

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Смирнов Сергей Николаевич
Должность: врио ректора
Дата подписания: 12.07.2024 15:38:53
Уникальный программный ключ:
69e375c64f7e975d4e8830e7b4fcc2ad1bf35f08

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Тверской государственный университет»

Утверждаю:
Руководитель ООП
Кривичкина О.И.
Исторический факультет 20 дф.
Тверской государственный университет

Рабочая программа дисциплины (с аннотацией)

Сувенирный сервис

Направление подготовки

43.03.01. Сервис

Направленность (профиль)

Социально-культурный сервис

Для студентов 1 курса,

очная форма обучения

Составитель: Бодрова Ю.В.

Тверь, 2024

I. Аннотация

1. Цель и задачи дисциплины

Цель – сформировать у студентов навыки по проектированию и продвижению сувенирных продуктов с учетом конъюнктуры туристского рынка и предпринимательской деятельности в сфере креативных индустрий.

Задачи:

- рассмотреть роль сувенирного обеспечения в социально-культурном сервисе;
- охарактеризовать состояние сувенирного сервиса в Тверской области;
- сформировать представления о культурно-исторических и природных ресурсах региона как основы для развития сувенирного производства;
- ознакомить с различными видами, техниками, приемами производства сувенирной продукции;
- освоить технологию проектирования сувенирной продукции для различных программ, событий, предприятий с использованием традиционных и современных технологий, ориентированных на потребности современного туриста;
- рассмотреть возможные каналы продвижения сувенирной продукции;
- научить готовить конкурсные материалы и представлять их на профессиональных конкурсах, событийных мероприятиях в сфере креативных индустрий.

2. Место дисциплины в структуре ООП

В соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению «Сервис» учебная дисциплина «Сувенирный сервис» входит в обязательную часть дисциплин ООП. Дисциплина неразрывно связана с дисциплинами ООП: «Маркетинг в сервисе», «Маркетинговые исследования», «Технологии продаж», «Реклама в сервисе».

3. Объем дисциплины: 4 зачетных единиц, 144 академических часов, в том числе:

контактная аудиторная работа: лекции 34 часов, практические занятия 34 часов.

самостоятельная работа: 40 часов, контроль 36.

4. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

| | |
|--|--|
| Планируемые результаты освоения образовательной программы (формируемые компетенции) | Планируемые результаты обучения по дисциплине |
| ОПК – 4 Способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение сервисных продуктов | 4.3 Осуществляет продвижение услуг по основным направлениям, в том числе в сети Интернет |

5. Форма промежуточной аттестации и семестр прохождения экзамен, 1 семестр

6. Язык преподавания русский.

II. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

| Учебная программа – наименование разделов и тем | Всего (час.) | Контактная работа (час.) | | | Самостоятельная работа, в том числе Контроль (час.) |
|---|--------------|--------------------------|--|---|---|
| | | Лекции | Семинарские/ Практические занятия/ Лабораторные работы | Контроль самостоятельной работы (в том числе курсовая работа) | |
| Сувенирный сервис как вид социально-культурной деятельности | 12 | 4 | 2 | 2 | 4 |

| | | | | | |
|--|-----|----|----|----|----|
| Современное состояние сувенирного рынка в России и Тверской области | 22 | 6 | 4 | 4 | 8 |
| Туристические природные и культурно-исторические ресурсы как основа сувенирного проектирования | 26 | 6 | 6 | 6 | 8 |
| Технологические приемы изготовления сувенирной продукции | 30 | 6 | 10 | 8 | 6 |
| Концепция сувенирного продукта | 26 | 6 | 6 | 8 | 6 |
| Продвижение сувенирных продуктов на потребительский рынок | 28 | 6 | 6 | 8 | 8 |
| Итого: | 144 | 34 | 34 | 36 | 40 |

