ru/library/okinawa/charter.ru.html>
4. Сетевые и виртуальные организации: состояние, перспективы развития. - <http://www.cfin.ru/press/management/2001-5/07.shtml>

ВОСПИТАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ЭЛИТЫ В УСЛОВИЯХ МОДЕРНИЗАЦИИ

Студентка: Леонова Екатерина

Преподаватель-консультант:

Семухина Елена Владимировна,

кандидат педагогических наук, доцент,

кафедра трудового права и социального обеспечения, доцент

ЧОУ ВО «Санкт-Петербургский Институт гостеприимства»

В модернизирующемся обществе образование не есть привилегия, оно является настоящей необходимостью, поскольку все вовлечены в процессы модернизации. Для любого преобразования нужна критическая масса хорошо ориентированных и информированных людей. С точки зрения модернизации процессы изменения в обществе происходят во всех институтах социума. Возникло парадоксальное явление: не только быстро растет объем научных знаний, но и изменяется характер требований к профессионалам. Модернизация включает и заставляет взаимодействовать многие социальные: гражданское общество, семью, СМИ, образование. В ходе взаимодействия с ними потенциальные способности человека ограничиваются таким образом, чтобы они соответствовали и меняющимся стандартам. Эти стандарты суть нормы, ценности и знания, образующие корпус культуры и адекватности социума. Несмотря на то, что в основе понятия «стандарт» заложено соответствие определенным критериям, тем не менее, конечной целью этой тенденции является формирование интеллектуально-профессиональной элиты (от представителя рабочей профессии до представителя государственной и муниципальной власти; и на данном этапе развития социума и требований модернизации именно представители рабочих профессий, по нашему мнению, наиболее соответствуют определению интеллектуально-профессиональной элиты, в первую очередь, по критерию небывалой востребованности в промышленности).

В соответствии с указанными тенденциями была реализована новая законодательная инициатива, которая должна помочь работодателю эффективней подбирать персонал и вести качественно новую кадровую политику, - вступление в силу закона РФ от 02.05.2015 № 122-ФЗ о профессиональных стандартах. Несмотря на то, что разработка законопроекта и принятие закона вызвала резонанс во многих отраслях производства, отметим, что данный закон реализуется уже сейчас относительно тех категорий граждан, профессия которых сопряжена с повышенными рисками и ответственностью за жизнедеятельность и безопасность граждан. Не только врачи,

водители, пилоты самолетов, но и рабочие, трудящиеся в нефтегазовом секторе, в атомной отрасли (сварщики, слесари, сборщики) – их квалификация будет подвергнута обязательной проверке и классификации. Профессиональная стандартизация, помимо наведения порядка на рынке труда, укрепляет социальные нормы.

В традиционном обществе система норм не претерпевает стремительных изменений. Эти изменения по времени сопоставимы с циклом жизни человека. К примеру, на Севере России ситуация требует особого понимания, т.к. она отнюдь не стандартна в силу спутанности исторических ритмов (длинные ритмы – естественное развитие процессов и системы в целом – постоянно «сбивались» негармоничным и нелогичным вмешательством чуждых коротких «острых» ритмов, подобных революции, войнам, недавней перестройке, переориентации производства, т.н. конверсии). Начинать надо с создания и воспитания интеллектуально-профессиональной элиты, в частности, «высокого» отношения к той квалификации, которой обладает профессионал.

Формирование интеллектуально-профессиональной элиты в модернизирующемся социуме Севера России с учетом его колоссального производственного кластера, является важнейшей социально-экономической, политической, культурной задачей. Предъявляемые требования должны быть несколько выше наличных возможностей конкретного человека, поскольку амбициозность, безусловно, один из признаков интеллектуально-профессиональной элиты, потому что истина и высшее благо есть ее «моральная максима» (И. Кант).

Интеллектуально-профессиональную элиту нельзя отождествлять ни с научными работниками, ни с интеллигенцией в общепринятом смысле слова; и достаточно трудно определить ее суть на основе одной преобладающей ценности – власти, денег, влияния. На сегодняшний день этому статусу более всего соответствует профессия рабочего, высококвалифицированного рабочего.

Процесс становления интеллектуально-профессиональной элиты затрагивает многоуровневые и иерархические образовательные системы, механизмы адаптации, самоидентификации, своего поведения с родовыми инвариантами, самоорганизацию и взаимодействие с другими системами. Подлинная интеллектуально-профессиональная элита – та, которая устанавливает новые отношения с социумом, в котором живет; она поднимается над цивилизацией, к которой принадлежит. Миссия интеллектуально-профессиональной элиты заключается не только в развитии страны, удовлетворения запросов промышленности, общества, духовности, но и в сохранении духовного и материального капиталов, т.е. в работе на вечность.

Интеллектуально-профессиональная элита продвигает возможность «градационного» (т.е. восходящего к более совершенному уровню) образованию, не деградационного, то есть участвует в смене главных ориентиров в культуре и идеологии.

Сейчас не только материальные ресурсы являются у нас сырьем, но и знания, образование, культура и сам человек рассматривается в таком же регистре. Поэтому задачи профессионального образования и подготовки интеллектуально-профессиональной элиты не есть частный вопрос, это вопрос существования всего современного социума в условиях модернизации.

Список используемой литературы:

1. Федеральный закон от 2 мая 2015 года №122-ФЗ "О внесении изменений в Трудовой кодекс РФ
2. Федеральный закон "Об образовании в РФ".
3. Кант И. Сочинения. В 8-ми т. Т.6. М. 1994. С.5.
4. Горшкова В.В., Семухина Е.В. Философия непрерывного образования: интеллектуально-профессиональная элита в условиях модернизирующегося социума // Вестник Орловского государственного университета, 2014. - № 5. – С. 101—105. (Журнал ВАК МО и науки РФ)

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ СТАНДАРТ СПЕЦИАЛЬНОСТИ СПО «КОММЕРЦИЯ» КАК ЗАЛОГ УСПЕШНОГО ВЕДЕНИЯ СОВРЕМЕННЫХ ФОРМ БИЗНЕСА

Студентка: Ганиева Анастасия

Преподаватель-консультант:

Суяргулова Анастасия Маратовна

СПБ ГБПОУ Колледж «Звёздный»

Торговля всегда была и будет развитой и востребованной сферой. Особую роль занимает в торговле малый бизнес, его роль нельзя приуменьшать. Во всех развитых государствах малый бизнес активно поддерживается.

Целью нашего выступления было доказать, что наличие среднего профессионального профильного образования по специальности «Коммерция (по отраслям)» значительно снижает риск банкротства малого предприятия у его руководителя. Для начала необходимо дать несколько определений.

Малый бизнес— предпринимательство, опирающееся на деятельность небольших фирм, малых предприятий, формально не входящих в объединения. Малые предприятия

ограничиваются численностью персонала до 80 человек и доходом до 800 млн. рублей в год. Дальше идет уже средний бизнес.

К предпринимательской деятельности приравнивают понятие коммерции.

А непосредственно коммерсант – предприниматель, руководитель предприятия малого и среднего бизнеса.

Будущему предпринимателю помимо знаний необходимо обладать целым рядом важных качеств, наличие которых необходимо определить еще до выбора молодыми людьми их будущего пути:



Рис.1 Распределение бюджетных мест по специальности коммерция в г. Санкт-Петербург

- лидерские;
- умение отдавать указания;
- организаторские;
- стрессоустойчивость;
- уважение окружающих;
- хорошая память;
- многофункциональность;
- максимальная эффективность;
- математически-аналитический ум.

В Санкт-Петербурге на данный момент насчитывается 182 бюджетных мест по специальности СПО «Коммерция (по отраслям)» (рис.1). В 2016-2017 учебном году в нашем колледже, в связи с большим количеством абитуриентов число мест было увеличено на 6 и стало 56 мест. Даже несмотря на это, цифра очень маленькая для Санкт-Петербурга (для страны, чей президент объявил курс на развитие и поддержание малого бизнеса).

С помощью опроса мы выяснили, как наши учащиеся видят свое будущее по окончании обучения в колледже (рис.2):

20 % пока не хотят работать на себя, но предпочтут коммерческие организации;

32% уже поняли, насколько важно обучение, как им не хватает знаний и планируют продолжить обучение на курсах или в высших учебных заведениях;

10% уже поняли, что ошиблись с выбором и предъявляемые требования им не по силам;

А 38% хотят открыть собственный бизнес. Они-то и будут поднимать малый



Рис.2 Опрос №1

бизнес с колен.



Рис.3. Данные Росстат

По данным Росстата с 2010г. число прекративших свою деятельность малых предприятий превысило число вновь зарегистрированных, и эта тенденция растет по сей день.

Почему же они закрываются? На это вопрос мы нашли ответ в статье «Центра развития и поддержки предпринимательства». Как бы предприниматели не кивали на другие основные ошибки следующие:

1. Проблемы с математикой. Конкурирование с супермаркетами, закупка ненужных товаров, который выставляют по заоблачным ценам;
2. Отсутствие гибкости. Не согласие с чужим мнением (или только на словах), итог – поражение;
3. Бесконтрольный рост предприятия. Рост компании не поспевает за амбициями босса;
4. Отсутствие должного финансового учёта. Заблуждение, что без постоянного контроля за финансами и владения точными цифрами бизнес придет к успеху;
5. Нехватка средств на непредвиденные расходы. судебный процесс или штраф. - Удержать бизнес на плаву в такой период не каждому под силу;
6. Зависимость от посредников. Очень многие предприниматели, сами того не замечая, попадают в тотальную зависимость от посредников;
7. Высокие эксплуатационные издержки. Слишком большие расходы на оплату аренды помещения, расходные материалы и заработную плату могут легко разорить любую компанию, которая только-только начинает развиваться;
8. Безграмотное руководство. Нехватка должного опыта, отсутствие планирования, незнание стандартов и других важных моментов изначально ставят под угрозу любое предприятие;
9. Отсутствие плана развития семейного бизнеса. Как правило, среди родственников начинаются борьба за власть, делёжка прибыли и другие проблемы;
10. Неперспективное направление бизнеса в мире стремительно меняющихся технологий и покупательского спроса, где приходится конкурировать с компаниями, имеющими огромное количество клиентов и гигантские рекламные бюджеты.

Если рассмотреть обязательные требования к результатам освоения профессиональной образовательной программы «Коммерция (по отраслям)» из

федерального образовательного стандарта среднего профессионального образования, они включают в себя общие и профессиональные компетенции, которые можно разделить на три образовательные раздела:

1. Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью.
2. Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности.
3. Управление ассортиментом, оценка качества и обеспечение сохранности товаров.

На реализацию этих профессиональных компетенций направлены спец предметы:

Маркетинг	ПК 2.1-2.9
Менеджмент	ПК 1.7
Экономика организации	ПК 2.3-2.4
Бухгалтерский учет	ПК 1.3, 2.1
Финансы, налоги и налогообложение	ПК 2.1-2.9
Анализ финансово-хозяйственной деятельности	ПК 2.1-2.9
Товароведение: - теоретические основы - продовольственных и непродовольственных товаров	ПК 3.1-3.8
Документационное обеспечение управления	ПК2.2

Таким образом, благодаря вышеперечисленным профессиональным компетенциям мы можем снизить риск закрытия нашего предприятия по следующим причинам:

1. Проблемы с математикой – бухгалтерский учет;
2. Отсутствие гибкости – маркетинг и менеджмент;
3. Бесконтрольный рост предприятия – экономика организации, товароведение;
4. Отсутствие должного финансового учёта – финансы, налоги и налогообложение, анализ финансово-хозяйственной деятельности;
5. Безграмотное руководство – менеджмент, документационное обеспечение управления.

Остается уже 5 потенциальных проблем. Большинство из них связаны с финансами.

Мы опросили наших студентов, чтобы выяснить как обстоят дела с финансами и есть ли у них собственные средства для открытия своего дела (рис.4).

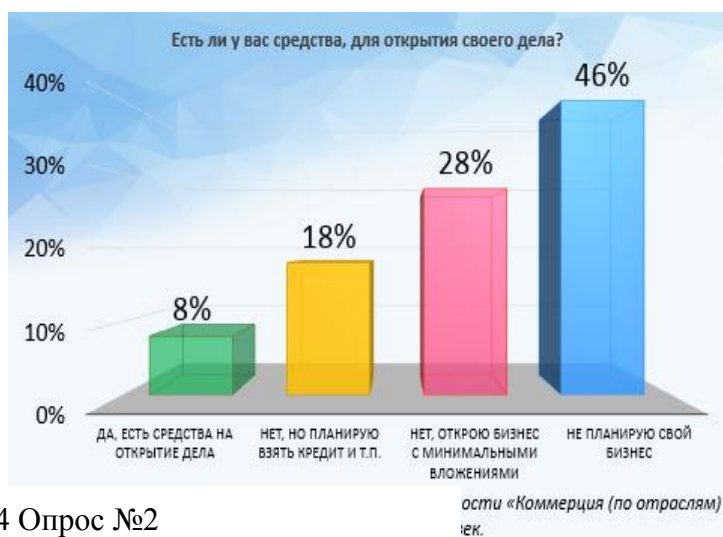


Рис.4 Опрос №2

Как мы видим, свои средства есть менее чем у каждого 10-го, кто хочет заниматься своим делом.

На нашей гистограмме выделяется красный РЯД, это люди, желающие открыть свой бизнес с минимальными затратами.

Разберемся подробнее, возможно ли это.

Сегодня коммерцию можно разделить на стандартную – это работа организационного плана и организация процесса, предпринимательство, торговля товарами и услугами. А также Интернет-коммерцию – это революционный тип торговой деятельности, включающий в себя организацию работы через Интернет при минимальных затратах, то, что сегодня называют Инфо-бизнес.

Преимущества Интернет-коммерции:

- ☐ экономия на аренде и рабочем персонале;
- ☐ при минимальных вложениях можно получить максимальную прибыль, организовав торговлю через интернет;
- ☐ инфо-бизнес (ведение видео блогов с обучающими видео) не требует затрат.

На помощь тем, кто решил заняться такой формой бизнеса сегодня приходят недавно появившиеся и набирающие популярность Бизнес-Инкубаторы и Технопарки.

Бизнес инкубатор – организация, созданная для поддержки предпринимателей на ранней стадии их деятельности

Плюсы – идея быстро превращается в макет и готова к копированию,

Из минусов – они заберут долю вашего проекта.

Если ваша идея высокотехнологична и касается инноваций или нано-технологий, то Технопарки помогут поставить на ноги вашу идею. Они работают по такому же принципу, но с более высокотехнологичными идеями.

Таким образом мы можем снизить риск еще на 40 %, убрав все пункты, связанные с финансами.

Выбранный нами вид бизнеса мало затратный.

Вы не зависите от посредников, так как не работаете с продукцией, а с информацией, а эксплуатационные издержки минимальны.

Сам по себе инфо- и интернет- бизнес является революционным.

Но ничто не уберезет вас от конфликтов с родственниками по поводу их участия и планирования общего дела. Это сложный и неоднозначный пункт. Решение начинать ли общий бизнес с родственниками, принимать только вам.

Правильный выбор специальности и обучение по ней даёт неоспоримое преимущество тем, кто решил встать на путь предпринимательства и поднимать малый бизнес в России, а знание современных форм бизнеса и форм частной и государственной поддержки в совокупности снизит риск закрытия предприятия на 90%.

Поэтому будьте бдительны и всегда держите руку на пульсе вашего бизнеса.

Список используемой литературы:

[1] Приказ Минобрнауки РФ от 05.04.2010 N 268 "Об утверждении и введении в действие федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 100701 Коммерция (по отраслям)" (Зарегистрировано в Минюсте РФ 01.06.2010 N 17423)

[2] *Панкратов Ф.Г.*, Коммерческая деятельность. М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2012.

[3] *Михеева Е.В.*, Информационные технологии в профессиональной деятельности : учеб. пособие для студ. сред. проф. образования / Е. В.Михеева. — 7-е изд., стер. — М. : Издательский центр «Академия», 2008. — 384 с.

[4] *Барыкова Е.*, Малый бизнес в России. Цифры и факты. – <http://xn--b1ae2adf4f.xn--p1ai/economics/business/26003-kak-zhivet-malyy-biznes-v-kpizis-tsifpy-i-fakty.html>

[5] *Сизова Ю. С.*, Интеграция технопарков и бизнес-инкубаторов в теорию «тройной спирали» // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2016. – Т. 11. – С. 696–700. – URL: <http://e-koncept.ru/2016/86151.htm>.

СОВРЕМЕННЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА В ЭКСКУРСИОННОМ ОБСЛУЖИВАНИИ ТУРИСТОВ

Студенка: Бабиц Анна

Преподаватель-консультант:

Недосвитий Наталья Владимировна

Колледж туризма Санкт-Петербурга

Экскурсия является неотъемлемой частью любого тура. Лишь спортивные походы и немногочисленные специализированные туры, такие как, например, охотничий и рыболовный, могут обходиться без нее. Необходимо понимать тот факт, что одной из важных составляющих туристского продукта является экскурсионная программа. От того, насколько грамотно она составлена и насколько качественно проводятся экскурсии,

зависит впечатление от страны или региона пребывания, а также, что немаловажно, прибыль организации.

Однако сейчас экскурсионное дело зашло в тупик, потому что данная сфера переживает ряд первичных, но достаточно серьезных проблем:

- ярко выраженная сезонность, обусловленная тем, что основным потребителем экскурсионных услуг как внутри страны, так и за ее пределами стали школьники;
- резкое сокращение тематики экскурсий и их разнообразия;
- дефицит квалифицированных экскурсоводов и гидов-переводчиков, способных обеспечить высокое качество экскурсии, а также дефицит нового (молодого поколения) экскурсоводов, которые могли бы дать новый толчок данной сфере деятельности – отсюда – консервативный метод проведения почти всех экскурсий;
- огромное количество экскурсий для школьников, для взрослых экскурсионный рынок в плане интерактивного обслуживания не широк.

Важно понимать, что в основном все эти проблемы вытекают лишь только оттого, что профессия экскурсовода не пользуется большой популярностью, а потому, в экскурсионном деле, остались лишь люди более старшего поколения, которые привыкли видеть мир и его историю через призму консерватизма былых времен. К сожалению, подобную проблему считают не первостепенной, поэтому не относятся к ней с должным вниманием. Следовательно, рынок экскурсионных услуг переживает медленный спад. Медленный – потому что все привыкли относиться к экскурсии как к чему-то само собой разумеющемуся. Никто ведь уже не может представить себе любой отдых, любую поездку без хотя бы элементов экскурсионной программы. Из-за этого страдает в первую очередь качество туристской продукции, которая тесно взаимосвязана с экскурсионным обслуживанием.

Проанализировав сложившуюся ситуацию, можно назвать то, что поможет улучшить качество технологии экскурсионного обслуживания.

Во-первых, нужно разобраться в личности экскурсовода, а затем понять, как ему заинтересовать публику, и какой модели поведения стоит придерживаться для удержания внимания.

Работа экскурсовода представляет собой род трудовой деятельности, т. е. профессию с целым рядом присущих только ей основных навыков, которые обязан иметь в своем арсенале каждый уважающий себя профессионал, который желает провести качественную и занимательную экскурсию:

- умение подобрать необходимый фактический материал, изучить его и подготовить текст экскурсии на определенную тему;

- составить методическую разработку для проведения экскурсий;
- применять изученные методические приемы на практике;
- использовать наглядные материалы «портфеля экскурсовода»;
- проводить беседы на предприятиях, в учреждениях, учебных заведениях, пропагандирующие экскурсии;

Помимо основных навыков, профессия экскурсовода требует определенного комплекса умений, которые помогут ему повысить качество технологии экскурсионного обслуживания:

- умение быстро и хорошо адаптироваться в скоротечных изменениях мировой обстановки;
- умение следовать тенденциям и не оставлять без внимания новые приемы проведения экскурсий;
- умение экспериментировать;
- умение и – главное – желание пробовать себя в новых экскурсионных направлениях.

Помимо всего прочего очень важно, чтобы у экскурсовода была личная мотивация, энтузиазм в своей работе. Проще говоря, этот человек должен быть «влюблен в свою профессию». Если он не будет заинтересован сам в том, о чем говорит, то публика, соответственно быстро потеряет интерес, и ей станет безразлична тема экскурсии. К сожалению, на сегодняшний день мы имеем мало людей, которые поистине любят и ценят свою профессию. Именно поэтому в первую очередь, уходя корнями вглубь, стоит отметить важность не только обучения будущих специалистов экскурсионной деятельности, но и привития им любви и интереса к своей профессии. Тогда можно будет получить новое поколение молодых и активных экскурсоводов, которые захотят сделать эту сферу лучше и интереснее, которые привнесут в экскурсионное обслуживание нечто необычное и привлекательное для туристов, что повысит не только качество проведения экскурсий, но и их разнообразие.