III. Образовательные технологии

| Учебная программа – наименование разделов и тем (в строгом соответствии с разделом II РПД) | Вид занятия | Образовательные технологии |
|--|------------------------------|--|
| Сувенирный сервис как вид социально-культурной деятельности | Лекция, практическое занятие | Лекция-визуализация с элементами фронтальной беседы, case-study, метод малых групп |

| | | |
|--|------------------------------|---|
| Современное состояние сувенирного рынка в России и Тверской области | Лекция, практическое занятие | Лекция-визуализация, метод наблюдения, метод малых групп, методы опроса |
| Туристические природные и культурно-исторические ресурсы как основа сувенирного проектирования | Лекция, практическое занятие | Лекция-визуализация, case-study, метод малых групп |
| Технологические приемы изготовления сувенирной продукции | | Проектная технология. Лекция-визуализация, мастер-класс, творческие задания, метод вариативного моделирования |
| Концепция сувенирного продукта | Лекция, практическое занятие | Проектная технология. Лекция-визуализация, метод дизайнерского бизнес-проекта, мастер-класс, творческие задания, мозговой штурм |
| Продвижение сувенирных продуктов на потребительский рынок | Лекция, практическое занятие | Проектная технология. Лекция-визуализация, метод малых групп, метод рекламно-коммуникативного проектирования |

IV. Оценочные материалы для проведения текущей и промежуточной аттестации

4.1. Оценочные материалы для проведения текущей аттестации:

4.1.1. Контрольные вопросы и задания для практических занятий

Тема семинарского занятия: Производство сувенирной продукции как направление в сфере сервиса

1. Понятие сувенира, его отличительные особенности
2. Элементы сувенира как рекламного средства
3. Классификация сувенирной продукции по назначению, тематике, способу использования, материалам изготовления
4. Роль сувенирного обеспечения в социально-культурном сервисе (на примере туристского, музейного, гостиничного и др. сервиса).

Материалы для подготовки:

1. Балаш А.Н. Музейный предмет и музейный сувенир: аутентичность и ее трансформация в современной музейной практике // Научная электронная библиотека «Киберленинка». Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/muzeynyuy-predmet-i-muzeynyuy-suvenir-autenticnost-i-ee-transformatsiya-v-sovremennoy-muzeynoy-praktike>
2. Бартеншоу К. Фундаментальные основы креативной рекламы. М., 2008.
3. Богуславская И.Я. Традиции народных художественных промыслов и проблемы сувениров // Советское декоративное искусство 77/78. М., 1980.
4. Быстрова Т.Ю. Сувенир как элемент корпоративной культуры бизнес-коммуникаций // Научная электронная библиотека «Киберленинка». Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/suvenir-kak-element-korporativnoy-kultury-i-biznes-kommunikatsiy>
5. Быстрова Т.Ю. Необходимые характеристики образа в дизайне сувенирной продукции // Научная электронная библиотека «Киберленинка». Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/neobhodimye-harakteristiki-obraza-v-dizayne-suvenirnoy-produktsii>
6. Быстрова Т.Ю. Социокультурный подход к проектированию туристических и музейных сувениров // Научная электронная библиотека «Киберленинка». Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/sotsiokulturnyy-podhod-k-proektirovaniyu-turisticheskikh-i-muzeynyh-suvenirov>
7. Быстрова Т.Ю., др. Сувенир это серьезно: социально-коммуникативный анализ сувенира // Научная электронная библиотека «Киберленинка». Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/bystrova-t-yu-hismatulin-a-k-suvenir-eto-seriezno-sotsialno-kommunikativnyuy-analiz-suvenira>
8. Гребенюк А.В., др. Сувенирная продукция как один из факторов формирования туристского имиджа СКФО // Научная электронная

библиотека «Киберленинка». Режим доступа:
<http://cyberleninka.ru/article/n/suvenirnaya-produktsiya-kak-odin-iz-faktorov-formirovaniya-turistskogo-imidzha-skfo>

9. Максяшин А.С. К вопросу о характере и качестве изделий народных художественных промыслов // Научная электронная библиотека «Киберленинка». Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-o-haraktere-i-kachestve-izdeliy-narodnyh-hudozhestvennyh-promyslov>
10. Рябчиков А.В. К определению рекламного сувенира // Научная электронная библиотека «Киберленинка». Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/k-opredeleniyu-reklamnogo-suvenira>
11. Федяй Д.С. Сувенир с онтологических и гносеологических позиций // Научная электронная библиотека «Киберленинка». Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/suvenir-s-ontologicheskikh-i-gnoseologicheskikh-raznoshib>

Тема мастер-класса: Сувениры из керамики, пластики, скульптурного пластилина

Цель занятия – изготовление глиняной фигурки – козла, являющегося одним из туристских брендов г. Твери.

Необходимое оборудование: муфельная печь, ножи для пластилина, пластиковые коврики, емкости для воды, кисти.

Материалы: глина, вода, краски.