Говоря о разнообразии, можно сказать о некоторых наблюдениях. Многие опытные специалисты каждый год придумывают все более обширные программы, разрабатывают новые туры по всему миру, изменяются и улучшаются различные предложения, но стабильно всегда одно – их похожесть на прочие, особенно по самым востребованным направлениям. Если говорить конкретно об экскурсионной деятельности, то тут мы имеем целый ряд «близнецов». Разнообразие экскурсионной программы сейчас уделяют недостаточно внимания, потому что у всех туристов этот аспект не вызывает особого

восторга, если элементы экскурсии банальны и тривиальны. Однако и не вызывают недовольства, потому что ожидания туристов оправдываются, ведь они не ждут от экскурсии ничего нового и сверхинтересного. Для решения данной проблемы и улучшения качества экскурсионного обслуживания путем разнообразия подходят следующие варианты:

- эффект неожиданности (когда в экскурсионную программу включается то, чего туристы не ожидают);
- включение инноваций и занимательных аспектов, которые понравятся большинству публики (особенные места, любопытные факты, элементы анимации и интерактивного вовлечения туристов в процессе экскурсии);
- нетрадиционные способы проведения экскурсии. Нетрадиционные способы проведения экскурсий можно рассмотреть на примере Санкт-Петербурга: Экскурсия по крышам, Экскурсия по местам загадывания желаний, Дно Петербурга (о самых громких преступлениях в Петербурге за последнее столетие), Экскурсия по уникальным парадным Петербурга, Мистический Васильевский остров, Экскурсия Рок-Петербург, Массонский Петербург (о тайных обществах);
- анализ сегмента потребителей (целевая аудитория);
- создание интерактивных экскурсий для взрослых. Большинство интерактивных экскурсий ориентированы на подростковую или детскую аудиторию, однако мало кто может предложить подобные экскурсии для более взрослой публики. Это не означает, что старшему поколению уже неинтересно что-либо активное и познавательное, просто почти никто не может предоставить ни одной качественной интерактивной экскурсии для взрослых, хотя это имело бы немалый спрос.

В общем и целом, видно, что только при тщательном пересмотре уже укоренившихся и, как говорится, классических методов предоставления экскурсионных услуг, можно улучшить качество технологии их проведения. Только следуя в ногу со временем, только развивая с каждым годом все больше и больше данное течение, экскурсионный туризм в целом как направление получит небывалый взлет и невероятный спрос на свои предложения.

Отличным примером повышения качества экскурсионного обслуживания туристов может служить новая форма организации экскурсии – городской квест. В последнее время интерес к ним растет с геометрической прогрессией. Городской квест – это увлекательная игра, проходящая на улицах города, которая позволяет взглянуть на улицы по-новому, найти ранее неизвестные занятые места и узнать что-то новое из истории. Городские квесты – это также вид игр, которые происходят не в помещении, а на

территории парка, улиц, городских площадей и даже внутри музеев. Обычно, в начале таких квестов игрокам либо выдают карту с маршрутом, либо предлагают скачать приложение на телефон, которое содержит карту игры. Перед стартом организаторы рассказывают о целях квеста и засекают время, за которое участники должны выполнить определенные задачи. Кроме того, некоторые из таких игр переступают жанр квестов, превращаясь в экскурсию-спектакль по городу. Здесь игроки уже становятся актерами, а окружающие их сады и парки – театральными декорациями. Обычно, но не всегда, сюжет городских квестов имеет отсылку к истории или литературе, предлагая окунуться в совершенно разные эпохи – от времен Ивана Грозного- до переломного 1917-го года. Кроме того, некоторые компании создают квесты не только на русском, но и иностранном языке, что еще больше усложняет задачи игры и делает ее любопытнее и интереснее. Такой вид квестов, как правило, помогает лучше узнать город не только приезжим, но и местным жителям, которые могут увидеть множество парадных достопримечательностей и неформальные, «не туристические», красоты города.

В случае, когда стандартная экскурсионная программа не вдохновляет, и городской квест – отличный способ провести необычную экскурсию по городу не только для гостей, но и для его жителей. Исторические факты и интересные места нельзя открыть на обычной экскурсии, проходящей по шаблонной программе, однако, самостоятельно принимая решение, как найти правильные ответы на все вопросы, можно здорово насладиться экскурсионным временем. Городские квесты можно проводить в любых регионах, а их создание не требует титанических усилий.

К примеру, городской квест в Москве под названием «Левиафан». «Левиафан» – квест в реальности, действие которого разворачивается на улице, стартуя от Пушкинской площади. По сюжету команде предстоит превратиться в заправских хакеров, чтобы добыть жизненно важный код, пока он не появился в сети. Квест длится 75 минут. По легенде квеста один талантливый и бесчестный хакер долго бился над созданием особенного вируса, который способен уничтожать данные и отключать все устройства, с которыми он взаимодействует. Участникам как его главным противникам предстоит найти код деактивации, пока вирус не попал в сеть и у людей не начались большие проблемы.

Таким образом, понятно, что любой квест, или любая интерактивная игра выглядит куда более привлекательнее и интереснее, нежели примитивная и типичная экскурсия по городу, где экскурсантам мучительно и однообразно что-то вещают через микрофон. Конечно, можно смело утверждать, что качество проведения любой экскурсии зависит даже не от того, насколько много денег в нее было вложено, а от того, насколько весело и

увлекательно она была проведена, какие мероприятия были предложены туристам во время экскурсии. Ведь, по сути, любая фирма продает не просто экскурсию, а впечатления от нее. И чем ярче будут эмоции туристов после экскурсии, тем больше популярности получит данная организация. А отсюда будет уже и спрос, и большая клиентская база, и прибыль. Также эта форма проведения экскурсий позволяет расширить целевую аудиторию городских экскурсий: выйти за рамки школьных групп, привлечь больше молодежи, местных жителей.

Подводя конечный итог, можно сказать, что качество технологии проведения любой экскурсии кроется лишь в самом замысле, в самой идее – в эмоциях. Нет каких-то конкретных правил проведения экскурсии (если, конечно, не говорить о стандартных программах). Главное здесь – это дать туристам то, чего они хотят. Позволить им провести время на экскурсии, следуя своим интересам, своим пожеланиям, чтобы они могли сами решать, как им ответить на вопрос и достать нужную информацию.

Список используемой литературы:

1. Гецевич Н.А. Основы экскурсоведения: Учеб. пособие. Минск: Изд-во «Университетское», 2013. - 251 с.
2. Александров Ю.Н. Подготовка и проведение экскурсий. М.: ЦРИБ Турист, 2010. - 301 с.
3. Долженко Г.П. Экскурсионное дело. Учеб пособие. Изд. 2-е. М.— Ростов н/Д.: Изд. центр МарТ, 2016. - 214 с.
4. Лобовская Р.А. Пешеходная экскурсия: Опыт и практика. М.:ЦПТК, 2012. - 198 с.

СПОСОБЫ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ОБСЛУЖИВАНИЯ ТУРИСТОВ НА ПРИМЕРЕ АСТРАХАНСКОЙ ОБЛАСТИ

Студентка: Тимофеева Влада

Преподаватель-консультант:

Недосвитий Наталья Владимировна

Колледж туризма Санкт-Петербурга

«Я по своей натуре чуточку скандальная, если я плачу деньги, а в туризме часто это не малые деньги, я хочу получить качество!»

Цитата туриста

Очень часто люди не получают должного отношения к себе и при этом молчат, вот основная проблема, по-моему, почему сервис в России так плох. Часть рестораторов и отельеров пользуются этим. Им просто некого бояться.

Я имею непосредственное отношение к сервису, после учебы я подрабатываю в ресторанчике. Я знаю, что такое ресторан изнутри. У нас есть свои проблемы, но за качество наших продуктов, за чистоту, за отношение к гостям мы ручаемся. Это не реклама, это пример грамотного руководства.

Смотря телеканал "пятница" и шоу ревизора, мне становится стыдно, что настолько запущенные заведения существуют, а самое главное их совсем не малая часть.

Я даже не могу представить, что чувствует человек, найдя в своей тарелке то, что совсем не должно там находиться.

Вот и появляется еще одна проблема - недобросовестные сотрудники и халатное руководство. Несмотря на то, что моя работа часто не поощряется "чаем", я обслуживаю гостей так, как хотела бы, что бы обслуживали меня. Хотя я думаю, что люди, которые работают среди тараканов, если найдут в другом заведение, в своей тарелке таракана, поднимут шум. Но разве это честно?

В России не важно, что ты работаешь, а важно лишь то кем ты работаешь. Но если задуматься, приходя в ресторан, вы не видите директора или шеф-повара, а кушаете блюдо рядового повара и общаетесь с девочкой официанткой, так же и в гостинице вы наблюдаете труды и уборку простой горничной. Этим профессиям мало платят и часто не уважают, отсюда и идет нежелание работать качественно, но именно с этих людей и начинается первое впечатление о ресторане/отеле.

Следующая проблема банальна - незнание иностранных языков, а значит, нет возможности построить диалог с иностранными туристами. В более менее крупных городах это проблема уже сходит на нет, а в интересных и потенциально готовых к туризму, но маленьких городах эта проблема стоит очень резко. В школах откровенно плохо преподают тот же самый английский, а курсы стоят денег. Но экономическая ситуация в маленьких городах оставляет желать лучшего.

Гости очень часто приезжая в гостиницу ведут себя, мягко говоря, некорректно. Тут конечно зависит от воспитания, но раз на раз не приходится. Приведу пример, не так давно я была в Каунасе, останавливалась в отеле сети Айбис, приятный чистый номер, тихая и спокойная гостиница, но на стене было видно замытое матерное слово, причем на русском языке. Нормального адекватного человека это приводит в замешательство, но есть же люди, которым это смешно.

Из-за таких людей гостиницам приходится идти на дополнительные траты. Многие отельеры начинают экономить, мол, и так ведь испортят.

Так же многие даже не в курсе ГОСТов, норм, законов и постановлений, работают "исходя из опыта». В России столько юристов, при этом юридическая грамотность народа

просто шокирует. Да, все знают ФЗ "о защите прав потребителей", но сколько человек его хотя бы раз читали? Хотя каждый из нас минимум 1 раз в день становится потребителем.

Вернемся к Астрахани. Я жила в этом городе 16 лет, знаю все его плюсы и минусы, всю подноготную так сказать. Несмотря на то, что это маленький город, отели здесь от хостелов до 5-ти звездочных, а общепит от забегаловок до модных ресторанов. Неплохо скажете Вы. Но у города куча проблем: недавно закрывшийся мусороперерабатывающий завод, не достаточные или не правильно распределенные инвестиции, незаинтересованность властей развивать и продвигать город.

А зря. Уже есть необходимые ресурсы, достаточно просто привести город в порядок и начать рекламировать. Сервис. Я не говорю что отели должны устанавливать дорогую мебель, шикарную технику и т.д. нет, отель - это в первую очередь ночлег, но вовремя ремонтировать или заменять изношенную мебель и технику - это обязанность.

Проанализировав отзывы на сайте <http://www.booking.com>, я поняла, что основные проблемы это как раз грязная обстановка и поломанные ручки, дверцы и т.д. Задача отеля поддерживать как раз чистоту и комфорт.

Меня приводят в шок отзывы про тараканов, плесень, паутину и т.д. сейчас ученые изобрели миллионы разной химии и от насекомых и для более тщательной уборки, но мы до сих пор сталкиваемся с этими проблемами. Это еще раз доказывает халатность.

Как решить эти проблемы? Нужна государственная программа, которая в отличии от ревизора сможет закрывать или крупно штрафовать недобросовестных рестораторов и отельеров, у которой будут полномочия полиции, санэпидемстанции, пожарной инспекции и что бы это тоже было на обозрении обычного народа иначе опять толку будет мало, коррупция в России не спит.

Я искренне благодарна телеканалу пятница за создание такого проекта как ревизора, потому что многие начали бояться, уже есть изменения и они в лучшую сторону. У меня есть примеры, когда заведение боится испортить свою репутацию и начинают повышать эффективность своей деятельности. Потому что ревизора всегда является без предупреждения, имеет большую аудиторию и один выпуск может обанкротить целое заведение.

В заключение я бы хотела сказать, что заведения, которые годами не соблюдают чистоту, халатно относятся к своей деятельности, хамят гостям, не соблюдают правовую базу, такие заведения нужно закрывать и точка.

Я рада, что в последнее время появляются новые отели и рестораны готовые предоставить хорошие условия для отдыха, которые соблюдают элементарные нормы

чистоты заведения и гигиены сотрудников, во главе у которых грамотные и честные менеджеры.

Я считаю, что в России хоть и запущенный сервис, но у него есть все шансы измениться в лучшую сторону, конечно, мы поздно вспомнили о внутреннем туризме, но лучше поздно, чем никогда.

Так же сейчас на российские путешествия сильно завышена цена, хотя это не правильно, лучшая реклама - это сами туристы, а получается, что путешествия внутри страны дороже, чем за ее пределами. Так же компания РЖД лишила студентов скидки, которая была приятным бонусом и еще одним аргументом в пользу поездок внутри страны.

Вот и получается, что мы как бы поднимаем туризм, а в итоге просто делаем вид. Нужны радикальные меры и грамотная стратегия, где сервис одно из главных звеньев, без учета которого дальше не продвинуться.

Список используемой литературы:

1. Туристский портал «Астрахань туристическая» [Электронный ресурс] - Режим доступа <http://vizitastra.ru/> - Дата обращения 11.11.2016
2. Астраханский центр туристкой информации [Электронный ресурс] - Режим доступа <http://travel30.ru/> - Дата обращения 11.11.2016
3. Министерство культуры и туризма в Астрахани [Электронный ресурс] - Режим доступа <https://minkult.astrobl.ru/> - Дата обращения 11.11.2016
4. Национальный туристский портал Russia Travel [Электронный ресурс] - Режим доступа <http://www.russiatourism.ru/regions/?fedok=111&freg=154> - Дата обращения 11.11.2016

**ИССЛЕДОВАНИЕ ВЛИЯНИЯ АРОМАМАРКЕТИНГА
НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ, В СООТВЕТСТВИИ
С ПРОФЕССИОНАЛЬНЫМ СТАНДАРТОМ СПЕЦИАЛИСТА**

Студентка: Янчевская Вероника

Преподаватель-консультант:

Смирнова Ирина Владимировна

Колледж туризма Санкт-Петербурга

Аромамаркетинг — направление маркетинга, использующее для продвижения товара различные запахи. Актуальность данной темы заключается в том, что в современном мире человек перегружен зрительной и слуховой информацией, поэтому эффективность традиционного маркетинга снижается. Использование обоняния позволяет

добиться нужного эффекта с меньшим объемом рекламы. Суть в том, чтобы создать у покупателя устойчивую связь «запах-образ». Тогда, почувствовав знакомый аромат, человек автоматически вспомнит и образ, связанный с этим запахом.

Исследования показали, что приятный запах побуждает к покупке 84% испытуемых, причем люди в 100 раз лучше запоминают аромат по сравнению с тем, что видят, слышат, трогают, а впечатление сохраняется на 60% через год.

Запахи действуют на психику человека еще сильнее, чем музыка и визуальные рекламные «раздражители». Решение о покупке чаще всего принимается на эмоциональном уровне, и обоняние здесь играет не последнюю роль.

К примеру, кофейные магазины, кофейни, кондитерские магазины часто устанавливают специальную систему ароматизации, при которой на улицу из заведений подается теплый воздух, насыщенный ароматом кофе или выпечки. Проходящие мимо люди невольно замечают запах. Замечено, что особенно зимой людям трудно удержаться от соблазна зайти и выпить чашечку напитка и согреться или полакомиться горячей выпечкой.

Еще один пример: пекарни «Французской булочной» и ресторанов «МакДональдз» через трубы подают аромат свежего хлеба прямо на улицу, и прохожие, ощутив голод, устремляются перекусить.

Использование запахов в торговле становится очень популярным. Таким образом, магазины (или сети магазинов) привлекают покупателей, создают уникальную, только им присущую, атмосферу в торговом зале и стимулируют продажи. Аромат выделяет магазин среди конкурентов и делает его узнаваемым, создаёт особый имидж. Считается, что благодаря "правильной" ароматизации помещения можно увеличить продажи магазина на 15-20%, в первую очередь, из-за увеличения доли импульсных (не запланированных) покупок, во-вторую – из-за увеличения средней суммы чека.

Разработаны запахи для продуктовых супермаркетов, магазинов бытовой техники и электроники, модных бутиков, ресторанов, отелей, торговых центров и прочие.

Помимо специфической задачи влияния на потребителей применение ароматов преследует и практические цели. Ароматизация магазинов необходима для освежения помещения и устранения неприятных запахов, которые возникают в любом оживленном месте. Чтобы избежать смешения запахов, "приносимых" посетителями, нужен "фоновый" аромат. Специалисты, занимающиеся ароматизацией магазинов, так и выделяют в своем арсенале средств смеси для нейтрализации (чтобы победить неприятный запах) и отдушки (уникальный запах в магазине).

Известно, что запахи затхлости и плесени отпугивают 80% потенциальных покупателей, поскольку такая же ассоциация переносится на весь предлагаемый товар (несвежести, залежалости, брака), в то время как правильные ароматы способны вызвать доверие покупателя, убедить в качестве и актуальности товара.

Профессиональные средства помогут не просто заглушить неприятный запах – они избавят от него благодаря наличию в их составе абсорбирующих веществ. Например, не просто избавиться от нежелательных запахов табака, рыбы, мяса, еды, гнили, сырости и т.п. Кондиционеры, в случае, например, с табаком, спасают лишь от сигаретного дыма – но запах остается, или если магазин находится в торговом комплексе вместе с кафе, и запах еды проникает в торговую зону. Применение ароматизирующего оборудования в этом случае поможет “провести границу” между зонами: уничтожит неуместный запах пиццы, блинов и кофе и придаст магазину свой неповторимый, располагающий к покупкам аромат.

Аромат свежей ДСП (древесно-стружечная плита) в мебельных магазинах способен испортить первое впечатление от посещения магазина и даже вовсе от него отвести клиентов, покупающих мебель ребенку или просто бережно относящихся к своему здоровью. Если же у входа в выставочные залы Ваши клиенты почувствуют ароматы благородных пород дерева, то у них закономерно возрастет доверие и желание покупать. Фабричные запахи мебели, вызванные обработкой материалов, клея, фольги, можно убрать ароматическими композициями. Благодаря этому ассортимент будет оценен выше за счет эмоциональных составляющих. Также ароматизация выгодно поможет подчеркнуть теплое настроение кухни (имбирь), благородство гостиной (сандал, кожа) или уют спальни (лаванда, роза). Продавцы мебели также используют аромат хвои, который хорошо сочетается с материалом, использованным в оформлении интерьера.

Некоторые примеры применения нейтрализующих ароматов:

- устранение запаха сырости и затхлости в магазинчиках, находящихся в цокольных этажах и переходах метро;
- устранение запахов еды, поскольку рядом с магазином находилась точка «Гриль»;
- устранение запахов табака и запаха «железной дороги» в привокзальном магазине;
- устранение характерного запаха в зоомагазинах, магазинах Second Hand и Стоках;
- отсутствие всякого запаха в спортзалах и фитнес-клубах;
- «перебивание» устрашающего запаха медикаментов и «стоматологии» в приемной одной из частных клиник.

Ароматизировать магазин нужно осторожно и по законам психологии. Определенные ароматы обладают способностью вызывать конкретные эмоции, неподвластные нашему сознанию. Исследования говорят о том, что определенные запахи имеют различное воздействие на человека. Жасмин, роза, мята и гвоздика повышают работоспособность и уменьшают сонливость. Ароматы лаванды, ромашки и сандалового дерева помогают расслабиться и снимают напряжение. Запах определенных сортов розы "провоцирует" сговорчивость и податливость.

Аромат должен логически соответствовать продукту и его покупателю. Поэтому при его разработке маркетологи начинают с определения целевой аудитории, составления ее профиля и определения тех элементов брэнда, которые клиент находит наиболее привлекательными.

- Покупателям-женщинам нравятся цветочные ароматы, мужчинам - более терпкие запахи. Исконно "мужскими" считаются ароматы кожи, табака, дубовой коры.
- Интенсивность восприятия запаха зависит от пола и возраста покупателей. Женщины более восприимчивы к запахам, чем мужчины, им присуще более тонкое, чем мужчинам обоняние, которое к тому же всегда тренируется, поскольку женщины чаще готовят еду, пользуются косметикой и парфюмерией.
- Чем старше человек, тем хуже его обоняние. Половина покупателей, которым за 65 лет, и три четверти тех, кому за 80, вообще не ощущают запахов.
- Время года и температура окружающей среды влияют на восприятие запаха: при влажной жаркой погоде сладкие запахи «удушают», а морозной зимой уместнее пряные, «теплые» запахи.
- Утром запахи воспринимаются менее остро, чем к концу дня.

Непросто подобрать аромат конкретно для каждого магазина. «Правильный» аромат в интерьере торгового предприятия должен восприниматься дорого и быть похожим на парфюм — ненавязчивый, улавливаемый лишь при первых мгновениях «встречи» покупателя с магазином, нести едва уловимый шлейф и быть запоминающимся, чтобы четко ассоциироваться с определенным магазином.

По результатам исследований, влияние ноток некоторых ароматов на покупателей таково:

- Ваниль увеличивает уровень продаж орошенных отделов на 15%, особенно в детских магазинах;
- Книги и пресса, пахнущие свежей типографской краской, продаются лучше своих малоароматных коллег;

- Запах натуральной кожи стимулирует продажи даже тех изделий, которые сделаны из заменителей;

- Запах сандалового дерева - запах стиля и изыска, - прекрасно подойдет для магазинов одежды, особенно классической мужской одежды и аксессуаров.

- Запах корицы и имбиря улучшат настроение и «согреют» покупателя в холодное время года, навевают романтические нотки настроения, что уместно в магазинах подарков, сувениров, предметов для дома.

С помощью запаха можно подчеркнуть «праздничное настроение» в магазине. Теплые ароматы хвои, гвоздики, корицы и мандаринов перед Рождеством и Новым годом помогают лучше продаваться подаркам, запах шоколада – неотделим от сердечек в День Святого Валентина. Запахи долгожданных цветов уместны 8 Марта.

Чтобы аромат стал характерным для вашего магазина и запомнился покупателям, не стоит часто менять запахи. Смену аромата лучше всего приурочить к смене сезона 2 раза в год (весна-лето и осень-зима). Особые праздничные запахи «запускаются» на период распродаж и праздничных дней.

Для ароматизации магазина используется специальное оборудование.

Самый дорогостоящий вариант - это электронный освежитель воздуха, который действует по принципу пульверизатора

Распространять запах в магазине можно также через систему кондиционирования и вентиляции – это дешевле, затраты идут только на баллоны с ароматизатором.

Еще один вариант - приобрести сосуды с ароматическими наборами (засушенные травы, лепестки цветов и т.д.). Правда, запах будет менее интенсивным, с ограниченным радиусом действия и выветрится уже через неделю.

Дорогие бутики не скупятся на ароматизацию и пользуются настоящими парфюмами или запахами живых цветов, а не их имитатором в баллоне. Например, воздух в магазине «Boss Hugo Boss» наполнен ароматом живых цветов, причем эта торговая марка рекомендует определенные виды цветов для всех своих магазинов.

Живые цветы создают домашнюю теплую обстановку, особое настроение. Они источают свой особенный запах, навевают воспоминания о чем-то приятном, располагают покупателя к совершению покупок.

Ароматизироваться может не только торговый зал, но и витрина. За рубежом довольно распространено мыть витрины моющими средствами со специальными отдушками.

Вообще непродовольственные магазины дают наибольшую свободу для экспериментов с запахами, тогда как в продуктовом магазине лучший аромат - это его

отсутствие. Впрочем, можно использовать "естественные" ароматы, вызывающие аппетит: запах свежей выпечки, копченых мяса и рыбы, птицы-гриль в соответствующих отделах. Главное - избежать смеси этих запахов. Слишком уж тонка грань между положительным и отрицательным эффектом.

Нужный аромат в нужном месте относится к событийному маркетингу, как и любезный персонал, дизайн, красивое освещение и стиль торгового зала.

Обязательно нужно помнить, что подобные средства воздействия на потребителя будут эффективны только в комплексе с надлежащим качеством товаров, грамотной ценовой и ассортиментной политикой.

Список используемой литературы:

1. Журнал «Маркетинг Менеджмент» 2014г.
2. Воропаев Д.С., Арома – Гипноз, Москва, 2016 г.
3. <http://www.psychology.ru/library/2772>
4. <http://aromamarketing.ru/>
5. <http://www.aromatoff.com/aromamarketing/aromamarketing1.html>

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ В СПЕЦИАЛЬНОСТИ «ЗЕМЕЛЬНО-ИМУЩЕСТВЕННЫЕ ОТНОШЕНИЯ». ТВОРЧЕСТВО. КАРЬЕРА

Студентка: Терновая Юлия

Преподаватель-консультант:

Расина Татьяна Александровна

Колледж туризма Санкт-Петербурга

Современная инновационная экономика требует подготовки специалистов, отвечающих стратегическим задачам будущего. Это одно из условий развития и стабилизации нашего общества. Преподавательский состав делает все возможное, чтобы помочь студентам найти необходимую им индивидуальную сферу приложения их интересов, способностей, обеспечить профессиональную подготовку эрудированного, широко образованного, компетентного специалиста, владеющего информационными технологиями, способного креативно мыслить и решать нетрадиционные задачи [1, с.2].

Актуальность подготовки специалистов по земельно-имущественным отношениям

В России с начала 90-х годов проводится земельная реформа, однако ни правовая база, ни общегосударственная концепция этой реформы до сих пор полностью не созданы. Решение многих проблем в этой области отдано местным властям, что породило к концу

90-х годов множество региональных моделей развития земельно-имущественных отношений.

Формирование цивилизованных рыночных отношений предполагает переход земельно-имущественного комплекса на качественно новый этап развития, а именно - превращение земли в реальный высокодоходный производственный ресурс путем обоснованного применения экономических регуляторов и эффективных финансовых механизмов.

В исторической ретроспективе отношения к собственности, как доминанты экономического строя общества, претерпевали неоднократные изменения, обусловленные стремлением преодолеть противоречие между ограниченностью вовлекаемых в производство ресурсов и возрастающими потребностями людей. В поисках путей максимализации эффективности производительных сил общество периодически трансформировало формы собственности на средства производства и механизм государственного участия в управлении экономикой. Центральным звеном общественно-экономических отношений всегда выступали отношения земельной собственности [2, с.4].

Земля представляет собой уникальный природный ресурс. Она является единственным местом существования человечества, основным и единственным фактором организации его производительных сил, участвующим в создании всех других продуктов и благ. Ограниченность и невосполнимость этого ресурса вызывает объективную необходимость общественного регулирования правовых норм и условий землепользования.

Вместе с тем, в рыночной экономике земля приобретает форму товара и может служить объектом имущественных сделок, результаты которых в той или иной мере способны ущемить интересы других людей и общества в целом. Поэтому введение рыночных отношений предъявляет повышенные требования к системе государственного учета и регистрации земельных участков, контролю за их правовым статусом и действующими обременениями, оборотом земли и ее рациональным использованием.

Для проводимого в нашей стране радикального реформирования земельно-имущественных отношений наряду с взаимоувязанным правовым, экономическим и информационным обеспечением процессов управления земельными ресурсами и иной недвижимостью необходимы высококвалифицированные кадры, имеющие соответствующую теоретическую подготовку и практические навыки работы в данной области.

В современном мире земля стала частной собственностью, объектом рыночных отношений. Сейчас профессии оценщика, специалиста по земельно-имущественным

отношениям относятся к разряду престижных. Престижность объясняется большим спросом на услуги специалистов в области земельно-имущественных отношений.

Выпускник впоследствии может работать в качестве специалиста по оценке земли и имущества, учета недвижимости. Он готовится к информационно-аналитической работе в области недвижимости и имущества в организациях, учреждениях различных организационно-правовых форм.

Подготовка специалистов по земельно-имущественным отношениям в Колледже туризма Санкт-Петербурга

Решением педагогического совета была начата работа по введению новой специальности 21.02.05 «Земельно-имущественные отношения». Данное решение принято на основе изучения конъюнктуры рынка труда. Проведенные наблюдения, опросы и исследования совместно со специалистами службы занятости населения города показали востребованность специалистов данной специальности. В школах преподаватели вели активную агитационную работу: рассказывали о техникуме, о специальностях, по которым ведется обучение и условиях приема. В колледже проводились Дни открытых дверей, на которых абитуриенты могли задавать интересующие их вопросы и получать на них компетентные ответы.

Таким образом, профориентационная работа со школьниками с одной стороны готовит их к обоснованному выбору профессии в соответствии с личными склонностями, интересами, способностями, содействует рациональному распределению трудовых ресурсов общества в соответствии с потребностями экономики в кадрах определенных профессии, и с другой стороны повышает привлекательность нашего образовательного учреждения.

Выпускник колледжа готовится к профессиональной деятельности в качестве специалиста по оценке земли и имущества, учету недвижимости, к информационно-аналитической работе в области недвижимости и имущества в организациях, учреждениях независимо от их организационно-правовых форм.

Основные виды деятельности специалиста по земельно-имущественным отношениям

Оценочная – определение целей оценки, идентификация объекта оценки, проведение технической экспертизы объекта оценки с учетом всех видов износа и обременений; составление отчета об оценке объекта оценки в соответствии с принятыми стандартами оценки; анализ условий формирования цен на рынке недвижимости; экономический анализ инвестиций в недвижимость; анализ ликвидности объекта оценки; составление смет, калькуляций.

Учетная – проведение технической инвентаризации (паспортизации) вновь возведенных зданий и сооружений; ведение исполнительной учетно-технической документации на законченный строительством объект; производство плановых сплошных обследований для учета жилищного фонда; ведение текущей регистрации инвентаризационных изменений; использование вычислительной техники для учета недвижимости.

Информационно-аналитическая – сбор и обработка информации для принятия управленческих решений; создание информационной базы данных объектов недвижимости на соответствующем рынке; обновление базы данных и анализ состава информации при технической инвентаризации (паспортизации) зданий и сооружений; создание информационной базы данных по операциям на рынке недвижимости, в том числе собственных продаж оценщика, для анализа рыночной ситуации и прогнозирования спроса и предложения; использование геоинформационных систем и других современных информационных технологий в профессиональной деятельности.

Земельно-имущественные отношения – область деятельности, обеспечивающая проведение учетной, инвентаризационной и оценочной деятельности, установление рыночной, инвестиционной, ликвидной или иной стоимости имущества, земли, информации, а также нематериальных благ [3, с.5].

Объектами профессиональной деятельности выпускника являются недвижимость, имущество, требующие учета, оценки или переоценки.

Выпускники нашего колледжа по этой специальности, несомненно, будут востребованы на рынке труда и смогут работать: в фирмах по оценке недвижимости; в отделе технической инвентаризации; в земельных комитетах; в регистрационных палатах; в экономических отделах и отделах управления имуществом промышленных предприятий; в отделах учета ценных бумаг; в риэлтерских компаниях.

Наши выпускники учатся:

- Использовать в своей профессиональной деятельности нормативную и справочную документацию; собирать, хранить и обрабатывать информацию;
- Определять объекты земельно-имущественных прав; проводить технологическую экспертизу объектов, подлежащих учету или инвентаризации;
- Проводить экономическую оценку недвижимости, информации, а также нематериальных благ; определять качество объекта Земельно-имущественных отношений;
- Пользоваться Гис-технологиями, работать с цифровыми и электронными картами; использовать другие информационные технологии, офисную технику;

- Оформлять документы оценочных экспертных заключений, применять компьютерную технику в режиме пользователя.

Как оценивается на рынке труда профессия земельно-имущественные отношения

Как видим, профессия очень сложная, но одновременно и интересная. Не зря говорят, что человек этой профессии – это и маркетолог, который исследует рынок, и юрист, который оформляет документы, и экономист, который всё должен правильно рассчитать, и даже учитель математики, который применяет формулы.

Но у каждой профессии есть положительные и отрицательные стороны. Очень хорошо, что можно много знать, уметь, постоянно чему-то учиться, постоянно быть занятым, много общаться с людьми разного круга. Но при этой профессии должны быть хорошо развиты такие качества, как усидчивость, точность, внимательность, нестандартное мышление, коммуникативность. Надо быть самостоятельным, организованным, ответственным. Если вы «обладатель» психических и нервных расстройств, явных физических недостатков, дефектов речи, то вам не по пути с профессией «земельно-имущественные отношения». Для вас это тяжёлая ноша.

В рейтинге профессий специальность 21.02.05 «Земельно-имущественные отношения» вошла в тридцатку наиболее перспективных и прибыльных во всём мире. И хотя в каждом регионе своя оплата труда (от 20000 до 60000 рублей), люди стремятся устроиться на вакантные должности. Биржа труда ещё недостаточно наполнена людьми этой профессии. Так что спешите – у вас есть шанс.

Перечень используемой литературы:

[1] *Бонюшко Н.А.*, Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета // Экономика и экономические науки / Отв. ред. И.К. Науменко, СПб.: выпуск №1, 2009.

[2] *Аристов М.А.*, История профессии земельно-имущественных отношений – <http://www.proprof.ru/>

[3] *Ахунова Р.Г.*, Подготовка специалистов по земельно-имущественным отношениям. – <http://birskcoop.ru/>

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ. ТВОРЧЕСТВО. КАРЬЕРА

Студент: Софенко Сергей

Преподаватель-консультант:

Липнина Ирина Алексеевна

Колледж туризма Санкт -Петербурга

Грамотных специалистов всегда мало, а хороших кондитеров – еще меньше. Клиенты все больше ценят новшество, качество, безопасность в создании пирожных, тортов. Такая профессия всегда останется нужной людям, ведь они так ждут от жизни счастья, а навыки, полученные при освоении профессиональных компетенций, помогут в этом деле.

Основа профессии кондитера относительно проста: готовить торты и десерты. Для этого нужно знать определенный набор рецептов, виды технологического оборудования, санитарные нормы, правила отделки и оформления, и многое другое. Востребованность профессии кондитера сегодня довольно высока и стабильна. В основном в учебных заведениях кондитеры получают универсальную подготовку, которая предоставляет возможность выполнять практически всю основную работу, необходимую на производственных фабриках и организациях общественного питания.

Обязанности кондитера будут разными, в зависимости от того, где он работает. На крупных предприятиях у кондитеров есть специализация: например, один специалист может отвечать только за выпечку, другой – занимается исключительно десертами.

Кроме того, кондитеру потребуется крепкое здоровье и физическая выносливость, так как приходится подолгу находиться на ногах в помещениях с достаточно высокой температурой. Важна и развитая вкусовая память, тонкая вкусовая и обонятельная чувствительность.

Профессиональные компетенции для освоения профессии.

Профессиональная компетенция — это понятие, характеризующее разные сферы деятельности человека, и представляющее собой обобщенные способы действий, обеспечивающих продуктивное выполнение профессиональной или иной деятельности. (Г.В. Безюлева).

Успешное овладение профессиональными компетенциями по профессии «Кондитер» дает возможность:

- применять современные кондитерские технологии, используя различные инструменты и приспособления;
- знать устройства, особенности и принцип работы заводской техники, этапы создания готовой продукции;

- разбираться в ингредиентах, их смешении, пропорциях;
- осведомленность в санитарно-гигиенических нормах общественного питания;
- умение осуществлять отбор качественной продукции, определять качество сорта;
- Готовить и оформлять основные простые и сложные хлебобулочные, мучные кондитерские изделия.

Необходимо подчеркнуть, что каждый модуль учебной программы по профессии «Кондитер» предусматривает формирование как профессиональных, так и общих компетенций, включающих в себя определенный уровень готовности к принятию решений, использованию интерпретации информации и т. д.

Освоение совокупности профессиональных компетенций, необходимых для выполнения трудовых функций и составляющих модули обучения, становится целью образовательной программы. Таким образом, в структуре образовательного стандарта профессиональные модули, включающие обязательный объем знаний, умений и практического опыта, необходимого для выполнения различных видов профессиональной деятельности, заменяют традиционные специальные дисциплины.

Освоение профессиональных компетенций у обучающихся по профессии «Кондитер» невозможно без соблюдения следующих условий:

- правильно подобранных методов обучения, таких как: (репродуктивных демонстрациях;)
- проблемно-поисковых (постановка практических и ситуационных задач);
- имитационных методов (анализ конкретных производственных ситуаций и задач; ситуационные решения; практические задания в процессе практики; обсуждение разработанных вариантов).
- необходимых средств обучения, обеспечивающих оптимизацию достижение целей, (например, наличие учебных пособий по ФГОС, профессии « Кондитер», документация, необходимая для уроков учебной практики, инструкционные карты, тесты);
- материально-технического обеспечения уроков учебной практики по профессии «Кондитер».

Значительную роль в повышении качества обучения будущих кондитеров играют:

- Лабораторные и практические занятия;
- Конкурсы для профессионального учебного модуля;
- Творческие задания;
- Выездные экскурсии;
- Мастер классы от ведущих Шеф – кондитеров города;
- Производственная практика.

Планирование профессиональной карьеры кондитера

Карьерный рост кондитера связан с повышением мастерства и накоплением профессионального опыта. Зачастую профессиональный рост кондитера связан с освоением новых приемов и способов работы, с обучением и специализацией. Также человек с профессией кондитера может осваивать смежные специализации, такие как: пекарь, повар, кулинар, технолог и т.п. Управленческий путь развития, Кондитер может начать руководить сменой, цехом, производством, расти по административной карьерной лестнице. В случае данного направления карьерного роста рекомендуется развивать управленческие умения, осваивать такие профессии, как: менеджер, инженер - технолог.

Первый разряд – это так называемый младший кондитер, или помощник кондитера. На этом этапе ещё не предъявляются требования к практическому опыту работы. Важно, чтобы младший кондитер умел приготовить простые хлебобулочные и кондитерские изделия, выполнить их простое оформление.

Самый высокий разряд – шестой, это шеф-кондитер. Он должен обладать большим опытом работы по специальности, уметь изготавливать и оформлять кондитерские изделия любой сложности. Как правило, это лауреаты крупных профессиональных конкурсов, люди очень творческие, способные сделать на заказ шедевр кондитерского искусства.

Творческие способности кондитер может проявить на конкурсах профессионального мастерства, международных конкурсах, профессиональных выставках, в исполнении заказных изделий и др. Главное иметь «легкую» руку, фантазию и воображение. Творчество в этом деле не требует спешки.

Выводы

- Профессия кондитер всегда будет одной из востребованных и самых творческих;
- Для успешного освоения профессии нужно закончить специализированное учебное заведение;
- Знание профессиональных компетенций помогают карьерному и личностному росту в дальнейшем.

Список используемой литературы:

1. Комлева М.В. Теория ресторанного бизнеса-
<http://www.scienceforum.ru/2015/1156/12278>
2. Фролов А.В. Ресторанный бизнес. Как открыть и успешно управлять рестораном-
http://tourlib.net/books_tourism/egerton5.htm
3. Петрова К.Л. Категории персонала в ресторанном бизнесе и требования к ним-
<http://guestmarketing.com/Kategoriipersonalavrestorannombizneseitrebovaniyaknim/>
4. Бутейкис Н.Г. Бутейкис – технология приготовления мучных кондитерских изделий

**ИССЛЕДОВАНИЕ ДЕЙСТВИЯ ПРОДУКТОВ НА ОРГАНИЗМ ЧЕЛОВЕКА ДЛЯ
РАЗРАБОТКИ РЕКОМЕНДАЦИЙ ЗДОРОВОГО ОБРАЗА ЖИЗНИ, В
СООТВЕТСТВИИ С ПРОФЕССИОНАЛЬНЫМ СТАНДАРТОМ СПЕЦИАЛИСТА**

Студентка: Бушкова Александра

Преподаватель-консультант:

Иваненкова Татьяна Евгеньевна

Колледж туризма Санкт-Петербурга

*«Пусть твоя еда станет твоим лекарством,
и пусть твоим лекарством будет твоя еда»*

Мудрость античных врачей о ценности здорового питания

В современном обществе за последние несколько лет повысился интерес к здоровому питанию. Кто-то, таким образом, пытается похудеть, кто-то просто проявляет заботу о своем здоровье.

Но здоровое питание подразумевает не только употребление полезной пищи. Нужно соблюдать правильное сочетание продуктов для здорового питания. Необходимым условием считается умение рационально комбинировать продукты, используя знания об основах их взаимодействия друг с другом.

Идея правильного сочетания продуктов питания существует очень давно. Еще врачи Древнего Рима выделяли неблагоприятные сочетания пищевых продуктов, плохо усваиваемых желудком, и призывали к осторожности в отношении соленых, тушеных,

очень сладких, жирных продуктов, но настоящий ее расцвет пришелся на вторую половину XX века.

Актуальность данной работы заключается в том, что мы не получаем пользы от пищи, которая не усваивается. Но еще хуже – неусвоенная организмом пища приводит к образованию ядов, которые очень вредны. Пищевая аллергия исчезает полностью, когда больные употребляют пищу в правильных сочетаниях. Люди страдают не от аллергии, а от не усваивания пищи. Аллергия - это термин, применяемый к белковому отравлению. Плохое пищеварение несет в кровеносный поток не питательные вещества, а яды.

В наши дни здоровье становится социальным свойством личности, обеспечивающим человеку в условиях рыночной экономики конкурентоспособность, материальную обеспеченность, профессиональное и жизненное долголетие. 25 октября 2010 г. N 1873-р утверждены Правительством Российской Федерации комплекс мероприятий в области здорового питания населения на период до 2020 года.

В исследовательской работе намечено: изучение правил сочетания продуктов для нормализации пищеварения, улучшения самочувствия, а также определение основных навыков в формировании рационального питания и выработке правильного отношения к своему здоровью.

Гипотеза: Сочетание продуктов, пищевые составляющие которых дополняют друг друга, помогают усваивать витамины и полезные компоненты, предотвращают многие заболевания.

Современные учёные считают, что человек «обречён» быть здоровым, потому что природой ему для здоровья дано всё. Просто нужно знать законы природы и вести себя в соответствии с ними.

Основными компонентами здорового образа жизни являются: питание, движение, расслабление, преодоление стрессов.

На первое место из них, конечно, нужно отнести рациональное (правильное) питание.

Основные требования к правильному (рациональному) питанию:

- ✚ калорийность пищи должна соответствовать энергозатратам человека;
- ✚ употребляемая пища должна состоять из необходимых организму питательных веществ в нужном количестве;
- ✚ пища должна быть хорошо усвояемой, правильно приготовленной;
- ✚ пища должна быть аппетитной, вкусной, ароматной;
- ✚ блюда должны быть оптимальной температуры;
- ✚ еда для одноразового приёма пищи должна приносить чувство сытости.

Основной постулат рационального питания – это система раздельного питания. Условия необходимые для переваривания различных видов продуктов, кардинально различаются. Идеологи раздельного питания утверждают, что при поступлении пищи одного вида ферменты, расщепляющие её, работают наиболее эффективно, что облегчает процесс пищеварения и дальнейшего метаболизма питательных веществ. При употреблении традиционной смешанной пищи активность пищеварительных ферментов тормозится и процессы переваривания нарушаются, что вызывает брожение или гниение пищи, интоксикацию организма, повышенное газообразование, обменные нарушения.

Таким образом, по гипотезе Шелтона, при правильном питании следует избегать определённых комбинаций продуктов, в частности нельзя комбинировать:

- ✚ углеводную пищу с кислой пищей;
- ✚ пищу, богатую белком, с пищей, богатой углеводами;
- ✚ два концентрированных белковых продукта;
- ✚ жиры с белками;
- ✚ кислые фрукты с белками;
- ✚ крахмал с сахаром;
- ✚ разные крахмалы;
- ✚ дыни и арбузы с другой пищей;
- ✚ молоко с другой пищей.

Крайним проявлением идеи раздельного питания является монотрофное сыроедение.

Все описанное настолько далеко от наших привычек, что не всякий сможет сразу перестроиться на такую систему питания.

Однако нельзя забывать, что продукты внутри каждой группы по отношению к той или иной пище часто ведут себя не одинаково. Да и люди разнятся между собой по ферментному составу соков, преобладающей микрофлоре. Подходящие сочетания для одного будут не всегда столь же удачными для другого, хотя главные положения остаются в силе.