- 1 этап: лепка фигурки козла
- 2 этап: сушка фигурки
- 3 этап: роспись фигурки красками

Тема мастер-класса: Изделия витражной росписи

Цель: изготовление бизнес-сувениров - витражных картин с видами г. Твери (старый мост, речной вокзал и др.)

Необходимое оборудование: кисти, емкости для воды.

Материалы: фоторамки, трафареты для рисования, контуры и краски.

1 этап: нанесение контуров на стеклянную поверхность по трафарету

2 этап: сушка

3 этап: роспись красками

4 этап: сушка

Тема мастер-класса: Событийные сувениры

Цель занятия – изготовление сувениров для выставки-продажи «Рождественский сувенир» в рамках международной научно-практической конференции «Актуальные проблемы развития современной сферы гостеприимства», которая ежегодно организуется кафедрой социально-культурного сервиса ТвГУ.

Необходимое оборудование: кисти, ножницы, клеевой пистолет.

Материалы: шерсть для валяния, бумага для папье-маше, бумага для декупатча, стразы, витражные краски, перья, пластиковая прозрачная основа, шишки, картон, ткань, декоративные элементы, сизаль.

1 этап: изготовление сувениров – ангелы из шерсти, елочные игрушки и рождественские венки.

2 этап: отбор сувениров для выставки.

3 этап: организация выставки.

4.1.2. Темы электронных презентаций:

- Русские народные промыслы как основа сувенирного производства (на примере Тверского и других регионов)
- Карта народных художественных промыслов России
- Гастрономические сувениры России
- Этнографические сувениры России
- Сувениры туристических маршрутов России
- Музейные сувениры
- Состояние сувенирного сервиса в Тверской области

- Роль сувениров в корпоративной культуре предприятия (на примере Тверского государственного университета)

4.1.3. Образцы контрольных тестов:

Пример 1. Дешевые рекламные сувениры, которые предназначены для широкой аудитории и используются во время различных мероприятий:

- А) бизнес-сувениры
- Б) промо-сувениры
- В) vip-сувениры
- Г) корпоративные сувениры

Пример 2. Представительская сувенирная продукция предназначена:

- А) для клиентов сотрудников фирмы
- Б) для деловых партнеров
- В) для поощрения сотрудников

Пример 3. Для какого промысла характерно изготовление движущихся игрушек?

- а) Городецкая роспись
- б) Семёновская игрушка
- в) Дымковская игрушка
- г) Богородская игрушка

Пример 4. Выберите вид художественной обработки материала, характерного для данного населённого пункта.

| Название населенного пункта | Вид художественной обработки материала |
|-----------------------------|--|
| 1. Семёново | а) роспись керамической посуды |
| 2. Гжель | б) кружевоплетение |
| 3. Городец | в) роспись матрёшек |
| 4. Вологда | г) изготовление деревянной игрушки |
| 5. Федоскино | д) роспись прялок и деревянных досок |
| 6. Дымка | |

| | |
|-------------------|------------------------------|
| 7. Ростов Великий | е) изготовление керамической |
| 8. Сергиев Посад | игрушки |
| 9. Холмогоры | ж) финифть |
| 10. Палех | з) резьба по кости |
| 11. Богородицкое | и) роспись шкатулок |
| | к) роспись деревянной посуды |

Пример 5. Впишите правильный ответ: Промыслы Тверской области:

- А) Калязинское кружево
- Б) Резьба по дереву
- В) Берестяной промысел
- Г) ...

4.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации:

Типовые контрольные задания для проверки уровня сформированности компетенции ОПК – 4 Способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение сервисных продуктов (индикатор 4.3 - Осуществляет продвижение услуг по основным направлениям, в том числе в сети Интернет)

Задание 1. Проектирование туристского сувенира в технике витражной росписи с изображением городского пейзажа г. Твери

Требования к разработке проекта

1. Туристический сувенир города Твери в технике витражной росписи представляет собой художественное изображение городской достопримечательности, нанесенное красками по стеклу.
2. Проектирование сувенира начинается с разработки концепции. Для этого необходимо определить перечень достопримечательной города, являющихся его «визитной карточкой» (памятники архитектуры; памятники известным людям, деятельность которых связана с городом; изображение изделий местных народных художественных промыслов; символика города и др.).