Поэтому после досконального изучения правил и закономерностей усвоения пищи, становится очевидным, что совместимость продуктов для правильного питания является наиважнейшим фактором, обеспечивающим здоровье и молодость организма на долгие годы.

Каждый из нас хотя бы однажды испытывал состояние, когда что-то из нашей пищи не устраивало наш организм. Известно, что некоторые сочетания продуктов являются неподходящими. Но существуют продукты, которые мало того, что сами по себе

полезны, так еще и умеют усиливать положительные качества друг друга. А также очень важно знать, какие продукты питания можно употреблять вместе, в какой последовательности, а какие и вовсе употреблять отдельно.

Для того чтобы понять, по какой причине сочетание одних продуктов приносит организму только пользу, а других, наоборот, вред, необходимо изучить несколько вопросов:

I. С какой скоростью перевариваются те или иные продукты

❖ Жидкие и полужидкие продукты

- вода – усваивается практически сразу;
- соки и бульоны – усваиваются примерно через 15-20 минут;
- измельченные блендером овощи и фрукты – усваиваются через 20-30 минут.



❖ Фрукты

- арбуз – усваивается за 20 мин;
- апельсин, грейпфрут, дыня, виноград - около 30 мин;
- полусладкие фрукты (яблоки, груши, персики, вишни) – усваиваются не более 40 мин.



❖ Овощи

можно разделить на три группы:

- ✓ сырые
- ✓ вареные (приготовленные на пару),
- ✓ крахмалсодержащие.

На усвоение каждой подгруппы требуется разное время:

- сырые овощи - усваиваются за 30-40 мин, с добавлением масла – за 60-80 мин;

- вареные капуста, брокколи, листья салата, кабачки, кукуруза и фасоль дойдут до кишечника за 40-50 мин; морковь, свекла и репа - чуть более 50 мин.

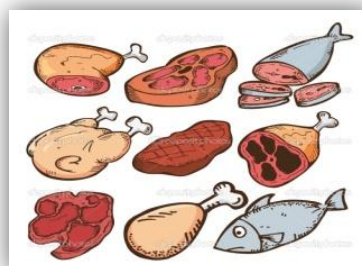
На переваривание крахмалсодержащих овощей необходимо следующее время:

- картофель, тыква, топинамбур – примерно 1 час;
- крупы, а также кукурузная мука - 1–1,5 часа;
- бобовые культуры, содержащие также в больших количествах протеин, - от 1,5 (бобы, фасоль); до 2 часов (чечевица);
- орехи – от 2 до 3 часов.



❖ Молочные продукты:

- обезжиренные – до 90 мин;
- изготовленные из цельного молока – около 2 часов
- твердые сыры – до 5 часов.



❖ Продукты животного происхождения:

- свинина усваивается в течение 4-5 часов;
- баранина, говядина – 3-4 часа;
- курятина – 1,5–2,5 часа;
- рыба 0,5-1 часа.



❖ Хлеб:

- хлеб и хлебобулочные изделия, изготовленные без использования дрожжей-усваиваются за 2,5-3 часа;
- аналогичные продукты, содержащие дрожжи - перевариваются 4-4,5 часа.

II. При каких условиях происходит переваривание

В основе совместимости продуктов питания лежит различие в условиях их переваривания. Например, белки расщепляются при помощи особого фермента, работающего при выделении желудком определённых кислот. Усвоение крахмалсодержащей пищи, возможно, только в щелочной среде. Наличие же кислоты значительно тормозит процесс. По этим причинам не следует совмещать белковую пищу с продуктами, содержащими большое количество крахмала, а тем более запивать её соком или закусывать фруктами.

Жиры и сахар также ухудшают переваривание белка, так как замедляют выделение желудочного сока. К тому же сахар переваривается только после белка. Вследствие долгого нахождения в желудке он постепенно начинает бродить. Сладкие продукты не рекомендуется совмещать также с крахмалсодержащими, так как в результате брожения сахара в желудке разрушаются ферменты, необходимые для расщепления крахмала. Молочные продукты лучше употреблять отдельно от любых других. Это связано с тем, что организм взрослого человека содержит недостаточное количество особых ферментов для их переваривания.

III. Допустимые и недопустимые сочетания продуктов и очередность их употребления.

Белковые продукты - лучшая совместимость у таких продуктов с зеленью и овощами, не содержащими крахмал. Не стоит также совмещать в одном приеме пищи различные виды белков.

Продукты на основе бобовых культур - наиболее выгодными для организма является сочетание фасоли, чечевицы и гороха с продуктами, содержащим большое количество жира (сметана, растительное масло).

Овощи, не содержащие крахмал - можно благополучно совмещать со всеми видами продуктов.

Овощи крахмалосодержащие – такие продукты лучше всего сочетаются с себе подобными (не допускается совмещать их со сладкой пищей).

Фрукты – так как они являются богатейшим источником полезных витаминов и микроэлементов, рекомендуется употреблять их отдельно, незадолго от основного приема пищи для сохранения этих свойств. Невыполнение данного условия может привести к загниванию их в полости желудка.

Молоко и молочные продукты – не рекомендуется сочетать данную пищу не с какой другой, в редких случаях и незначительных количествах допускается комбинировать с фруктами и овощами, не содержащими крахмал.

Орехи – рекомендуется сочетать с растительным маслом, кислыми фруктами и овощами различных видов, а, также с кисломолочными продуктами.

Итак, что же происходит при нашем традиционном питании?

Каша с маслом (крахмалы с жирами) или каша с молоком, (крахмалы с белками) попадая в желудок, превращается в смесь кислой и щелочной среды, которые нейтрализуют друг друга. В нейтральной среде питательные вещества не расщепляются, а подвергаются переработке гнилостными бактериями, живущими в желудке. В результате там образуется гниющая «помойка». Чтобы избавиться от нее, организм вынужден мобилизовать свои защитные силы, вырабатывать большое количество лейкоцитов, на что затрачивается дополнительная энергия, таким образом, если после традиционного завтрака вскоре хочется есть, значит организм (его клетки) остался голодным, а потратил свои силы на нейтрализацию «помойки» (пищевой лейкоцитоз).

Традиционный обед – суп на мясном бульоне – жиры + крахмалы + белки. Вновь получится ситуация переполнения желудка, которую путают с сытостью. Традиционная картошка с мясом приводит к выделению едких кислот в результате брожения.

Раздельное питание — как альтернативная форма — не является диетой. Это полноценная, вкусная, разнообразная еда.

Приведем пару примеров тело спасительных тандемов, которые помогут решить самые насущные проблемы со здоровьем.

I. Креветки и паста - Улучшают работу головного мозга

Витамин В и магний

Для нормальной работы клеток мозга необходим магний (его много по всех продуктах из непросеянной муки), а витамин В6 (его много в креветках) улучшает усваивание этого элемента.

Полезный совет

Самый простой вариант - паста с креветками. Быстро, вкусно и для ума полезно.

Альтернативный вариант

Большое количество витамина В6 содержится в печени, ракообразных и фисташках. А магнием вас снабдит большая порция белой фасоли или чечевицы.

II. Яблоки и черный шоколад - Предотвращает сердечные заболевания

Кверцетин и катехин

Одно из главных полезных веществ, которое содержат яблоки - это соединение кверцетин. Оно обладает сильными противовоспалительными свойствами и необходимо нам для защиты сердца, от болезни Альцгеймера, некоторых форм рака и болезни Паркинсона.

Шоколад, между тем, богат катехинами, фита-питательными веществами, которые помогают в лечении атеросклероза и рака. Объединив эти продукты, мы можем значительно улучшить функции сердечно-сосудистой системы и кровообращения, создадим хорошую профилактику против образования тромбов в крови, главной причины развития инфарктов.

Альтернативный вариант

Полезным сочетанием будет употребление горького шоколада с орехами в разумных количествах.

III. Лимон и шпинат - Поможет контролировать правильный уровень гемоглобина в крови

Железо и аскорбиновая кислота

Шпинат богат железом, столь необходимым для синтеза гемоглобина. Но самостоятельно оно способно усвоиться лишь на 2-3%, поэтому его усвоению следует помочь, употребив богатый аскорбиновой кислотой лимон.

IV. Печень и капуста - Для профилактики анемии

Железо и Витамин С

Сочетание печени и капусты является лучшей профилактикой железодефицитной анемии. Около 300 граммов печени в меню вместе с любым количеством капусты, в которой содержится витамин С, пополнят ваш организм 15 граммами железа, что является полноценной суточной дозой.

Подведем итоги: После досконального изучения правил и закономерностей усвоения пищи, становится очевидным, что совместимость продуктов для правильного питания является наиважнейшим фактором, обеспечивающим здоровье и молодость организма на долгие годы.

Предлагаемая статья призвана помочь сориентироваться в многообразии продуктов, запомнить основные принципы их сочетания.

Правильное питание помогает человеку сохранять работоспособность, избегать различных заболеваний, поддерживать нормальный вес, увеличить продолжительность жизни. На здоровое питание нужно переходить постепенно, чтобы это не было стрессом для организма. В любом возрасте не поздно перейти на правильное здоровое питание.

Здоровье является признаком культуры, оно даёт человеку значительно больше возможностей для реализации себя во всех сферах жизни.

Список используемой литературы:

1. Здоровая жизнь. <http://www.bibliotekar.ru/605/37.htm>
2. Сочетание продуктов <http://meditation-journal.com/sochetanie-produktov>
3. Совместимость продуктов <http://www.budolife.narod.ru/sovm.htm>
4. Совместимость для правильного питания <http://pitanieinfo.ru/pravilnoe-pitanie/sovmestimost-produktov#tablica-sovmestimosti-produktov>
5. Продукты дополняющие друг друга <http://www.gastronom.ru/text/produkty-idealno-dopolnyayushchie-drug-druga-1003301>
6. Герберт Шелтон раздельное питание <http://e-libra.ru/read/178060-zhizn-po-pravilam-zdorovya.-razdelnoe-pitanie-osnova-dolgoletiya.htm>

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ. ТВОРЧЕСТВО. КАРЬЕРА.

Студент: Пахотин Федор

Преподаватель-консультант:

Шаульская Елена Павловна

СПБ ГБПОУ Колледж кулинарного мастерства

В соответствии с ФГОС СПО - основным результатом профессиональной школы должна стать сформированность у выпускников колледжа общих и профессиональных компетенций.

Стандарт ориентирует нас на повышение качества профессионального образования, на результат, который призван обеспечить конкурентоспособность на рынке труда.

Сегодня важен не только уровень квалификации рабочего или специалиста, но и его личность, интеллект, его отношение к быстро изменяющимся реалиям - экономическим, технологическим, социальным, информационным. Это подразумевает помимо технологической подготовки целый ряд компонентов, необходимых сегодня выпускнику колледжа.

Понятие «компетенция» объединяет в себе не только знания и умения, но и способы мышления, деятельность, качественные личностные характеристики будущего профессионала.

Индустрия массового питания в Санкт-Петербурге развивается стремительно, отсюда меняются и требования, предъявляемые к выпускникам профессиональных колледжей. А если меняются требования, то меняется учебный процесс и сам урок.

Я не преподаватель и не знаю педагогических технологий, но вижу, что преподаватели используют разные формы проведения занятий. Цель таких занятий –

заставить учеников самостоятельно мыслить, анализировать, сравнивать, делать выводы. Искать необходимую информацию и из множества выбирать нужную.

Принимая на работу молодого специалиста, работодатель часто недоволен его профессиональной подготовкой. Проведенное анкетирование среди работодателей показало следующее: неумение пользоваться современным оборудованием, которым оснащаются современные предприятия общественного питания, незнание ряда технологических процессов, неумение работать быстро, совмещать качество продукции и рабочую сноровку. Сегодня работодатель хочет видеть выпускника не только дипломированным, но и компетентным. Одно дело констатировать недостатки профессионального образования, а другое дело – помогать их исправлять.

Мне и моим одноклассникам кажется полезным, когда занятия проводятся с привлечением самих работодателей. Например, технолог ООО «Бакалдрин» и преподаватель колледжа провели лабораторное занятие по модулю «Дрожжевое тесто». Если преподаватель показывал классические приёмы работы с тестом, то технолог производства демонстрировал приёмы работы, которые сегодня используются на производстве. К тому же на таких занятиях мы решаем множество «кейсовых» задач от работодателя. Такие формы проведения уроков расширяют образовательную среду, приближают к реальной профессиональной деятельности.

Проект «Я на рынке труда» проводится ежегодно в выпускных группах. Тема актуальна и значима для выпускников. Цель: расширение кругозора о рынке труда, обществе, возможностях профессии, трудоустройстве и построении карьеры. Работа над проектом постоянно вызывает интерес, помогает формированию таких компетенций и личных качеств, как коммуникативность, правовая грамотность, адаптивность, карьерная активность.

В деловой игре «Современные подходы к оснащению предприятий малого и среднего бизнеса» нас пригласил участвовать ресурсный центр Колледж туризма и гостиничного сервиса. Планирование и разработка исследовательских действий, сбор данных и их анализ, подготовка выводов и выступление участников, а также консультации специалистов, руководителей, социальных партнёров – это всё полезный опыт для будущих специалистов.

Творчество пробудить невозможно, если лично не участвуешь в профессиональных и творческих конкурсах. В этом направлении колледж предоставляет студентам большую возможность.

Не так много времени прошло с момента вступления России в международную организацию ВОЛДСКИЛЛЗ ИНТЕРНЕЙШЕНЕЛ. Мы гордимся, что стали частицей

этого движения, объединяющего молодых и творческих профессионалов, настоящих и будущих. Подготовка к конкурсам направлена на результат. Прилежание, добросовестный труд, творчество, личная ответственность конкурсантов, сознательное преодоление трудностей – всё это сказывается на результатах, воспитывает профессиональную самостоятельность, самоконтроль, формирует имидж современного специалиста.

Большая работа, проводимая в колледжах по становлению конкурентоспособных специалистов, даёт возможность стать хорошими специалистами, которые нужны Санкт-Петербургу и России.

Список используемой литературы:

1. Федеральный закон от 20.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации.
2. Приказ Минтруда России от 08.09.2015 № 610н «Об утверждении профессионального стандарта «Повар»»
3. Комплексная Программа развития профессионального образования в Санкт-Петербурге на 2011-2015годы.
4. Программа развития СПб ГБ ПОУ «Колледж кулинарного мастерства на 2013-2018..
5. *Есенков Ю.В.*, Организация образовательного процесса, основанного на компетенциях. Ульяновск:УИПК ПРО, 2015.
6. *Пахомова Н.Ю.*, Метод учебного проекта в образовательном учреждении. М.: АРКТИ, 2003.
7. *Новожилова М.М.*, Как корректно провести учебное исследование. М. : Планета 2011.
8. *Robert BOSCH GmbH*. URL. [http. ru. Wikipedia.org](http://ru.wikipedia.org).

СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПРИМЕНЕНИЯ ИНКЛЮЗИВНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ПОДГОТОВКЕ БУДУЩИХ СПЕЦИАЛИСТОВ ТУРИСТСКОЙ ОТРАСЛИ И ПЕРСПЕКТИВЫ ИХ РАЗВИТИЯ

*Студентка: Желудова Ульяна
Мальшева Ольга*

*Преподаватель-консультант:
Радзевич Ирина Даниеловна*

Колледж туризма Санкт-Петербурга

Человек ценен, независимо от того, какой он и каких успехов может достигнуть. Все люди имеют право на достойное человеческое существование; общество должно создать равные возможности для всех.

Инклюзивные технологии возникли в первую очередь в образовании. Инклюзивное образование является средством реализации концепции нормализации. Понятие «инклюзивное образование» (от франц.inclusif – включающий в себя) для нашей страны является относительно новым (вошло в обиход в конце 90-х годов). В Федеральном Законе № 273 – ФЗ от 29.12.2012 года «Об образовании в Российской Федерации» (ст. 2 п. 27) инклюзивное образование обозначено – это как обеспечение равного доступа к образованию для всех обучающихся с учётом разнообразия особых образовательных потребностей и индивидуальных возможностей [1].

Основная задача инклюзивного образования - создание доброжелательной и доступной среды, позволяющей обучающимся получать знания, в максимальной степени реализовать собственные возможности в постановке и достижении жизненных целей.

Образование, безусловно, важный аспект в жизни любого человека. Его необходимость не должна снижаться в зависимости от физических возможностей человека. Поэтому внедрение инклюзивных технологий в данную сферу необходимо.

Но, не стоит забывать, что человек от природы склонен к саморазвитию и самообразованию. Следовательно, его обучение не ограничивается школой или высшим учебным заведением. Люди приобретают знания и опыт в процессе жизни, исходя из своих интересов. Ограниченные физические возможности не должны мешать людям удовлетворять жажду новых открытий.

Многогранным аспектом духовных, культурно-познавательных, а также других составляющих интереса человека, помогающего людям развиваться, является индустрия туризма. Многие не могут путешествовать по различным причинам: от проблем со здоровьем до финансовых трудностей, следовательно, не способны удовлетворять свои ключевые потребности - духовные. Из вышесказанного можно сделать вывод, что индустрия туризма нуждается в более широком внедрении инклюзивных технологий. А именно в подготовке грамотных и психически устойчивых специалистов, которые способны работать не только с обычными людьми, но и с особенными, в том числе, с детьми, больными аутизмом.

Нарушением психического развития, которое характеризуется расстройствами моторики и речи и приводит к нарушению социального взаимодействия, является аутизм. Это заболевание оказывает сильное влияние на раннее развитие ребенка и на всю жизнь человека в дальнейшем. Не существует медицинских анализов, которые смогли бы диагностировать аутизм. Только наблюдая за поведением ребенка и его общением с окружающими можно поставить диагноз «аутизм».

Дети, страдающие аутизмом, не желают заводить друзей. Предпочтение такие дети отдают одиночеству, а не играм со сверстниками. У аутистов медленно развивается речь, они часто вместо слов используют жесты и не отвечают на улыбки. Аутизмом приблизительно в четыре раза чаще страдают мальчики. Заболевание это встречается довольно часто (5-20 случаев на 10000 детей).

Еще в 2000 году считалось, что распространенность аутизма составляет от 5 до 26 случаев на 10 000 детского населения. В 2005 году уже на 250-300 новорожденных в среднем приходился один случай аутизма: это чаще, чем изолированные глухота и слепота вместе взятые, синдром Дауна, сахарный диабет или онкологические заболевания детского возраста. По данным Всемирной организации аутизма, в 2008 году 1 случай аутизма приходится на 150 детей. С этого же года Организация Объединенных Наций (ООН), понимая глубину проблемы и тяжесть последствий для общества, провозгласила 2 апреля "Всемирным Днем распространения информации об аутизме". В 2012 году Центр по контролю за заболеваемостью в американских штатах рапортовал в среднем об 1 случае аутизма на каждые 88 детей. За десять лет количество детей с аутизмом выросло в 10 раз. Считается, что тенденция к росту сохранится и в будущем [2].

Человек, работающий в сфере инклюзивного туризма, в частности, с детьми, больными аутизмом, должен обладать не только стандартным набором качеств грамотного специалиста, но и специальными знаниями в области развития речи, академических навыков, психологии и нейропсихологии. Его социально-психологический портрет может включать следующий перечень качеств:

- коммуникабельность;
- доброжелательность;
- альтруизм;
- жизнерадостность и чувство юмора;
- широта знаний и взглядов;
- терпеливость;
- толерантность.

Грамотный специалист должен соблюдать некоторые правила позволяющие правильно общаться не только с детьми аутистами, но и с их родителями.

Пять способов проявить принятие по отношению к родителям аутичных детей:

1. Перестаньте использовать катастрофичный язык. Это опасно. Мы можем контролировать, как мы реагируем, и как мы общаемся с родителями, и СМИ несут львиную долю ответственности за это. Не нагнетайте обстановку, не говорите, что вам

жаль, потому что отчаяние опасно воздействует на родителей, из-за таких взглядов детей убивали!

2. Будьте рядом. Это самый надежный способ оказать помощь. Если родители страдают от стресса или хронической усталости, выслушайте их. Предложите им готовый обед, мытье посуды, посидеть с ребенком. И при этом не забывайте о пункте 1.

3. Не осуждайте и не давайте «ценных советов». «Я тут читала про диету/теорию/исследование/метод излечения», «А вы слышали, что Дженни Маккарти...», «Я уверена, он это перерастет», «Тебе нужно быть более последовательной». Вы хотите как лучше, мы это понимаем, но мы все это уже слышали, это просто очередная истерия в СМИ, лишь очередное наследие обвинений в адрес родителей. Я научилась задавать вопросы, а не предлагать советы или свое мнение о том, чего я не знаю: «Какие виды терапии вы планируете попробовать?», «Я обязательно поговорю об этом с врачом/учителем/терапевтом, посмотрим, что они скажут. Расскажи, что получится!» или просто «Хотелось бы мне предложить тебе какое-то решение. Если захочешь поговорить, то дай знать, по крайней мере, я всегда выслушаю».

4. Приглашайте их. Та вечеринка, которая наверняка будет слишком напряженной для их особого ребенка? Все равно пригласите их. Дайте понять, что вы действительно их ждете, спрашивайте еще на стадии планирования, сотрудничайте с родителями (и с ребенком, если это возможно), чтобы сделать вашу вечеринку более доступной, сенсорно-дружелюбной, безопасной, спокойной и принимающей. Вам может быть сложно учитывать потребности ребенка, которые вы не до конца понимаете, но для семьи, которой редко выпадает возможность сходить на праздник, ваши усилия будут значить очень многое.

5. Дайте им передохнуть. Зайдите на кофе и будьте готовы сами вытереть разлитый напиток. Сходите на прогулку и будьте готовы схватить ребенка, который побежал в сторону шоссе. Будьте готовы болтать в сопровождении громких самостимуляций. Пройдитесь по магазинам, потому что четыре руки лучше, чем две. Принимайте тот факт, что у ваших друзей или родственников есть аутичный ребенок, принимайте аутизм, научитесь чувствовать себя комфортно и наслаждаться его компанией.

А так же вот перечень советов как улучшить свое отношение с ребенком аутистом.

Пять способов проявить принятие по отношению к аутичным детям

1. Будьте терпеливы. На самом деле это относится к любым детям без исключения. У детей есть право быть рядом с вами в этом мире, есть право на полноценное участие в этом мире, который скоро будет принадлежать им. Дети в целом,

но в первую очередь дети с особенностями развития, могут только учиться правильному социальному поведению, они могут шуметь в библиотеке (но если они громко любят книги, то как можно на них злиться?), они могут постоянно ерзать рядом с вами в самолете, они могут разрыдаться в очереди к кассе в супермаркете, потому что они увидели ту шоколадку (возможно, вам она тоже нужна, просто вы научились выражать свои желания социально приемлемым способом). Вне всяких сомнений, мы все плохо себя вели хотя бы изредка (или часто), и, если нам повезло, то рядом с нами были терпеливые и понимающие взрослые, даже если нам самим не хватало терпения.

2. Спрашивайте и слушайте. Остановитесь, присядьте, чтобы оказаться на его уровне, слушайте его, дайте ему время подобрать слова, дайте ему возможность говорить — ему действительно есть что сказать.

3. Обсуждайте с ними их интересы. У многих детей в спектре аутизма есть очень удивительные интересы, либо интересы, в которых лишь они способны увидеть что-то удивительное, эти интересы позволяют им сохранить душевное равновесие и спокойствие, и порою, при правильной поддержке и поощрении, они могут стать экспертами в области своего интереса и сделать его своей карьерой. «Спросите у моей дочери что-нибудь о кондорах, и вас ожидает очень длинный (и очень информативный) разговор, и я уверена, что он доставит вам такое же удовольствие, как и ей. Присоединитесь к моему сыну, когда он собирает маленькие камушки в парке. Это успокаивает, и вы тут же установите с ним отношения, которых не добиться одними лишь словами.»

4. Общайтесь с ними и принимайте их коммуникацию с вами. Большинство детей в спектре аутизма имеют те или иные проблемы с коммуникацией, которые могут быть как сильно выраженными, так и почти незаметными. Если ребенок не говорит и не имеет других средств коммуникации, то вы можете наблюдать за его поведением, за тем, что он делает, что доставляет ему удовольствие — общайтесь на этом уровне или просто будьте рядом без привычной коммуникации, для многих это уже очень большой шаг. У меня не так уж много опыта с неговорящими детьми, но я знаю, что поведение — это коммуникация, и если вы относитесь к ребенку с принятием, и вам комфортно в его присутствии, то это тоже форма коммуникации, которая может оказаться очень полезной для вас обоих. Дети, которые могут говорить, также имеют отличия в коммуникации, так что мы должны осознать, что при общении с ними какие-то стереотипные аспекты коммуникации могут отсутствовать (например, очень часто это контакт глазами), кроме того, они могут иначе интерпретировать язык (смотрите пункт 2).

5. Любите их. Потому что, в чем еще нуждаются все дети, если не в любви и принятии? [3]

Индустрия туризма нуждается в более широком внедрении инклюзивных технологий, а именно подготовку грамотных и психически устойчивых специалистов, которые способны работать не только с обычными людьми, но и с особенными.

Ведь эти дети больше всех нуждаются во внимании, так как им сложно находить общий язык не то что с взрослыми, но и со сверстниками.

В результате данного исследования выяснилось, что грамотный специалист в сфере инклюзивного туризма, желающий работать не только с людьми, у которых ОВЗ, но и с аутичными детьми и их родителями, должен соответствовать социально-психологическому портрету и соблюдать определенные правила поведения.

В результате грамотного подхода специалисту удастся не только удовлетворить потребности особенных потребителей, но и привлечь больше внимания к данной проблеме. Ведь в нашей стране достаточно профессионалов, но не все они подготовлены с точки зрения психологии.

А в связи с тем, что количество больных с каждым годом только увеличивается, значимость внедрения инклюзивных технологий в индустрию туризма и подготовку специалистов растёт и становится как никогда актуальной.

Дети - это будущее любой страны и общества, и нельзя им пренебрегать, вне зависимости от того, какие они, эти дети.

Список используемой литературы:

1. ФЗ № 273 – ФЗ от 29.12.2012 года «Об образовании в Российской Федерации»
2. <http://www.autisminrussia.ru/html/autism.htm> сайт Аутизм в России
3. <https://www.miloserdie.ru/article/kak-obshhatsya-s-autistom-15-sovetov-na-kazhdyj-den-2/?gclid=CLyb6L3W0NACFUxlGQodTeEAJg> публикация фонда «Выход»

ЧЕМПИОНАТ WORLDSKILLS RUSSIA В СЕВЕРО-ЗАПАДНОМ РЕГИОНЕ ГЛАЗАМИ РЕГИОНАЛЬНОГО ЭКСПЕРТА

Андреева Юлия Александровна

преподаватель дисциплины

«Организация гостиничного дела»

региональный эксперт WSKR

Колледж туризма Санкт-Петербурга

модератор I-й секции

На VI городской научно-практической студенческой конференции
«Профессиональное образование как фундамент инновационного развития экономики РФ

в долгосрочной перспективе» участники одной из секций обсуждали важное для современного этапа направление движения среднего профессионального образования: "Взаимодействие профессиональных стандартов, движения WorldSkills Russia и инновационных технологий в профессиональном становлении конкурентоспособного специалиста".

Процесс профессионального развития личности, сопровождающийся овладением профессиональными компетенциями по конкретным специальностям и профессиям благодаря движению WorldSkills Russia получил реальную возможность опираться на зарубежный опыт Европейских стран и мирового сообщества.

WorldSkills International (WSI) – это международное некоммерческое Движение, целью которого является повышение престижа рабочих профессий и развитие профессионального образования путем гармонизации лучших практик и профессиональных стандартов во всем мире посредством организации и проведения конкурсов по профессиональному мастерству.

Движение WSI существует с 1946 года для того, чтобы мотивировать молодых людей конкурировать и создавать уникальные средства обмена и сравнения мирового опыта в различных сферах деятельности. Основной деятельностью WSI является организация каждые два года конкурсов в странах-членах Движения. Сейчас в WSI входит 75 стран.

На сегодняшний день это крупнейшее соревнование, в котором принимают участие как молодые рабочие, студенты университетов и колледжей в качестве участников в возрасте до 22 лет, так и специалисты, мастера производственного обучения и преподаватели – в качестве экспертов, оценивающих выполнение конкурсных заданий.

Движение WSI предоставило возможности:

- **Студентам** – участвовать в региональных, национальных и международных чемпионатах, доказывая себе и работодателям свою готовность к профессиональной деятельности (в частности, получить от работодателей приглашение на работу);
- **Преподавателям** – изучать современные технологии, лучшие мировые практики и определять вектор комплексного обновления технологий и методов обучения;
- **Учебным заведениям** – обновлять материально-техническую базу по специальностям и профессиям и проверять результат обучения;
- **Государству** – измерять и сравнивать уровень подготовки студентов РФ, участвующих в чемпионатах по стандартам WSI с требованиями международных стандартов;

• **Работодателям** – подбирать для себя персонал на этапе получения студентами профессионального образования.

Россия впервые приняла участие в чемпионате WSI в 2012 году, но успехами не отличилась. По результатам участия в чемпионате руководством страны была поставлена задача ориентировать результат подготовки и оценку уровня подготовки студентов на стандарты WSI.

Россия получила право проведения в 2019 году в Казани очередного международного чемпионата WSI.

В сентябре 2016 года отделение «Гостиничный сервис» Колледжа туризма и гостиничного сервиса впервые организовало и участвовало в региональном чемпионате WorldSkills Russia (WSR) по компетенции «Администрирование отеля». Опыт проведения соревнований на городских площадках у колледжа достаточно большой: в профессиональных конкурсах «Шаг в профессии» творческая группа разрабатывала и тематику, и сценарий, и перечень материально-технического оснащения, и маршруты для участников и критерии оценки. Особенность соревнований по стандарту WSR в том, что в техническом описании по компетенции «Администрирование отеля» присутствуют обязательные для выполнения во всех регионах:

- инфраструктурный лист – это перечень оборудования, мебели и расходных материалов и для конкурсантов и для экспертов, строгое выполнение, которого обязательно для всех организаторов чемпионата;

- стандарт WorldSkills;
- общие правила и процедура оценивания экспертами;
- требования к участникам
- набор задач (модулей), состоящих из обязательных для включения в чемпионат ситуаций. Ситуации в модулях или, как они воспринимаются всеми, конкурсные задания за два дня до чемпионата изменяются экспертами на 30%.

Отдельно предлагается использовать в качестве образца макеты мастерских из предыдущих конкурсов. В них указаны и схема расстановки оборудования, и планировка конкурсной площадки, и конфигурация и площадь.

Критерии оценки каждого конкурсного задания тщательно разработаны и также заранее известны. В компетенции «Администрирование отеля» каждый критерий имеет очень маленький вес от 0,1 до 0,3 баллов. За выполнение одного задания участник может получить в среднем около 3 баллов, а таких заданий 49. Поэтому предположить победителя заранее невозможно.

Поскольку конкурсы проводятся в разных регионах, то единые требования к проведению и оборудованию, единые задания и система критериев оценки, позволяют сравнивать результаты на уровне регионов. Кроме того, перевод в систему 100 баллов позволяет сравнивать качество обученности участников по разным профессиям и специальностям. Конкурсные задания по компетенции «Администрирование отеля» собраны в восьми модулях и выполнялись в течении 3 дней в строгой последовательности для каждого участника. Работа участника, начавшаяся в первом модуле, заканчивалась в восьмом. Рабочие места в соответствии с требованиями чемпионата были абсолютно одинаково оснащены для всех участников.

Участники должны были показать свое мастерство не только в умении вести беседы с гостем при бронировании и заселении в номер отеля, но и показать, как они умеют справляться с самыми необычными обстоятельствами, следуя основному правилу портье: успокоить человека в критической ситуации и наладить с ним контакт. При этом проверялась и выносливость конкурсантов: каждый конкурсный день начинался в 9.00 и заканчивался около 16.00.

В чемпионате приняли участие 6 колледжей Санкт-Петербурга. Экспертами работали по одному представителю от каждого колледжа и два работодателя. Общие результаты качества подготовки участников по компетенции «Администрирование отеля» лежали в диапазоне от 86,26 до 55,62.

Свидская Полина, студентка третьего курса Колледжа туризма Санкт-Петербурга стала победителем регионального конкурса WSR и приглашена для участия в отборочных соревнованиях для участия в чемпионате России.

Что же дала педагогическому коллективу колледжа такая интеграция в профессиональное международное сообщество? На этот вопрос хорошо ответила заместитель Председателя Правительства РФ Ольга Голодец: «Worldskills – это эффективный механизм для развития профессионального образования в России и доступа к ведущим технологиям в области производства и сервиса».

Польза огромная для студентов и преподавателей, так как

1. Преподаватели пересмотрели рабочие программы учебных дисциплин, МДК профессиональных модулей и учебной практики, ориентируясь на международные аспекты критериев;
2. Критерии позволили расставить приоритеты в тех навыках, которыми должны овладеть студенты;
3. Задания в модулях позволили определить слабые места в подготовке студентов;

4. Задания в модулях позволили обратить внимание на те аспекты в подготовке студентов, которые казались очевидными для преподавателей, но как показал чемпионат, трудны для выполнения студентами;

5. Удалось опробовать алгоритм предстоящего демонстрационного экзамена.

6. Появился опыт проведения соревнований по европейским стандартам.

Поскольку в настоящее время, опробованная практически всеми регионами РФ технология проведения соревнований, нашла отражение в ФГОС Топ-50, колледжи, участвовавшие в чемпионате, прошли один из этапов готовности к внедрению ФГОС ТОП 50. Как известно, новой образовательной программой предусмотрен демонстрационный экзамен, технология проведения которого должна соответствовать технологии проведения чемпионата по профессиональным компетенциям с участием работодателей.

РАЗДЕЛ 2

XXI ВЕК - ВЕК ВЫСОКИХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

ИННОВАЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ В ОБЕСПЕЧЕНИИ ПОЖАРНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ. БЕЗОПАСНЫЕ МЕТАЛЛОКОМПОЗИТНЫЕ ФАСАДНЫЕ ПАНЕЛИ

Студент: Бобров Виктор

Преподаватель-консультант:

Пономарев Сергей Васильевич

Колледж туризма Санкт-Петербурга

Инновационные подходы в обеспечении качества и безопасности товаров и услуг играют важную роль в гарантии безопасности жизни российских граждан и развитии экономики.

В целях повышения энергоэффективности зданий и сооружений появилась необходимость создания и внедрения инновационных решений в системы утепления наружных стен зданий.

Одним из таких решений стало использование навесных вентилируемых фасадов для повышения энергетической эффективности зданий, а также для создания новых



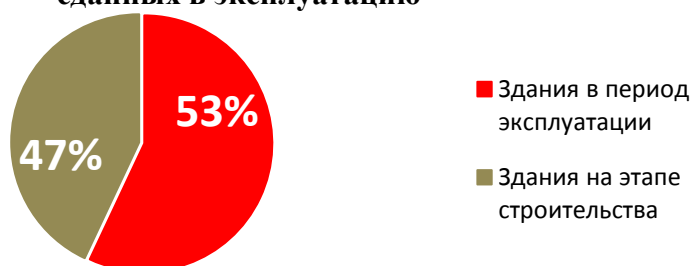
**Рис. 1. Здание с применением
композитных панелей**

архитектурных форм, улучшения других технических параметров здания и удешевления строительства.

В последние годы вопросам обеспечения пожарной безопасности навесных вентилируемых фасадов (НВФ) при строительстве и эксплуатации зданий уделяется особое внимание. Наряду со всеми достоинствами, главным и наиболее существенным недостатком вентилируемых фасадов является пожарная опасность, что доказали резонансные пожары последних лет, связанные именно с данными системами. Приведем некоторые из фактов пожаров и попробуем разобраться в причинах обуславливающих пожароопасность фасадных систем с вентилируемым воздушным зазором. Так в мае 2006 г. загорелся многоквартирный дом «Транспорт Тауэр» в столице Казахстана, городе Астане, в апреле 2007 - «Дукат-Плейс III» в Москве, в июле 2007 горел «Атлантис» во Владивостоке, в апреле 2013 пожар произошел в многоквартирном здании «Грозный-Сити» в г. Грозном, в сентябре 2014 от пожара пострадал жилой комплекс «Новая высота» в Красноярске. Это лишь несколько примеров пожаров, главную роль в которых сыграли навесные вентилируемые фасады.

Аналитика пожаров с применением навесных фасадных панелей.

**Соотношение объектов на этапе строительства и
сданных в эксплуатацию**



К настоящему моменту навесные вентилируемые фасады активно применяются при реконструкции и новом строительстве зданий по всей территории России. Широкое применение находят алюминиевые композитные панели (АКП). Благодаря высокой пластичности такого типа панели легко поддаются трансформации в любую форму, и в тоже время жесткость алюминиевого сплава в сочетании с композитным материалом наполнителя обеспечивают устойчивость динамического воздействия. Высокое качество поверхности, широкая цветовая гамма ее покрытия позволяет расширять возможности архитектурных решений, в частности, «вентилируемых» фасадов зданий.

Как правило, АКП – многослойный материал, состоящий из двух слоев алюминиевого сплава и внутреннего полимерного слоя. Наружный алюминиевый слой защищает многослойное покрытие, обеспечивающее стойкость материала к атмосферным

осадкам и ультрафиолетовому излучению на протяжении ряда лет. Внутренний полимерный слой панелей представляет собой композиционный полимерный материал, различающийся по своему составу и свойствам.

Использование различного по уровню пожароопасности композиционного материала влияет на пожарную опасность панели в целом. Однако следует учитывать, что алюминиевое покрытие при пожаре может плавиться, а «плав» загорается с образованием горящих капель [9].

Нами была проведена работа по изучению статистики расследований пожаров. На основании анализа статистики мы выявили, что причиной серьезных последствий (гибель людей, выгорание внешних и внутренних площадей здания) является горючий сердечник алюминиевых композитных панелей. Опасность использования горючих материалов при монтаже навесного вентилируемого фасада серьезно недооценена.

Из-за чего же возникают пожары в зданиях с НВФ? Непосредственными причинами большинства пожаров на навесных фасадах последнего времени становилось либо нарушение правил пожарной безопасности при проведении огневых работ при монтаже фасадных конструкций, либо нарушение правил устройства электроустановок при прокладке в навесной фасадной системе электропроводки и устройства наружного (иллюминационного) освещения.

Обращаем внимание, что пожарную опасность в системе НВФ, прежде всего, представляют горючие материалы: алюминиевые композитные панели (АКП) и гидроветрозащитные мембраны. АКП (алюкобонд) - это облицовочные материалы с группой горючести от Г1 (слабогорючий материал) при использовании внутреннего слоя на основе гидроксида алюминия и смолы, до Г4 (сильногорючий материал) при использовании в качестве внутреннего слоя полиэтилена. При пожаре составных частей вентилируемых фасадов происходит их полное сгорание и выделение токсичных дымовых газов, наносящих огромный вред здоровью людей и состоянию окружающей среды. Следовательно, при пожарах в зданиях с данными фасадами создается угроза для людей, находящихся в объёме пламени здания, а также сокращается время эвакуации и увеличивается риск для сотрудников пожарной охраны, принимающих участие в тушении пожара и организации спасения людей.

Таким образом, мы можем сделать вывод, что:

1) Необходим строгий контроль не только технической документации, но и тщательный мониторинг качества алюминиевых композитных панелей в период монтажа на объекте;

2) Фасадному рынку необходимы инновационные огнестойкие металлокомпозитные панели со стальными обшивками.

Год от года применение навесных вентилируемых фасадов при строительстве и реконструкции зданий только расширяется, в связи с этим мы рекомендуем применение металлокомпозитных панелей группой Г1 (слабогорючий материал), по международной классификации – FR+.

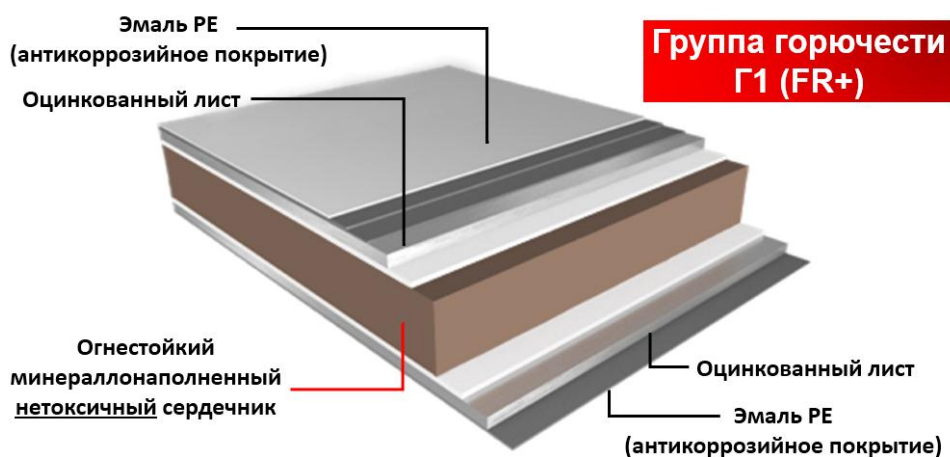


Рис. 2. Стальная композитная панель в разрезе

Благодаря учету особенностей пожарной безопасности навесных вентилируемых фасадов и соблюдению требований, предъявляемых к конструкциям, проектированию, монтажу и эксплуатации навесных фасадных теплоизоляционных систем, позволит понизить риск возникновения пожаров и потери в экономике Российской Федерации.

На основе анализа причин, особенностей и последствий резонансных пожаров, выявлены наиболее опасные факторы риска, которые позволяют сделать ряд практических рекомендаций, препятствующие возгоранию и распространению пламени по поверхности вентилируемого фасада.

Рекомендации:

Горючие материалы, входящие в составные части вентилируемых фасадов:

- в навесных фасадных системах следует применять только композитные панели со стальными обшивками, которые успешно прошли огневые испытания в составе навесных фасадных систем;

- при применении в ограждающих конструкциях горючих утеплителей оконные и другие проемы по периметру следует обрамляться полосами шириной не менее 200 мм из минераловатного негорючего утеплителя плотностью не менее 80-90 кг/м³;

- ограничение использования утеплителя: пенополистирол — до 12 этажей, минеральные и силикатные системы — до 25 этажей [7].

Пожарная опасность при использовании влаго-ветрозащитных мембран:

- при применении влаго-ветрозащитных мембран в сочетании с минераловатными плитами, имеющими различную внешнюю фасадную панель, строго запрещается [2];

- в связи с этим, при проектировании НВФ, от ветрозащитной пленки необходимо полностью отказаться в пользу более совершенной теплоизоляции или использовать исключительно негорючую мембрану;

- по высоте здания с определенным шагом необходима установка горизонтальных противопожарных отсеков вентилируемого фасада.

Воздушный зазор, создающий эффект тяги, способствующий увеличению скорости распространения пламени по фасаду здания:

- устройство через каждые 6-9 м вдоль всего периметра здания стальных горизонтальных рассечек, выполненных из тонколистовой стали толщиной не менее 0,55 мм, перекрывающих воздушный зазор и препятствующих падению горящих капель расплава пленки в случае возможного пожара [7].