3. После выбора предмета изображения следует подготовить эскизы в соответствии с требованиями: изображение должно быть в черно-белых тонах, размер 10 x 15 см или 15 x 20 см, без большого количества мелких деталей, сложность рисунка зависит от уровня развития художественных навыков студента.
4. Производство сувениров в учебно-тренинговой аудитории «Сувенирная мастерская». По подготовленному эскизу на стеклянную поверхность наносятся контуры по стеклу, после высыхания контуров рисунок покрывают витражными красками.

Описание проекта:

1. Сформулируйте понятие «туристический сувенир»
2. Составьте перечень достопримечательностей города Твери, являющихся его «визитной карточкой» (не менее трех):
3. Приложите эскизы изображений для витражной росписи.

Вид и способ проведения промежуточной аттестации: творческие задания.

Критерии оценивания и шкала оценивания:

- 1) Постановка и обоснование цели, задач проекта (2 балла).
- 2) Определение потребительских особенностей целевой аудитории (3 балла).
- 3) Обоснование не менее трех сувенирных предметов для разработки с учетом специфики объекта рекламирования и материальных ресурсов учебно-тренинговой аудитории «Сувенирная мастерская» (3 балла).
- 4) Наличие корректно разработанной концепции сувениров. Оригинальность проекта, стилевое единство (3 балла).
- 5) Соответствие готовых изделий концептуальной идее, эстетичность и аккуратность выполнения работ (3 балла).

Задание 2. Составить карту с критериями отбора изделий для выставки-ярмарки «Рождественский сувенир».

| | |
|---|----------------|
| Критерии отбора экспонатов на выставку: | Кол-во баллов: |
|---|----------------|

| | |
|---|--|
| соответствие экспонатов тематике выставки | |
| степень использования ручного труда | |
| креативность/необычность | |
| эстетичность | |
| (предложить самостоятельно дополнительные критерии) | |

3-бальная шкала: 0 – критерий не представлен, 1 – критерий представлен частично, 2 – критерий представлен на достаточном уровне, 3 – критерий представлен полностью.

Вид и способ проведения промежуточной аттестации: тестовое задание / письменный.

Критерии и шкала оценивания:

Правильно выбран вариант ответа – 1 балл.

Задание 3. Проектирование рекламно-сувенирного обеспечения музейно-экскурсионных программ

Требования к разработке проекта

Рекламно-сувенирное обеспечение разрабатывается для музейно-экскурсионных программ, организуемых в Музейно-образовательном комплексе исторического факультета ТвГУ, который объединяет Музей истории ТвГУ, Археологический музей ТвГУ, виртуальный филиал Русского музея. Тематика музейно-экскурсионных программ может быть связана с историей вуза, памятной датой в изобразительном искусстве. Программы готовятся сотрудниками МОК либо студентами старших курсов направления Сервис в рамках учебных дисциплин, курсовых/дипломных проектов, учебных/производственных практик. Студентам 1 курса предлагается разработка сувенирных материалов, отражающих специфику программ, в соответствии со следующим планом:

1. Проектирование рекламно-сувенирного продукта необходимо начинать с постановки цели, задач и определения целевой аудитории.
2. На следующем этапе необходимо обосновать выбор сувенирных материалов (не менее трех) для разработки с учетом специфики объекта рекламирования и материальных ресурсов учебно-тренинговой аудитории «Сувенирная мастерская».
3. Разработка концепции сувениров. При проектировании сувениров важно учитывать преимущество художественного оформления, использования символических элементов. Корпоративные сувениры по возможности должны содержать логотип компании (логотип виртуального филиала Русского музея/Тверского государственного университета/исторического факультета/кафедры социально-культурного сервиса). Продумывается технология изготовления сувениров.
4. Производство сувениров в учебно-тренинговой аудитории «Сувенирная мастерская».

Вид и способ проведения промежуточной аттестации: творческие задания.

Критерии оценивания и шкала оценивания:

- 1) Постановка и обоснование цели, задач проекта (2 балла).
- 2) Определение потребительских особенностей целевой аудитории (3 балла).
- 3) Обоснование не менее трех сувенирных предметов для разработки с учетом специфики объекта рекламирования и материальных ресурсов учебно-тренинговой аудитории «Сувенирная мастерская» (3 балла).
- 4) Наличие корректно разработанной концепции сувениров. Оригинальность проекта, стилевое единство (3 балла).
- 5) Соответствие готовых изделий концептуальной идее, эстетичность и аккуратность выполнения работ (3 балла).

V. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

1) Рекомендуемая литература

а) Основная литература:

1. Дмитриева Л. М. Бренд в современной культуре: монография. М., 2022.
2. Елисеенков, Г.С. Дизайн-проектирование: учебное пособие. Кемерово, 2016.
3. Макашев М.О. Бренд: Учеб. пособие для вузов. М., 2017.

б) Дополнительная литература:

1. Акунова Л.Ф., Крапивин В.А. Технология производства и декорирование художественных керамических изделий. М., 1984.
2. Александрова Н., др. Выставочный менеджмент: технологии организации и рекламно-информационного сопровождения выставок и конференций. М., 2001 .
3. Балаш А.Н. Музейный предмет и музейный сувенир: аутентичность и ее трансформация в современной музейной практике // Научная электронная библиотека «Киберленинка». Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/muzeynyy-predmet-i-muzeynyy-suvenir-autenticnost-i-ee-transformatsiya-v-sovremennoy-muzeynoy-praktike>
4. Бардина Р.А. Изделия народных художественных промыслов и сувениры. М., 1990.
5. Бартеншоу К. Фундаментальные основы креативной рекламы. М., 2008.
6. Богуславская И.Я. Русская глиняная игрушка. Л., 1975.
7. Богуславская И.Я. Традиции народных художественных промыслов и проблемы сувениров // Советское декоративное искусство 77/78. М., 1980.
8. Бодрова Ю.В. Развитие сувенирного сервиса для туристских событийных мероприятий Тверской области // Современные тенденции развития мировой, национальной и региональной индустрии гостеприимства: сб. статей участников VII Междунар. научно-практ. конф. Тверь, 3-4 декабря 2018 г. Тверь, 2018. С. 120-140.

9. Бодрова Ю.В. Сувенирная продукция как инструмент формирования туристской привлекательности Тверского региона // Сервису и туризму – инновационное развитие: материалы XI междунар. науч.-практ. конф., 12 апреля 2019 г. / отв. ред. проф. Т. С. Комиссарова. – СПб.: ЛГУ им. А.С. Пушкина, 2019. С. 65-68.
10. Брингхерст Э. Основы стиля в типографике. М., 2006.
11. Буймиистру Т.А. Колористика: цвет – ключ к красоте и гармонии. М., 2008.
12. Буковецкая О.А. Дизайн текста: шрифт, эффекты, цвет. М., 2000.
13. Быстрова Т.Ю. Сувенир как элемент корпоративной культуры бизнес-коммуникаций // Научная электронная библиотека «Киберленинка». Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/suvenir-kak-element-korporativnoy-kultury-i-biznes-kommunikatsiy>
14. Быстрова Т.Ю. Необходимые характеристики образа в дизайне сувенирной продукции // Научная электронная библиотека «Киберленинка». Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/neobhodimye-harakteristiki-obraza-v-dizayne-suvenirnoy-produktsii>
15. Быстрова Т.Ю. Социокультурный подход к проектированию туристических и музейных сувениров // Научная электронная библиотека «Киберленинка». Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/sotsiokulturnyy-podhod-k-proektirovaniyu-turisticheskikh-i-muzeynyh-suvenirov>
16. Быстрова Т.Ю., др. Сувенир это серьезно: социально-коммуникативный анализ сувенира // Научная электронная библиотека «Киберленинка». Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/bystrova-t-yu-hismatulin-a-k-suvenir-eto-seriezno-sotsialno-kommunikativnyu-analiz-suvenira>
17. Волкова Я. Детские куклы и обереги. М., 2016.
18. Граблевская Т. Декоративные мотивы и орнаменты всех времен и стилей. М., 2010.