- точный расчет толщины воздушного зазора.

Монтажные, сварочные, ремонтные работы:

- использование стальных элементов защиты по контуру оконных проемов;

- проектирование противопожарных отсеков оконных проемов.

Список используемой литературы

[1]. Гагарин В.Г., Козлов В.В., Лушин К.И., Пастушков П.П. К вопросу о применении ветрогидрозащитных мембран в навесных фасадных системах с вентилируемой воздушной прослойкой // Научно-технический вестник Поволжья. 2013. № 3. С. 120-122.

[2]. ГОСТ 30247 «Конструкции строительные. Методы испытания на огнестойкость».

[3]. ГОСТ 30403 «Конструкции строительные. Метод определения пожарной опасности».

[4]. Доброгорская Л.В., Бушманова А.В., Михайлова М.К., Далинчук В.С., Меры предотвращения пожаров навесных вентилируемых фасадов // Строительство уникальных зданий и сооружений. 2016. №9 (48). С. 34-51

[5]. Nizovtsev M.I., Belyib, V.T., Sterlygov A.N. The facade system with ventilated channels for thermal insulation of newly constructed and renovated buildings. Energy and Buildings. 2014. Vol. 75. Pp. 60–69.

[6]. Противопожарные требования при применении в строительстве систем фасадных теплоизоляционных композиционных с наружными защитно-декоративными штукатурными слоями. (Рекомендации). М.: ФГБУ ВНИИПО МЧС России, 2014. 55 с.

- [7]. СП 23-101-2000 «Проектирование тепловой защиты зданий»
- [8]. КРАСПАН провел натурные огневые испытания стальных композитных панелей с объектов ЖК Слобода Весны. – <http://www.kraspan.ru/company/news/Sertifikaty/KRASpan-provel-naturnye-ognevye-ispytaniya-stalnykh-kompozitnykh-paneley-s-obektov-ZHK-Sloboda-Vesny/>
- [9]. Пожарная опасность алюминиевых композитных панелей. – <http://www.mkfasad.ru/articles/11.html>
- [10]. Преимущества и недостатки различных видов фасадных панелей. – <https://kronastroy.ru/preimushhestva-i-nedostatki-razlichnyh-vidov-fasadnyh-panelej/>
- [11]. Тушение-пожаров-в-зданиях-с-навесными-вентилируемыми-фасадами. – <http://wiki-fire.org/Тушение-пожаров-в-зданиях-с-навесными-вентилируемыми-фасадами.ashx>

ФОРМИРОВАНИЕ СПРОСА НА УСЛУГИ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ, СТИМУЛИРОВАНИЕ ИХ СБЫТА МЕТОДАМИ ПРОДВИЖЕНИЯ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ

Студентка: Матвеева Юлия

Преподаватель-консультант:

Андреева Ольга Викторовна

Колледж туризма Санкт-Петербурга

На рынке ресторанных услуг возникла реальная конкуренция, а потребитель стал более искушенным, что поставило перед менеджментом предприятий этой сферы услуг целый ряд новых задач, таких, как необходимость повышения эффективности производства, укрепление конкурентной позиции, а это неизбежно связано с внедрением в повседневную практику ведения бизнеса современных достижений менеджмента и маркетинга.

Если ресторану удалось заинтересовать потенциального клиента на этапе знакомства с заведением и вовлечь его во взаимодействие, то вероятность первичного или повторного посещения ресторана резко возрастает. [6]

Все чаще люди ищут информацию о том, как, и где провести свободное время, пообщаться с партнерами, встретиться с друзьями в поисковых системах Всемирной паутины, потому что это очень удобно. Не выходя со своего рабочего места можно сделать выбор. Достоинства сети Интернет как информационного канала в его оперативности, относительной дешевизне и мобильности. [1,с.19]

Продвижение услуг предприятий общественного питания в интернете является сложным вопросом, потому что товар, который по сути продает ресторан очень и очень неуловимый. Это не что-то осязаемое как блюда кухни, и не абстрактный сервис, а некая особая ценность, ради которой постоянные клиенты готовы ехать отобедать каждый день именно в это место, приглашать партнеров на встречи только туда, рекомендовать и расхваливать друзьям.

Выбранная тема является актуальной исходя из того, что сегодня продвижение ресторанных услуг в сети Интернет для многих предприятий общественного питания превращается из экспериментов в необходимость. Для большого числа предприятий общественного питания, реклама в сети Интернет становится одним из самых эффективных инструментов привлечения клиентов.

В настоящий момент в литературе множество статей по формированию имиджа ресторана с помощью рекламных акций в СМИ, использованием наружной рекламы, организации PR компаний.

Недостаточная степень разработанности методов продвижения в сети интернет предприятий общественного питания, заставляют нас более подробно изучить их, чтобы теоретические аспекты сочетались с практическими и были бы направлены на совершенствование работы менеджера на предприятиях общественного питания.

Целью данного исследования является, выявление результативности мероприятий представленных в социальных сетях и сайте ресторана «Империя».

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- Рассмотреть применяемые методы привлечения потенциальных посетителей в предприятиях общественного питания в сети Интернет;
- Провести анализ применяемых методов на примере ресторана «Империя»;
- Определить эффективность методов формирования спроса, стимулирования и сбыта услуг ресторана «Империя» в сети Интернет.

Объектом исследования является деятельность ресторана «Империя». Предметом исследования – услуги, оказываемые в ресторане.

Методологической и теоретической основой исследования послужили работы зарубежных и российских авторов в области маркетинга, продвижения продукции ресторанного бизнеса. В качестве методов исследования были использованы сравнительный анализ, экономико-статистические методы.

Общепринятыми примером привлечения клиента во взаимодействие с заведением являются системы лояльности, основанные на дисконте или бонусах. Идеей этой системы является: поощрение развитие интереса посетителей к каким-либо дополнительным

выгодам, которые он получает от ресторана в виде скидок, дополнительных услуг или подарков.

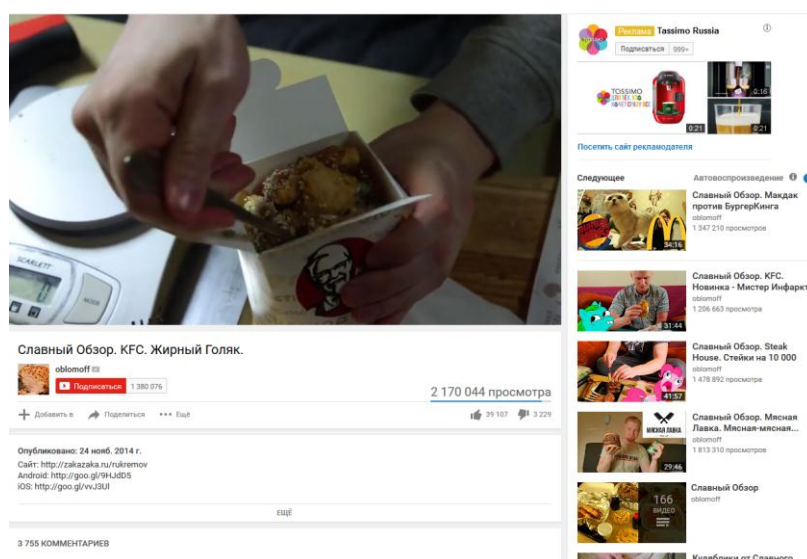
Главная цель вовлечения посетителей – получение возможности для ресторана установления дальнейших контактов с потенциальными клиентами, чтобы иметь возможность напоминать им о себе с помощью различных информационных поводов – акций, мероприятий, трансляций, бонусов, нового меню или шоу-программы. [3]

Кроме классических дисконтных методов вовлечения клиента в диалог существуют и так называемые виртуальные методы привлечения посетителей.

Одними из методов продвижения ресторанов с помощью сетевых технологий является вирусный маркетинг и реклама в социальных сетях.

Кампании по продвижению информации ресторанов, использующих вирусный маркетинг, имеют одну общую особенность: они должны нести заданную мысль, с помощью удивления, юмора или мистификации помогает передавать информацию по цепочке целевой аудитории, рекламируя тем самым заведение. Благодаря тому, что ресторан становится темой для обсуждения, создается эффект обмена мнениями. Примером данной технологии может быть создание видеоклипов. Данные видеоролики размещаются на серверах с высокой проходимостью, и если они будут интересны, их очень скоро распространят на множестве блогах и форумах.[2, с.189]

Пример вирусного маркетинга сети ресторанов быстрого питания KFC, Макдональдс, Steak House на YouTube.

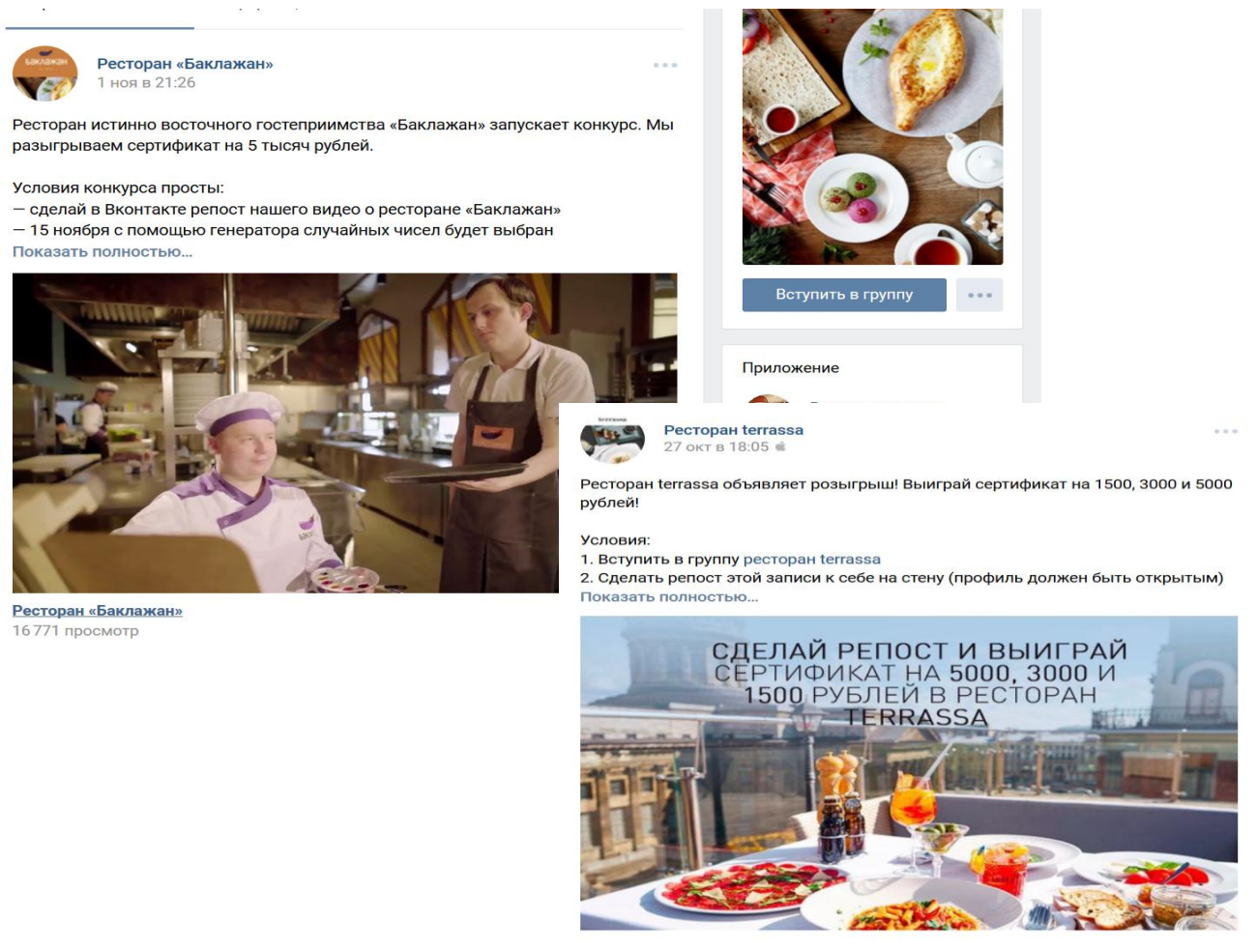


Социальные сети можно использовать для формирования сообщества вокруг идеи ресторана. Это самый эффективный метод вирусной рекламы. В соцсетях люди могут сами рекламировать друзьям любимые блюда и приглашать на мероприятия в вашем заведении.[4]

На страничках своего ресторана следует размещать разносторонний, не только рекламный, но и развлекательный контент, чтобы пользователям было интересно, и они могли оставлять комментарии.

Примером такого подхода может быть размещение в группе ресторана, кафе видеоролика, набрать наибольшее количество лайков, сделать репост и получить вознаграждение.

Инстаграм в отличие от других соцсетей, которые призваны помогать людям

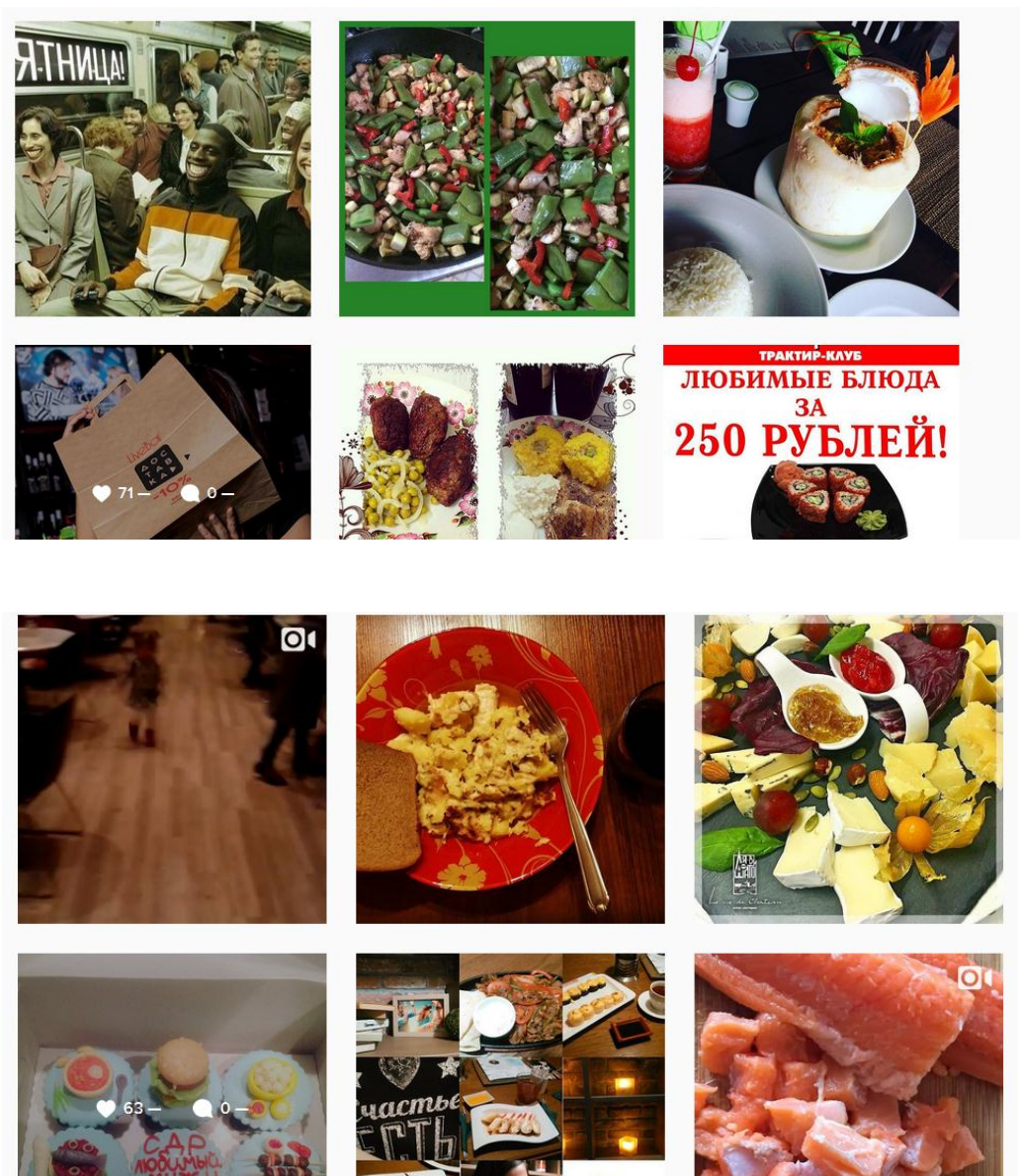


оставаться на связи с близкими и друзьями и продумывать тему и содержание публикаций о значительных событиях в жизни, применяет механику популяризации постов через хэштеги и геотеги, тем самым инициировал совсем другой тип социализации.

Теперь любой человек может заявить не только друзьям, но и всему миру о том, что увлекает его именно сейчас, и сделать это с помощью фотографии. Именно поэтому фотографирование еды в одночасье приобрело такие вселенские масштабы, ведь еда — одно из наиболее частых, повседневных впечатлений.[5]

Ключ к успеху заведений не массового сегмента заключается в развитии в госте желания приоткрыть секрет за названием блюда в меню и поделиться фотографией в

своей социальной сети. Эти любительские фото как рекомендации от посетителей заведения становятся мощнейшим рекламным инструментом, способным побудить людей, увидевших их, прийти, лично попробовать блюдо и получить возможность самому выложить в сеть такую же потрясающе аппетитную картинку.



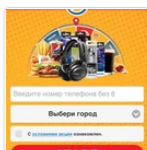
Метод геймификации в ресторанном маркетинге ещё один метод применяемый для продвижения услуг ресторана в сети.

Задача этого метода – вызвать у клиента интерес, основанный на какой-то игровой составляющей.

В основе технологии геймификации лежат три составляющие:

- развитие духа соревнования,
- накопление баллов
- и вознаграждение.

Примеры игровых программ:



Акция Burger King: «КИНГО! Играй и выигрывай каждый день»

Играй и выигрывай каждый день! Испытай удачу снова и снова - наушники Philips и ещё тысячи призов от Pepsi и Burger King ждут тебя!

Призы:

- ♦ Наушники Bass Sound, черные - 1 512 шт.;
- ♦ Наушники Bass Sound, белые - 192 шт.;
- ♦ Наушники Bass Sound, голубые - 216 шт.;
- ♦ Наушники Powerfull Bass, черные - 768 шт.;
- ♦ Наушники Powerfull Bass, белые - 192 шт.;
- ♦ Наушники Chromz, белые - 192 шт.;
- ♦ Наушники Chromz, черные - 192 шт.;
- ♦ Наушники DJ-PRO - 9 шт.;
- ♦ Напиток Пепси 0,5 - 19 000 шт.;
- ♦ Волпер Джунior - 2012 шт.;
- ♦ Наггетсы (5 шт) - 2522 шт.;
- ♦ Картошка фри джунior - 31 000 шт.;
- ♦ Пирожок с вишней - 3377 шт.;
- ♦ Кофе маленький - 4066 шт.;

[Подробнее](#)

Участие в акции:

- ♦ Для участия в Акции Участнику Акции необходимо загрузить в свое мобильное устройство (смартфон, планшет и т.п.) мобильное приложение BURGER KING®. Данное приложение доступно для свободного скачивания в PlayMarket, AppStore и др.
- ♦ Опция «КИНГО! Играй и выигрывай каждый день» будет загружена в мобильное приложение автоматически на период проведения Акции.
- ♦ Чтобы начать использовать опцию «КИНГО! Играй и выигрывай каждый день», Участник Акции должен ввести свой номер телефона в стартовое окно приложения. Вводимый номер мобильного приложения должен соответствовать федеральному формату +7XXXXXXXX. Ошибочно введенный номер телефона можно изменить в меню настроек.
- ♦ Как только Участник Акции вошел в опцию «КИНГО! Играй и выигрывай каждый день» он может вращать колесо BURGER KING® для возможности получить выигрыш. В сутки возможно одно вращение колеса BURGER KING®.

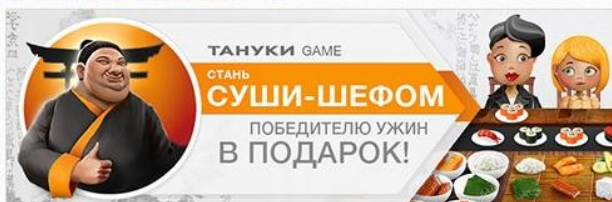
В случае выигрыша на указанный при регистрации номер телефона Участник получает SMS сообщение со ссылкой на инструкцию и уникальный код, который дает право получить полагающийся приз.

Регистрация кодов:

- ♦ При совершении покупки в любом из ресторанов BURGER KING®, перечисленных в Правилах, на сумму не менее 300 (трехсот) рублей Участник Акции получает буквенно-цифровой код за каждую сумму кратную 300 рублям, который указан в чеке на покупку. Этот код Участник Акции может ввести в специальное поле в опции «КИНГО! Играй и выигрывай каждый день».
- ♦ При накоплении определенного количества кодов Участник переходит на следующий уровень:
 - > 1 (один) код – переход с базового на первый уровень;
 - > 2 (два) кода – переход с первого на второй уровень;
 - > 3 (три) кода – переход со второго на третий уровень;
 - > 4 (четыре) кода – переход с третьего на четвертый уровень.

Конкурс Тануки: «Стань лучшим шеф-поваром «Тануки»

С 2 декабря 2013 по 31 декабря 2018
До окончания конкурса 2 года, 1 месяц



[Официальный сайт конкурса](#)

«Тануки» предоставляет возможность попробовать свои силы в приготовлении японских суши и роллов в новой виртуальной игре «Суши-Шеф».