- 19.Гребенюк А.В., др. Сувенирная продукция как один из факторов формирования туристского имиджа СКФО // Научная электронная библиотека «Киберленинка». Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/suvenirnaya-produktsiya-kak-odin-iz-faktorov-formirovaniya-turistskogo-imidzha-skfo>
- 20.Джоббер Д. Продажи и управление продажами: учебное пособие. М., 2012.
- 21.Жданова Т.С. Технологии продаж: учебное пособие для бакалавров. М., 2016.
- 22.Иванова С. Продажи на 100%: эффективные техники продвижения товаров и услуг. М., 2016.
- 23.Ивановская В.И. Русский народный орнамент. М., 2010.
- 24.Калмыкова Л.Э. Народное искусство Тверской земли. Тверь, 1995.
- 25.Клиентов А.Е. Народные промыслы. М., 2002.
- 26.Ковычева Е.И. Народная игрушка. М., 2014.
- 27.Кондрашов В.М. Управление продажами. М., 2015.
- 28.Кузвесова, Н.Л. История графического дизайна: от модерна до конструктивизма: учебное пособие. Екатеринбург, 2015.
- 29.Лин М.В. Современный дизайн. Пошаговое руководство. Техника рисования во всех видах дизайна: от эскиза до реального проекта. М., 2010.
- 30.Лоренц Н.Ф. Орнамент всех времен и стилей. М., 2010.
- 31.Мазилкина Е.И. Семь шагов к успеху или как продвинуть свой товар на рынок. Саратов, 2010.
- 32.Максяшин А.С. К вопросу о характере и качестве изделий народных художественных промыслов // Научная электронная библиотека «Киберленинка». Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-o-haraktere-i-kachestve-izdeliy-narodnyh-hudozhestvennyh-promyslov>
- 33.Миненко Л.В. Декоративно-прикладное искусство и народные художественные промыслы в структуре традиционной культуры России и

художественные промыслы Западной Сибири: учебное пособие.
Кемерово, 2006.

34. Назаренко Л.Ф. Выставка как инструмент маркетинга. М., 1997.
35. Народные художественные промыслы РСФСР / Под ред. В.Г. Смольницкого. М., 1982.
36. Рябчиков А.В. К определению рекламного сувенира // Научная электронная библиотека «Киберленинка». Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/k-opredeleniyu-reklamnogo-suvenira>
37. Стровский Л.Е., Фролова Е.Д., Стровский Д.Л. Основы выставочно-ярмарочной деятельности: Учеб. пособие. М., 2004.
38. Уайт Я.А. Сборник графических идей. М., 2010.
39. Федяй Д.С. Сувенир с онтологических и гносеологических позиций // Научная электронная библиотека «Киберленинка». Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/suvenir-s-ontologicheskikh-i-gnoseologicheskikh-pozitsiy>
40. Фирдман С. Как показать товар лицом: выставки и презентации. М., 1994.
41. Чихольд Я. Облик книги. Избранные статьи о книжном оформлении и типографике. М., 2009.
42. Шаталов Г., Косых В. Туристический сувенир. От идеи до туриста. СПб., 2021.

2) Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины:

1. _____ Научная электронная библиотека «Киберленинка» (<http://cyberleninka.ru>)
2. _____ Мастер-классы по изготовлению сувениров и подарков (<http://masterclassy.ru>)
3. _____ Видео-уроки по изготовлению сувениров и подарков (<https://www.youtube.com>)

VI. Методические материалы для обучающихся по освоению дисциплины

6.1. Методические рекомендации по подготовке к семинарским занятиям

Семинар – это составная часть учебного процесса, групповая форма занятия при активном участии студентов. Семинары способствуют углубленному изучению наиболее сложных проблем дисциплины и служат основной формой подведения итогов самостоятельной работы студентов. На семинарах студенты учатся грамотно излагать проблемы, свободно высказывать свои мысли и суждения, вести полемику, убеждать, доказывать, опровергать, отстаивать свои убеждения, рассматривать ситуации, способствующие развитию профессиональной компетентности.

Семинарское занятие подразумевает два вида работ: подготовку сообщения на заданную тему и участие в обсуждении проблемы, затронутой сообщением. Сообщение не является принципиальным моментом семинара, будучи только провокацией, катализатором следующего за ним обсуждения. Сообщение должно занимать по времени не более 3 – 5 минут. Основным видом работы на семинаре – участие в обсуждении проблемы. Принципиальной разницы между подготовкой сообщения и подготовкой к обсуждению не существует. Отличие состоит в более тщательной работе с готовым материалом – лучшая его организация для подачи аудитории.

Подготовка к практическому (семинарскому) занятию начинается с тщательного ознакомления с условиями предстоящей работы, т.е. с обращения к планам семинарских занятий. Определившись с проблемой, привлекающей наибольшее внимание, следует обратиться к рекомендуемой литературе. Имейте в виду, что в семинаре участвует вся группа, а потому задание к практическому занятию следует распределить на весь коллектив. Задание должно быть охвачено полностью и рекомендованная литература должна быть освоена группой в полном объёме.