Призы:

- ♦ Раз в месяц, игроку набравшему самое большое количество баллов - сертификат на бесплатный ужин в ресторане «Тануки»

Участие в конкурсе:

- ♦ Правила простые – выполняйте вовремя заказы гостей ресторана и получайте за это щедрое вознаграждение.
- ♦ Каждый, кто наберет больше 1000 игровых баллов – получит ролл «Эби Сирогиома» с креветкой темпура, угрём, лососем и кунжутном в подарок к заказу на доставку.
- ♦ Устраивайте турниры вместе с друзьями, совершенствуйте своё мастерство и завоюйте титул Суши-Шеф «Тануки»! Раз в месяц набравшему наибольшее количество игровых баллов присваивается звание Суши-Шефа и предоставляется сертификат на бесплатный ужин в ресторане «Тануки».

Исследование методов продвижения услуг ресторана «Империя» в сети Интернет

Предприятие «Империя» является самостоятельным субъектом, а также юридическим лицом, руководствуется в своей деятельности законодательством РФ. Вид деятельности - предоставление ресторанных услуг.

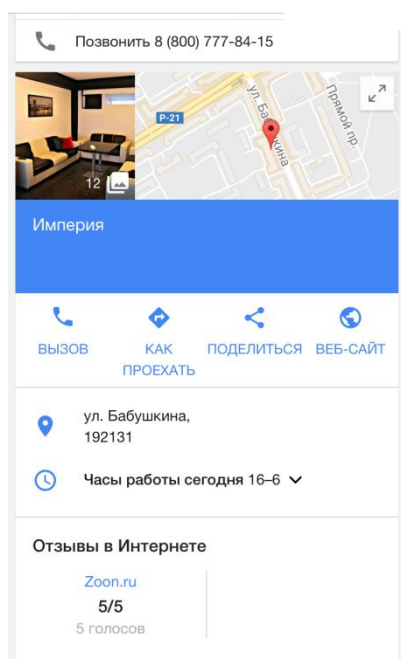
Исследования проходили в период с 1 мая по 31 августа

На начало и конец исследования статистика посещения сайта ресторана «Империя» представлена на скриншотах.

На сегодняшний день оценить качество и успешность применяемых методов продвижения услуг ресторана «Империя» можно на основании приведенной статистики посещения сайта и группы ВКонтакте.

Статистика по Империя на улице Бабушкина:			ИЮНЬ-ИЮЛЬ
Период	июнь	июль	
Показы	1424	2208	
Посещения	113	120	
Звонки все	0	0	
Уникальные отвеченные звонки	0	0	
Просмотры 3Д-тура	0	3	
Новые отзывы	1	3	
Переходы на сайт	23	26	
Переходы на VK-группу	14	22	

Статистика по Империя на улице Бабушкина:			август-сентябрь
Период	август	сентябрь	
Показы	3401	2939	
Посещения	154	208	
Звонки все	0	0	
Уникальные отвеченные звонки	0	0	
Просмотры 3Д-тура	15	36	
Новые отзывы	0	3	
Переходы на сайт	34	56	
Переходы на VK-группу	29	54	



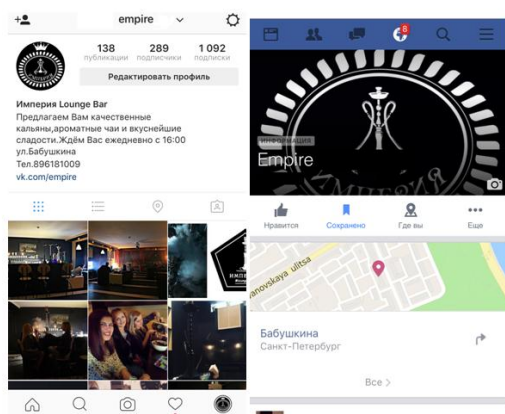
Основными методами формирования спроса на услуги общественного питания, стимулирование в деятельности ресторана «Империя» стали следующие.

Предприятие было зарегистрировано на некоторых крупных порталах, с помощью которых возможно отслеживать результативность и активность пользователей. Такие порталы включают классификацию заведений ресторанного хозяйства по различным признакам: тип

предприятия, кухня, услуги и другие. Кроме того, каждое представленное на сайте заведение обладает собственной анкетой, в которой отражена информация о меню заведения, его услуги, время работы, фотографии блюд и интерьера, а также ссылки на сайт ресторана. Зарегистрированные пользователи на сайте имеют право оставлять отзывы и выставять оценки о деятельности предприятий.

Чаще всего люди ищут рестораны, которые находятся рядом с нужным им местом — домом, работой или, допустим, стадионом, поэтому, Ресторан «Империя» обзавелся аккаунтами для предоставления новых акций для более широкой аудитории. Это сыграло большую роль в нашем исследовании.

Также на интернет-портале размещены баннеры предприятий ресторанного хозяйства города, которые сообщают посетителей о разнообразных акциях, новости и специальные предложения.



В период исследования в заведении были проведены акции:

1. Лимонад за отзыв
2. Система поощрения в виде наклеек.

Если посетители при получении чека сообщали о том, что заведение они нашли через Интернет, а точнее, какой-то определенный сайт, то за это получали наклейку, которую вклеивали в специальный буклет, и при посещении заведения в следующий раз получали приятный подарок в зависимости от количества наклеек на буклете.

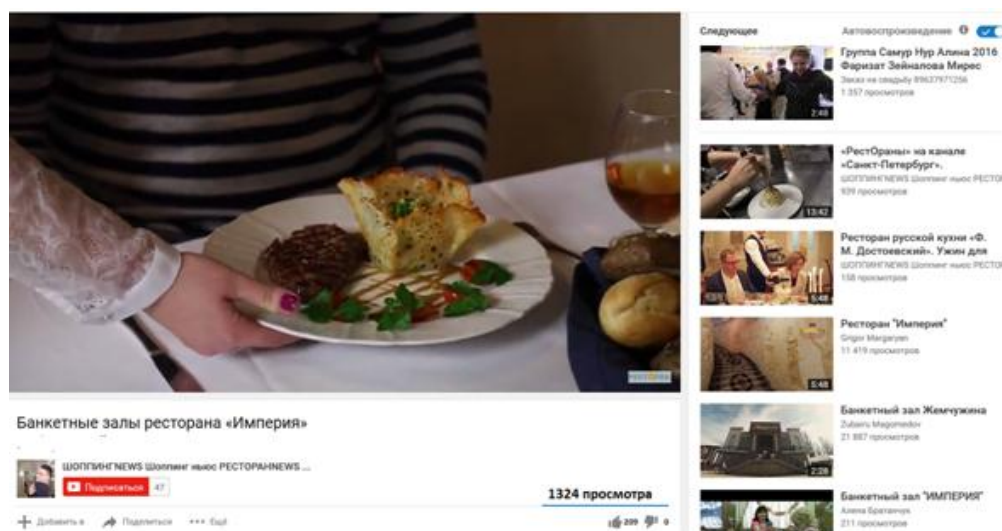


Дорогие друзья!
Мы спешим порадовать вас нашей новой акцией. Правила совсем простые:
1. Зайдите к нам в группу
2. Оставьте свой отзыв о Вашем посещении в обсуждениях группы.
3. Сделайте репост этой записи
4. Покажите репост и отзыв нашему администратору и вы получите в подарок лимонад (Груша или Тархун на Ваш выбор)
Мы вас ждем!

+ Ваш комментарий Отпр.

3. Акция «Счастливые часы» при бронировании столиков через сайт, тогда все посетители в определенное время получали скидку на свой заказ.

Пример вирусного маркетинга ресторана «Империя». На канале YouTube размещен ролик про банкетные залы ресторана.



Итог нашего исследования по ресторану «Империя» представлен на графике, на котором изображено позитивное увеличение интереса посетителей к данному заведению, вызванное стимуляцией спроса в результате продвижения в сети Интернет.



На основании приведенного графика можно сделать вывод, что продвижение заведения в сети Интернет рассмотренными методами открывает широкие возможности для привлечения клиентов.

Поскольку данный вид развлекательных и коммуникационных ресурсов, на современном этапе пользуется особой популярностью у интернет - пользователей, соответственно и отдача от пользователей и посетителей весьма ощутима.

Социальную сеть можно использовать по прямому его назначению — для связи с потенциальными клиентами. Дополнительное присутствие бренда в сети укрепляет репутацию заведения.

Таким образом, на примере ресторана «Империя» мы выяснили, что продвижение в сети Интернет заведений общественного питания позволяет увеличить клиентский поток и востребованность предприятия, и тем самым повысить конкурентоспособность в условиях рыночной экономики.

Список используемой литературы:

1. Алешина А.В. PR для менеджеров и маркетеров: учеб. Пособие/ А.В. Алешина; Гном - Пресс.-М.: Изд-во Гном-Пресс, 2015. -212с.
2. Беленкова А.А. Простой PR. : учеб. Пособие/ А.А. Беленкова; NT Press-М.,: Изд-во NT Press, 2016. -153с.
3. Сарафанное радио: как сделать так, чтобы о ресторане говорили? [сайт]. - Режим доступа: <http://www.cossa.ru>
4. Реклама и продвижение ресторана, кафе или бара [сайт]. - Режим доступа: <http://www.bizprofi.ru>
5. Ресторанный бизнес [сайт]. - Режим доступа: <http://www.openbusiness.ru>
6. Как привлечь гостей в ресторан [сайт]. - Режим доступа: <http://trade-drive.ru>

ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И АВТОМАТИЗАЦИЯ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ В СФЕРЕ СЕРВИСА

Студент: Галямов Ильдар

Преподаватель-консультант:

Липнина Ирина Алексеевна

Колледж туризма Санкт-Петербурга

Современное развитие экономики сопровождается активным внедрением различных информационно-коммуникационных технологий в различные сферы народного хозяйства, в том числе и в сферу услуг. Использование информационно-коммуникационных технологий в управлении гостинично- ресторанных комплексов открывает огромные возможности развития технологических процессов, позволяет согласовывать действия сотрудников и принимать совместные решения. С помощью информационно-коммуникационных технологий создаются системы управления трудовыми ресурсами, клиентоориентированные системы CRM, которые охватывают все

уровни управления персоналом, обслуживания клиентов и формируют ценностный подход в менеджменте.

Цель исследования — системы информационно-коммуникационных технологий в сфере сервиса как важного инструмента управления персоналом в гостинично - ресторанном комплексе с позиций ценностного подхода.

Задачи:

- рассмотрение сущности ИКТ в управлении персоналом в сфере сервиса;
- представление стратегии CRM и автоматизации рабочих мест как эффективного инструмента при формировании клиентурных отношений;
- формирование выводов по применению ИКТ в контроллинге персонала.

Информационно-коммуникационные технологии

ИКТ позволяют интегрировать разрозненные технико-экономические, организационно - экономические и управленческие процессы, происходящие в инновационной подсистеме. Крупные компании предприятий сферы сервиса, обладающие огромной клиентской базой и устойчивыми финансовыми резервами, могут позволить себе не заботиться о каждом из этих клиентов по отдельности — это слишком дорого и хлопотно. Компании, ограниченные в финансовых возможностях, вынуждены искать альтернативные пути донесения своей информации до клиента — они делают это в личном персональном контакте с любым из них.

Управление взаимоотношениями с клиентами CRM

Использование стратегии CRM позволяет существенно сократить расходы и увеличить коэффициент полезного действия каждого контакта сотрудника с потребителем. В рамках информационно - коммуникационных технологий CRM — это средство управления отношениями персонала с клиентами, позволяющее организациям фиксировать их взаимодействие, максимально расширять возможности получения дохода и повышать организационную и нормативную лояльность. Главное практическое предназначение стратегии взаимодействия с клиентами — увеличение прибыльности бизнеса через обеспечение удовлетворенности клиента. CRM система — это прикладное программное обеспечение, предназначенное для автоматизации стратегий взаимодействия сотрудников с клиентами с целью повышения уровня продаж гостиничных услуг, продукции ресторанов, кафе, оптимизации маркетинга и улучшения обслуживания клиентов. Средством достижения цели является информационная поддержка бизнес-процессов организации через организационно-экономический механизм реинжиниринг, которым должны владеть все сотрудники гостинично-

ресторанного бизнеса. Необходимым условием осуществления реинжиниринга бизнес - процессов является:

- I. использование современных информационных технологий;
- II. радикальность преобразований;
- III. высокая квалификация персонала;
- IV. надежные источники финансирования;
- V. удовлетворение клиентов.

В информационно-коммуникативной технологии CRM выделяют главные составляющие:

- I. маркетинг
- II. продажи
- III. сервис

CRM как эффективный инструмент в управлении персоналом и компанией

CRM - система не управляет бизнесом, но поддерживает и стимулирует развитие эффективных бизнес-технологий, главная ведущая роль отводится компетентной деятельности персонала. Обучение персонала прикладному программному обеспечению CRM предполагает наличие определенной философии и культуры отношений, краеугольным камнем которых является клиентоориентированность и ценностный подход ко всем процессам организации.

CRM-система с информационной точки зрения — это сложный процесс, автоматизирующий большинство бизнес-операций в соответствии с заложенной логикой. Следовательно, CRM-система будет эффективна только тогда, когда в ней будут работать общие бизнес-правила. CRM-система самостоятельно не рождает информацию о клиентах, персоналу ее нужно постоянно заносить в базу данных. Эта информация должна обладать такими качествами, как полезность, полнота, непротиворечивость и актуальность. Активное формирование и должное поддержание базы данных клиентов — залог эффективной работы персонала с клиентами и необходимое условие для автоматизации бизнес-процессов внутри CRM-системы. Главное предназначение CRM — это предоставление механизмов эффективного использования накопленных знаний персонала для построения бизнес - стратегии компании по максимальному удовлетворению потребностей клиента, помня о том, что удовлетворенность клиентов напрямую связана с бизнес - целями компании, а если точнее — с ее прибыльностью. Стратегия CRM требует определенного масштаба. Малый объем бизнеса не окупит инвестиций в информационно-коммуникационные технологии и бизнес-процессы. Эффективные приемы мотивации персонала при использовании стратегии CRM основаны на следующих принципах:

- I. создание производственных отношений, основанных на взаимном уважении, доверии, привлечении к сотрудничеству и открытом обмене информацией;
- II. внедрение принципов человеческого фактора в стандартные рабочие процедуры и процессы системы менеджмента качества;
- III. совместные тренировки по улучшению и оптимизации технологического процесса.

Специальная подготовка в области CRM - стратегии должна быть обязательным элементом профессионального развития навыков работы с клиентами. Полученные навыки интегрируются при проведении традиционных программ профессиональной подготовки, что позволяет:

- I. повысить эффективность обучения персонала;
- II. обеспечить формирование и закрепление сформированных навыков взаимодействия;
- III. перейти на комплексную систему профессиональной подготовки и компетентный подход к квалификации персонала.

Адаптируя международную систему специальной подготовки в области человеческого фактора, практики рекомендует при управлении персоналом использовать программу CRM по освоению 12 модулей:

- введение; основы психологии; отношение и поведение; понимание культуры; общение; рабочая нагрузка; ситуационная осознанность; лидерство и групповая динамика; принятие решения; ошибка человека; управление ошибками и опасностью; автоматика.

Системы автоматизации гостиниц, предлагаемые на российском рынке, предназначены в основном для исполнения в службах frontoffice. Наряду с программным обеспечением backoffice они образуют необходимый минимум функциональности, начиная с которого можно говорить об автоматизации гостиничного предприятия.

Использование CRM-тренингов знаний об индивидуально-типологических особенностях человека позволяет выйти на качественно новый уровень подготовки персонала в области человеческого фактора.

Выводы:

Важнейшим организационно-экономическим инструментом управления персоналом в сфере сервиса являются ИКТ, которые позволяют:

- сочетать целевой, системный, функциональный, ценностный подход в управлении персоналом и предоставлении услуг и сервиса;
- применять стратегию CRM как эффективный инструмент при формировании клиентурных отношений с использованием автоматизации рабочих мест сотрудников гостинично -ресторанных комплексов.

Список использованной литературы:

1. Балашова Е.Т., Гостиничный бизнес: как достичь безупречного сервиса. М.: Университетский лицей, 2003.
2. Иванов, А. А. Автоматизация технологических процессов и производств. Учебное пособие / А.А. Иванов. - М.: Форум, Инфра-М, 2015. - 224 с.
3. Шишмарёв, В. Ю. Автоматизация технологических процессов. Учебник / В.Ю. Шишмарёв. - М.: Academia, 2014. - 352 с.
4. Шишмарев, В. Ю. Автоматизация технологических процессов / В.Ю. Шишмарев. - М.: Академия, 2012. - 352 с.

Материалы из INTERNET:

1. [Otherreferats.allbest.ru](http://Otherreferats.allbest.ru/Производство_и_технологии/00168013_0.html) > Производство и технологии > 00168013_0.html
2. [Isup.ru](http://Isup.ru/Статьи_АСУ_ТП/ТОиР/733) > Статьи АСУ ТП > ТОиР > 733
3. Fedlab.ru
4. ru.wikipedia.org
5. [BiblioFond.ru](http://BiblioFond.ru/view.aspx?id=39250) > view.aspx?id=39250

**ДИСТАНЦИОННОЕ ОБУЧЕНИЕ – НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ
ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ**

Студент: Петухов Сергей

Преподаватель-консультант:

Цитцер Мария Сергеевна,

Колледж туризма Санкт-Петербурга.

Целью данной публикации является выявление проблем в системе заочного образования и нахождение путей решений данных проблем. Изучать проблему заочного образования мы будем на основе одной из форм в системе заочного образования – дистанционного обучения. Исходя из этого, в ходе проведения данной конференции необходимо обозначить следующие основные задачи:

1. Проанализировать проблемы дистанционного образования и пути их решения
2. Изучить технологию дистанционного обучения
3. Раскрыть эффективность дистанционного обучения

Рассматривать данную задачу мы будем на примере группы МО-31 Астраханского Политехнического Колледжа. В проведении междугороднего исследования нам помогла студентка Астраханского Политехнического Колледжа, группы МО-31 Воробьева Марина Игоревна.

Для того, чтобы понять будет ли являться дистанционное образование эффективным необходимо понять по какой причине студенты выбирают то или иное учебное заведение.

Среди студентов группы МО-31 было проведен опрос состоящий из двух вопросов:

1. По какой причине они поступили в данное учебное заведение?
2. Если бы была такая возможность, то какую форму обучения они бы выбрали?

В результате по первому пункту опроса мнения студентов разделились:

75% обучающихся поступили в данное учебное заведение не проявляя заинтересованность в профессии, так как в средние профессиональные учреждения поступает, как правило, профессионально ориентированная молодежь, не владеющая достаточными знаниями для поступления в высшее учебное заведение. В основном, это подростки от пятнадцати до семнадцати лет из малообеспеченных семей, личностно незрелые, с низким уровнем образованности.

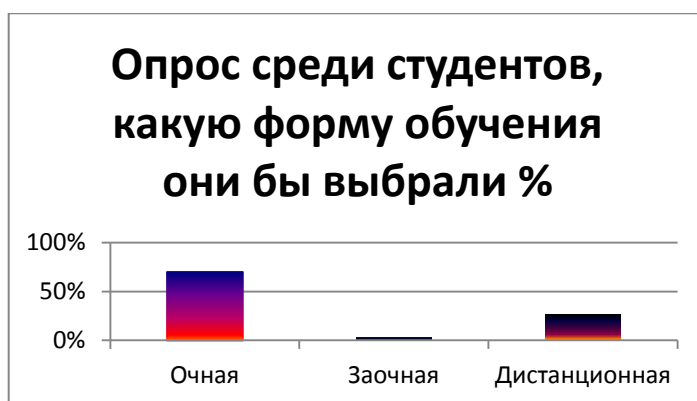
Отсюда целый ряд проблем при обучении: проблемы мотивации, неумения общаться со своими сверстниками, сложности адаптации подростков к новой среде, низкий уровень их самооценки.

Первокурсники, которых привели в колледж родители, порой проявляют явную незаинтересованность в обучении вообще и в освоении профессии в частности. Ситуация усугубляется слабыми знаниями по целому ряду предметов, отсутствием навыков самообучения, привычкой к формальной учебной деятельности, списыванию. У этих студентов не всегда получается найти общий язык с преподавателями, возникают конфликты.

Оставшиеся же 25% студенты, которые целенаправленно выбирали данную профессию проблем с преподавателями не имеют, однако хотели бы, чтобы связь с преподавателями можно было поддерживать и во внеурочное время, дистанционно, так как в последний год, в связи с кризисом, многие студенты, у которых даже есть способности к обучению, не могут себе позволить такую роскошь, как посещение колледжа каждый день, так как вынуждены зарабатывать себе на жизнь, в различных предприятиях города.

В результате исследования по второму пункту выяснилось, что если бы представилась такая возможность, то многие студенты хотели бы продолжить учение дистанционно.

Результаты опроса приведены в диаграмме 1.



Традиционное заочное образование в России постоянно предполагает прямой контакт студентов и преподавателей. Сессии проводятся, как правило, в самом учебном заведении. Во время сессии, продолжительность которых составляет 50-60 дней в году, студенты осуществляют контакты с преподавателями. Среди недостатков заочного обучения в его традиционной форме можно назвать: прерывистость учебного процесса; отсутствие постоянной обратной связи; проблема контроля качества обучения; затрудненный доступ к библиотечным фондам.

На основании проделанной работы можно сделать выводы, что одной из главных задач дистанционного образования в России должно быть адекватное, гибкое и эффективное предоставление обучения в соответствии с конкретными потребностями различных категорий обучаемых. Необходимо, чтобы удовлетворялись различные запросы студентов в отношении времени, места, частоты контактов с преподавателями, а также использовались наиболее современные и эффективные технологии.

Для решения вышеизложенных задач требуется пересмотр старых представлений в отношении методики преподавания, практики проведения учебных сессий, внедрения в практику заочного обучения новых технических средств. Дистанционное образование представляет собой вариант автоматизированного обучения, в котором компьютер выполняет роль как учителя, так и администратора – организатора учебного процесса, с использованием локальных или глобальных коммуникационных сетей. Данная система образования позволяет начать обучение с любого момента в зависимости от подготовки обучаемого. Кроме того, она дает возможность повышения качества и интенсификации обучения. Каждый студент получает возможность самостоятельно определять сроки получения образования.

Нельзя не обратить внимание на характерные черты дистанционного образования.

1. Гибкость: обучаемые в системе дистанционного образования не посещают регулярных занятий в виде лекций и семинаров, а работают в удобное для себя время, в удобном месте и в удобном темпе. Обучаемый имеет возможность на организацию своего

обучения в необходимом временном ритме, необходимом ему для освоения предмета и получения необходимых зачетов по выбранным курсам.

2.Модульность: в основу программ дистанционного образования положен модульный принцип. Каждый отдельный курс создает целостное представление об определенной предметной области. Это позволяет из набора независимых курсов-модулей формировать учебную программу, отвечающую индивидуальным или групповым потребностям.

3.Параллельность: обучение может проводиться с одновременным осуществлением профессиональной деятельности или учебной в другом заведении.

4.Асинхронность: процесс обучения, осуществляемый с использованием дистанционных технологий, протекает по удобному для обучающего и обучаемого расписанию или графику независимо от времени.

5. Экономическая эффективность: средняя оценка мировых образовательных систем показывает, что дистанционное образование обходится на 50% дешевле традиционных форм образования. Опыт отечественных негосударственных центров дистанционного образования показывает, что их затраты на подготовку специалиста составляют примерно 60% от затрат на подготовку специалистов по дневной форме.

6. Новая роль преподавателя: на него возлагаются такие функции, как координирование познавательного процесса, корректирование преподаваемого курса, консультирование при составлении индивидуального учебного плана, руководство учебными проектами и др. Он управляет учебными группами взаимоподдержки, помогает обучаемым в их профессиональном самоопределении.

7. Специализированный контроль качества образования: в качестве форм контроля в дистанционном образовании используются дистанционно организованные экзамены, собеседования, практические, курсовые и проектные работы, экстернат, компьютерные интеллектуальные тестирующие системы.

8. Использование специализированных технологий и средств обучения: технология дистанционного обучения - эта совокупность методов, форм и средств взаимодействия с обучаемым в процессе самостоятельного, но контролируемого освоения им определенного массива знаний. Материал, предлагаемый к освоению, аккумулируется в специальных курсах и модулях, предназначенных для дистанционного образования в соответствии с имеющимися в стране образовательными стандартами, а также в банках данных и знаний, библиотеках видеосюжетов и т.д.

9. Опора на современные средства передачи образовательной информации: центральным звеном системы дистанционного образования являются средства

телекоммуникации и их транспортная основа. Они предназначены для обеспечения образовательных процессов:

- необходимыми учебными и учебно-методическими материалами;
- обратной связью между преподавателем и обучаемым, а также самих обучаемых между собой;
- обменом управленческой информацией внутри системы дистанционного образования;
- выходом в международные информационные сети;
- включением в систему дистанционного образования зарубежных пользователей.

Перечисленные черты дистанционного обучения являются основанием для пристального интереса к нему. Они четко и ясно обозначают преимущества этого вида обучения перед традиционной образовательной практикой, создают предпосылки к широкому распространению и использованию возможностей дистанционного обучения.

Система дистанционного образования может и должна занять свое место в системе образования, поскольку при грамотной ее организации она может обеспечить качественное образование, соответствующее требованиям современного общества.

Список используемых источников:

<http://www.neuch.ru/referat/176052.html>

<http://www.bestreferat.ru/referat-87522.html>

ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И АВТОМАТИЗАЦИЯ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ В РЕСТОРАННОМ СЕРВИСЕ

Студент: Лазаренко Алексей

Преподаватель-консультант:

Липнина Ирина Алексеевна

Колледж туризма Санкт -Петербурга

Сектор информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) стало одним из важнейших составляющих экономического развития всего мира.

Ресторанный бизнес, как один из наиболее динамичных и рискованных, не может стоять в стороне от использования достижений ИКТ. Это касается как крупных сетевых, так и средних и малых предприятий отрасли.

На рынке ИКТ сегодня достаточно большой перечень программ для автоматизации ресторанного бизнеса. Сосуществуют программные комплексы старшего поколения и совсем молодые (Jowi, Quick Resto). Постоянное создание новых программных продуктов

для ресторанного бизнеса в большей степени обусловлено учетом в последних новых возможностях ИКТ и соответствующих изменений в технологии обработки данных.

Практически все используемые программы комплексной автоматизации построены по модульному принципу, что предоставляет возможность наращивать функциональность системы автоматизации бизнеса. Но есть и другая сторона этой технологии – начальная частичная автоматизация и необходимость докупать модули, что для малых и средних предприятий не всегда возможно. Разработчики нашли выход из этой ситуации – создали модуль со всеми основными функциями, необходимыми для начала нормальной работы любого предприятия ресторанного бизнеса (ПРБ) (TillyPadXL, iiko). Например, приобретая лицензию на одно рабочее место (iikoRMS Solo) владелец предприятия получает программное обеспечение для склада, финансов, алкогольной декларации, расчетов с поставщиками, управление персоналом, счета калорий и т.п. Это достаточно полная автоматизация малых предприятий – баров, фудкортов, столовых. Далее основной модуль может дополняться более специфическими модулями своей разработки либо стыковаться с программами других разработчиков (например, «1С», «Контур» и др.) в зависимости от желания и возможностей пользователей.

Значительное количество новаций в системах автоматизации ПРБ связано с появлением новых технологий доставки сервисов ИКТ потребителям – с облачными технологиями. На сегодня весь спектр систем автоматизации ПРБ с точки зрения предоставляемых сервисов можно разделить на автономные, облачные и гибридные.

Автономные системы устанавливаются локально в ПРБ, где и хранятся все данные. Доступ к данным возможен только из этого заведения, что осложняет работу удаленных собственников. Примерами локально устанавливаемых систем являются R-Keeper, iiko, АСТОР, Intellect Style, Pos Sector, РСТЬ: Рестораторъ и др.

Облачные системы полностью вынесены за пределы ПРБ, а рабочие места сотрудников подключаются к ним через интернет (MICROS американской корпорации MICROS, Quick Resto). В чистом виде таких систем совсем не много, т.к. вопросы работы сети, стабильной подачи электроэнергии являются сильными факторами риска – их резкое изменение гарантирует нарушение работы системы.

Гибридные системы учитывают положительные моменты обеих предыдущих систем и стараются нивелировать их недостатки. При работе системы актуальные данные выгружаются в локальный модуль, который ведет постоянный обмен информацией с удаленным сервером. В случае нарушения связи в сети работа продолжается на базе локального модуля. При восстановлении связи центральная база актуализируется. Этим обусловлено появление достаточно большого количества таких систем – Jowi, Poster,

GBS.Market, Трактирь и др. Большое количество интеграторов предлагает перевести и стыковать бизнес-приложения различных разработчиков в облачные структуры.

При автоматизации бизнес-процессов ПРБ необходимо использовать специализированное оборудование, которое следует разделить на две группы: – оборудование для обеспечения работы автоматизированной информационной системы ресторана;

К оборудованию автоматизированной информационной системы ресторана, кроме ПК, относятся сенсорные панели, динамичные меню-борды, POS- системы разного уровня сложности, КПК, планшетные компьютеры, чековые принтеры, мобильные терминалы данных, термостойкие сервис-принтеры.

Для ПРБ центром внимания всегда является клиент. Привлечение и удержание клиента в заведении в основном обеспечивает доходность последнего. Поэтому современные разработчики систем наибольшее внимание уделяется оборудованию, с которым тем или иным способом контактирует клиент.

На этапе привлечения клиента одним из средств визуального воздействия используются системы Digital Signage. Примером их использования может служить сеть ресторанов KFC [2], в каждом заведении которой динамичные меню-борды управляются из удаленного сервера в режиме реального времени даже в выключенном состоянии. Кроме того, данные могут загружаться заранее и при сбоях сети проигрываться с плеера. Система Digital Signage позволяет контролировать единую ценовую и ассортиментную политику, осуществлять оперативную смену контента по всей сети, уменьшить издержки.

Продолжением визуального контакта с клиентом и в то же время оформительским решением любых событий в заведении ресторанного бизнеса могут быть сенсорные панели, которые позволяют мгновенно менять обстановку и эмоциональное состояние клиентов.

Для принятия заказа от гостя используются: планшеты, мобильные терминалы, разработаны и используются системы самостоятельного заказа блюд гостем с помощью планшетов, вмонтированы в стол или стену зала. Последнее дает возможность гостю совместить процесс заказа с активным знакомством с меню, отдельными блюдами, ненавязчиво дать некоторые рекомендации по сочетанию блюд и напитков, ускорить получение расчетного чека, оперативно получить оценку качества обслуживания, отдельных блюд, всего заведения.

Самое современное достижение ИКТ для работы с клиентами – интерактивные столы, которые позволяют предоставить гостю все богатство Интернета. Они реагируют на несколько касаний (до 5 человек) и могут предоставлять нужную информацию. На

сегодня это достаточно дорогой и сложный инструмент, который используется только в четырех ресторанах мира. Но учитывая стремительность развития ИКТ, уже через несколько лет — это оборудование найдет более широкое распространение.

Другой участок, на котором наблюдается изменения в оборудовании — это кухня. Сейчас заказ через официанта POS-систему попадает на сервис-принтер кухни и распечатывается там. Для больших кухонь, где работает несколько поваров, есть уже более интересные разработки — KDS (kitchen display system). На KDS (большое табло) появляются заказы по порядку их поступления с использованием разноцветного выделения блюд, закрепленных за поварами. Система контролирует этапы приготовления блюд, может сигнализировать об опоздании. Официант в то же время видит степень готовности блюда.

Вторая группа оборудования — это высокотехнологичное multifunctionальное оборудование, которое можно подключать к информационной системе предприятия. К такому оборудованию можно отнести системы разлива напитков, которые позволяют оперативно фиксировать объемы отпущенных клиентам тех или иных напитков и тем самым не допускать злоупотреблений со стороны барменов. Это система мини-баров, например, компании Bartech, которые имеют программное обеспечение по контролю за наличием и сроками хранения продуктов, за открытием и закрытием бара.

На кухнях ресторанов все активнее используются программируемые пароконвектоматы, которые выпускаются российскими, немецкими и другими зарубежными фирмами. Таким оборудованием можно управлять дистанционно — включать и выключать оборудование, отслеживать его параметры. Аналогично можно использовать программируемое холодильное оборудование. К 2020-х лет прогнозируется значительное увеличение технических устройств, которые будут управляться через Интернет.

Ресторанный бизнес активно пытается использовать возможности Интернету для подъема имиджа предприятия и привлечения клиентов. Однако анализ наличия Wi-Fi зоны в зале предприятия и использования Интернета гостями в процессе отдыха не обнаружил значительного интереса к этому вопросу. Гости приходят отдохнуть, развлечься. Возможность выхода в Интернет не имеет стимулирующего значения при довольно значительном распространении ПК, ноут- и нетбуков, планшетов и мобильных телефонов. Успех интерактивных столов скорее в их новизне и редкости, чем в реализации функций отдыха. Поэтому Интернет для ПРБ несет больше производственные нагрузки — это элемент маркетинговой работы. Необходимо обратить внимание на такое

массовое явление, как социальные сети, и возможность их использования для активного привлечения клиентов.

Для больших предприятий и сетей ресторанного бизнеса использование социальных сетей становится доступным и действенным инструментарием для создания имиджа, привлечения гостей, специалистов для работы, получения данных об оценке деятельности предприятия. Такую работу без специальной подготовки выполнять не очень просто. Маркетолог должен знать, какие социальные сети есть, какой инструментарий по налаживанию и поддержке связей они имеют, иметь психологические знания по формированию активного контента для воплощения целей предприятия, определиться с оценкой эффективности работы.

К наиболее востребованным на сегодня сетевых сервисах можно отнести рекламу с географическим таргетингом, резервирование столиков через Интернет, использование систем лидогенерации.

ВЫВОДЫ. Таким образом, в процессе анализа наиболее перспективных направлений внедрения достижений ИКТ в работу предприятий ресторанного бизнеса были выделены следующие:

- разработка и использование автоматизированных информационных систем, которые сразу дают возможность автоматизировать все основные бизнес-процессы предприятия не зависимо от их размера;
- разработка и использование удаленных, «облачных» сервисов для уменьшения расходов и повышения уровня автоматизации управления предприятиями ресторанного бизнеса;
- разработка новых технологий в обслуживании клиентов на основе современных компьютерных и сетевых средств;
- внедрение высокотехнологичного многофункционального оборудования, которое можно подключать к информационной системе предприятия и которым можно управлять дистанционно;
- использование информационных сообществ, социальных сетей и других достижений информационно-коммуникационных технологий для повышения эффективности маркетинговой работы и привлечения новых клиентов.

Список используемой литературы:

1. Титова О.И., Тарасова Е.Ю. Информационные технологии в профессиональной деятельности экономиста и бухгалтера / Титова О.И., Тарасова Е.Ю. - 10-е изд. - М.: Академия, 2016;

2. Счесленок Л.Л.,ПоляковаЮ.В.,СынгаевскаяЛ.П. Организация обслуживания в организациях общественного питания/Счесленок Л.Л.,ПоляковаЮ.В.,СынгаевскаяЛ.П.-М.:Академия,2016;
3. Войтюшенко Н.Н. Особенности использования информационно-коммуникационных технологий в ресторанном бизнесе/Научный альманах.Экономические науки.-№9(11).-с.114-118.

XXI ВЕК – ВЕК ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Жбакина Тамара Федоровна

Преподаватель ИТ

Колледж туризма Санкт-Петербурга

модератор 2-й секции

XXI век – век информационных технологий, которые проникают во все сферы человеческой деятельности, обеспечивают распространение информационных потоков в обществе, образуя глобальное информационное пространство. Неотъемлемой и важной частью этих процессов является образование. Изменения, происходящие в образовании, отражаются на профессиональной подготовке преподавателей средне специальных заведений. Современный преподаватель должен обладать гибкостью и мобильностью в использовании информационных технологий обучения студентов профессиональных колледжей. Подобные требования предъявляются и к студентам. Они должны быть готовы воспринимать инновационные технологии в учебном процессе.

Доктор педагогических наук, заслуженный деятель науки Российской Федерации, действительный член Российской Академии образования , профессор Загвязинский В.И. в традиционном процессе обучения выделял следующие противоречия: активность преподавателя и пассивность ученика, учебная программа рассчитана на среднего ученика, недостаток индивидуального подхода, информация представлена в абстрактно-логической форме, ограниченность во времени

Использование информационных технологий в образовании позволяет решить эти противоречия: повысить активность обучающегося, дает возможность индивидуального подхода; интерактивные связи с различными образовательными ресурсами (библиотеки, справочники, словари) и образовательными сообществами (учителя, консультанты) для дистанционного обучения.

Для активизации работы по развитию научно-исследовательского потенциала студентов, формирования профессиональных информационно-коммуникационных

компетенций, привлечения внимания у обучающихся и преподавателей к использованию современных достижений науки и техники и привлечения студентов к учебно-исследовательской работе проводятся студенческие научно-практические конференции.

Ресурсным центром в Колледже туризма Санкт-Петербурга такая конференция традиционно проводится в ноябре месяце. Одна из секции конференции в этом году была посвящена новым информационным технологиям в образовании и в сфере услуг. Студенты этой секции провели исследования, оформили буклеты, сформировали презентации и подготовили выступления по темам:

- Галямов Ильдар «Информационно-коммуникационные технологии и автоматизация технологических процессов в сфере сервиса»;
- Матвеева Юлия «Формирование спроса на услуги общественного питания, стимулирование их сбыта методами продвижения в сети интернет»;
- Петухов Сергей «Дистанционное обучение – новые возможности подготовки специалистов»;
- Смирнова Екатерина «Плюсы и минусы дистанционного обучения в сфере туризма»;
- Лазаренко Алексей «Информационно-коммуникационные технологии и автоматизация технологических процессов в сфере сервиса».

Все выступления студентов были интересны слушателям-участникам конференции. Тема «Использование информационно-коммуникационных технологий в дистанционном обучении» в настоящее время очень актуальная. В своих выступлениях студенты сделали обзор платформ для организации дистанционного обучения, отметили плюсы и минусы такого обучения, провели опрос студентов по вопросу «Какую форму образования вы предпочитаете?». Очень интересное выступление подготовила студентка 371 группы Колледжа туризма Матвеева Юлия. Тема ее выступления «Формирование спроса на услуги общественного питания, стимулирование их сбыта методами продвижения в сети интернет». Юлия провела мониторинг методов продвижения рекламы предприятий питания в сети интернет и представила в своей работе результативность этих методов на примере ресторана «Империя», в котором она была на практике. Все студенты, выступающие в секции «XXI век - век высоких информационных технологий», систематизировали большие объемы теоретической информации, провели исследовательскую работу по выбранной теме, сделали выводы.

СОДЕРЖАНИЕ

Предисловие	3
РАЗДЕЛ I Взаимодействие профессиональных стандартов, движения Worldskills и инновационных технологий в профессиональном становлении конкурентоспособного специалиста	4
Ананьев Виталий, Розанцева Н.В. <i>Колледж туризма Санкт-Петербурга</i> Интенсификация развития новых направлений в производственной практике, самоподъемные опалубки как основа повышения эффективности и производительности труда	4
Косолапова Елена, Булакова Е.Е. <i>Колледж туризма Санкт-Петербурга</i> Инновационные технологии организации логистического процесса в складских предприятиях	8
Жоголева Юлия, Гаврилова С.А. <i>СПБ ГБПОУ «Петродворцовый колледж»</i> Популяризация профессии кондитер через проведение соревнований по стандартам worldskills.	13
Мальгинова Алена, Волохова Е.П. <i>Колледж туризма Санкт-Петербурга</i> Оценка перспектив образовательного туризма в КНР в рамках реализации ПК 3.1 ФГОС 43.02.10 Туризм	18
Лебедев Владислав, Образцова Н.В. <i>Колледж туризма Санкт-Петербурга</i> Использование подземного пространства Санкт-Петербурга	21
Шерасова Кристина, Булакова А.С. <i>Колледж туризма Санкт-Петербурга</i> Интенсификация инновационного развития виртуальных организаций торговой деятельности	24
Леонова Екатерина, Семухина Е.В. <i>ЧОУ ВО «Санкт-Петербургский Институт гостеприимства»</i> Воспитание профессиональной элиты в условиях модернизации	28
Ганиева Анастасия, Суяргулова А.М. <i>СПБ ГБПОУ Колледж «Звёздный»</i> Профессиональный стандарт специальности СПО «Коммерция» как залог успешного ведения современных форм бизнеса	30
Бабич Анна, Недосвитий Н.В. <i>Колледж туризма Санкт-Петербурга</i> Современные направления повышения качества в экскурсионном обслуживании туристов	35
Тимофеева Влада, Недосвитий Н.В. <i>Колледж туризма Санкт-Петербурга</i> Способы повышения качества обслуживания туристов на примере Астраханской области	40
Янчевская Вероника, Смирнова И.В. <i>Колледж туризма Санкт-Петербурга</i> Исследование влияния аромамаркетинга на эффективность коммерческой деятельности торгового предприятия, в соответствии с профессиональным стандартом специалиста	43
Терновая Юлия, Расина Т.А. <i>Колледж туризма Санкт-Петербурга</i> Профессиональные компетенции в специальности «Земельно-имущественные отношения». Творчество. Карьера.	48

Софенко Сергей, Липнина И.А. Колледж туризма Санкт –Петербург Профессиональные компетенции. Творчество. Карьера (профессия «Кондитер»)	53
Бушкова Александра, Иваненкова Т.Е. Колледж туризма Санкт-Петербурга Исследование действия продуктов на организм человека для разработки рекомендаций здорового образа жизни, в соответствии с профессиональным стандартом специалиста	56
Пахотин Федор, Шаульская Е.П. СПБ ГБПОУ Колледж кулинарного мастерства Профессиональные компетенции. Творчество. Карьера.	64
Желудова Ульяна, Малышева Ольга, РадзевичИ.Д. Колледж туризма Санкт-Петербурга Социально-психологические аспекты применения инклюзивных технологий в подготовке будущих специалистов туристской отрасли и перспективы их развития	66
Андреева Ю.А. модератор секции(региональный эксперт WSKR) Колледж туризма Санкт-Петербурга Чемпионат Worldskills Russia в Северо-Западном регионе глазами регионального эксперта	71
РАЗДЕЛ 2 XXI век - век высоких информационных технологий	75
Бобров Виктор, ПономаревС.В. Колледж туризма Санкт-Петербурга Инновационные подходы в обеспечении пожарной безопасности. Безопасные металлокомпозитные фасадные панели	75
Матвеева Юлия, Андреева О.В. Колледж туризма Санкт-Петербурга Формирование спроса на услуги общественного питания, стимулирование их сбыта методами продвижения в сети интернет	80
Галямов Ильдар, Липнина И.А. Колледж туризма Санкт-Петербурга Информационно-коммуникационные технологии и автоматизация технологических процессов в сфере сервиса	89
Петухов Сергей, Цитцер М.С. Колледж туризма Санкт-Петербурга Дистанционное обучение – новые возможности подготовки специалистов	93
Лазаренко Алексей , Липнина И.А. Колледж туризма Санкт-Петербурга Информационно-коммуникационные технологии и автоматизация технологических процессов в ресторанном сервисе	97
Жбакина Т.Ф., модератор секции Колледж туризма Санкт-Петербурга XXI Век -век информационных технологий	102