Для полноценной подготовки к практическому занятию чтения учебника крайне недостаточно – в учебных пособиях излагаются только принципиальные

основы, в то время как в монографиях и статьях на ту или иную тему поднимаемый вопрос рассматривается с разных ракурсов или ракурса одного, но в любом случае достаточно подробно и глубоко. Тем не менее, для того, чтобы должным образом сориентироваться в сути задания, сначала следует ознакомиться с соответствующим текстом учебника – вне зависимости от того, предусмотрена ли лекция в дополнение к данному семинару или нет. Оценив задание, выбрав тот или иной сюжет, и подобрав соответствующую литературу, можно приступать собственно к подготовке к семинару.

Работа над литературой, статья ли это или монография, состоит из трёх этапов – чтения работы, её конспектирования, заключительного обобщения сути изучаемой работы. Прежде, чем браться за конспектирование, скажем, статьи, следует её хотя бы однажды прочитать, чтобы составить о ней предварительное мнение, постараться выделить основную мысль или несколько базовых точек, опираясь на которые можно будет в дальнейшем работать с текстом. Конспектирование – дело очень тонкое и трудоёмкое, в общем виде может быть определено, как фиксация основных положений и отличительных черт рассматриваемого труда вкупе с творческой переработкой идей, в нём содержащихся. Конспектирование – один из эффективных способов усвоения письменного текста. Хотя само конспектирование уже может рассматриваться как обобщение, тем не менее есть смысл выделить последнее особицей, поскольку в ходе заключительного обобщения идеи изучаемой работы окончательно утверждаются в сознании изучающего. Достоинством заключительного обобщения как самостоятельного этапа работы с текстом является то, что здесь читатель, будучи автором обобщений, отделяет себя от статьи, что является гарантией независимости читателя от текста.

Если программа занятия предусматривает работу с источником, то этой стороне подготовки к семинару следует уделить пристальное внимание. В сущности, разбор источника не отличается от работы с литературой – то же чтение, конспектирование, обобщение.

Тщательная подготовка к семинарским занятиям, как и к лекциям, имеет определяющее значение: семинар пройдёт так, как аудитория подготовилась к его проведению. Самостоятельная работа – столп, на котором держится вся подготовка по изучаемому курсу. Готовясь к практическим занятиям, следует активно пользоваться справочной литературой: энциклопедиями, словарями, альбомами схем и др. Владение понятийным аппаратом изучаемого курса является необходимостью, это ваш словарный запас, и без общих значений мы, разноязыкие, ни о чём договориться не сможем.

Вот несколько правил поведения на семинарских занятиях:

- на семинар желательно являться с запасом сформулированных идей, хорошо, если они будут собственного производства; если вы собираетесь пользоваться чужими формулировками, то постарайтесь в них сориентироваться как можно лучше;

- если вы что-то решили произнести на семинаре, то пусть это будет нечто стоящее – не следует сотрясать воздух пустыми фразами;

- выступления должны быть по возможности компактными и в то же время вразумительными, не занимайте эфир надолго. Старайтесь не перебивать говорящего, это некорректно; замечания, возражения и дополнения следуют обычно по окончании текущего выступления.

Весьма презентабельным вариантом выступления следует считать его подготовку в программе Microsoft Office PowerPoint, что существенно повышает степень визуализации, а, следовательно, доступности, понятности материала и заинтересованности аудитории к результатам научной работы студента.

На семинаре идёт не проверка вашей подготовки к занятию (подготовка есть необходимое условие), но степень проникновения в суть материала, обсуждаемой проблемы. Поэтому беседа будет идти не по содержанию прочитанных работ; преподаватель будет ставить проблемные вопросы, не все из которых могут прямо относиться к обработанной вами литературе.

По окончании практического занятия к нему следует обратиться ещё раз, повторив выводы, сконструированные на семинаре, проследив логику их построения, отметив положения, лежащие в их основе – для этого в течение семинара следует делать небольшие пометки. Таким образом, практическое занятие не пройдёт для вас даром, закрепление результатов занятия ведёт к лучшему усвоению материала изученной темы и лучшей ориентации в структуре курса. Вышеприведённая процедура должна практиковаться регулярно – стабильная и прилежная работа в течение семестра суть залог успеха на сессии.

6.2. Методические рекомендации по подготовке электронной презентации

Цель использования метода электронной презентации: 1) формирование навыков поиска, анализа, отбора и систематизации материалов по заданной теме, 2) демонстрация способностей организации доклада с использованием современных информационных технологий.

Электронная презентация – электронный документ, подготовленный в Power Point, предназначенный для демонстрации проделанной работы или представления к обсуждению какого-либо проекта. Целью любой презентации является визуальное представление замысла автора с использованием таблиц, диаграмм, схем, рисунков.

Структура презентации:

- Титульный слайд содержит название работы (доклада) и имена авторов. Эти элементы обычно выделяются более крупным шрифтом, чем основной текст презентации. Также на первый слайд целесообразно поместить логотип учреждения, от лица которого делается презентация. В качестве изображения (иногда фона) первого слайда можно использовать рисунок или фотографию, имеющую непосредственное отношение к теме презентации.
- План презентации очерчивает круг вопросов, о которых пойдет речь в презентации. Во введении определяется актуальность темы, дается характеристика направления исследования.

- Основная часть. В данной части формулируются задачи, которые предстоит разрешить в процессе работы с презентацией. Рассматриваются варианты решения поставленных задач. Это должна быть не сама содержательная информация, но пояснения к ней – рисунки, схемы, основные тезисы, которые могут записать слушатели. Содержательную информацию должен излагать докладчик.
- Заключение (выводы). В заключении кратко, в 3-5 тезисах, излагаются основные результаты представленной работы.

Требования к оформлению презентации:

Средний расчет времени, необходимого на презентацию, ведется исходя из количества слайдов. Обычно на один слайд необходимо не более двух-трех минут. Необходимо использовать максимальное пространство слайда (экрана) – например, увеличив рисунки. По возможности следует использовать верхние $\frac{3}{4}$ площади слайда, т.к. с последних рядов нижняя часть экрана обычно не видна. Дизайн должен быть простым и лаконичным.

Все заголовки должны быть выполнены в едином стиле (цвет, шрифт, размер, начертание, расположение). Текст слайда для заголовков должен быть размером 24-32 пунктов. Точку в конце заголовка ставить не нужно. Между предложениями в заголовке точку нужно ставить. Не следует писать длинные заголовки.

Для оформления презентации следует использовать стандартные, широко распространенные пропорциональные шрифты без засечек, такие как Arial, Tahoma, Verdana, Calibri и т.д. В одной презентации допускается использовать не более 2-3 различных шрифтов. Размер шрифта для информационного текста 20-24 пункта.

Для презентации изначально необходимо подобрать цветовую гамму: обычно это три-пять цветов, среди которых могут быть как теплые, так и холодные. Любой из этих цветов должен хорошо читаться на выбранном ранее фоне. Выделение различными цветами слов в составе заголовка или абзаца основного текста допускается только с целью акцентирования на них внимания:

например, если вводится новый термин или приводятся важные численные значения. Основной текст рекомендуется набирать нейтральным цветом – предпочтительно, черным. Следует избегать использования текста, графики и фона одного цвета, со сходной насыщенностью цвета и одинаковой яркости. Необходимо поддерживать высокий контраст. Не стоит перегружать фон графическими элементами. Подчеркивание категорически не рекомендуется к использованию.

Не следует использовать текст на слайде как часть речи докладчика; лучше поместить туда важные тезисы. Не надо переписывать презентацию в доклад. Демонстрация презентации – это вспомогательный инструмент, иллюстрирующий речь докладчика. Следует сокращать предложения (в разумных пределах). Чем меньше фраза, тем она быстрее усваивается. Способы сокращений: удаление слов, без которых смысл не потеряется; замена слов на более краткие; использование аббревиатур; использование символов вместо слов (\$ – доллар, % – процент).

Текст на слайдах форматируется по ширине. Для лучшей компоновки текста на слайде целесообразно использовать функции, предлагаемые в среде Microsoft PowerPoint: интервалы, линейка и др. Элементы списка отделяются точкой с запятой. В конце обязательно ставится точка. Следует заметить, что после двоеточия все элементы списка пишутся с маленькой буквы. Если список начинается сразу, то первый элемент записывается с большой буквы, далее – маленькими.

Обязательно необходимо иллюстрировать презентацию рисунками, фотографиями, наглядными схемами, графиками и диаграммами. Изображению всегда следует придавать как можно больший размер с обязательным сохранением необходимого уровня качества; если это возможно, иллюстрации стоит распределить по нескольким слайдам, нежели размещать их на одном, но в уменьшенном виде. Изображение должно занимать не более 60% слайда. Иллюстрации должны быть подписаны таким же шрифтом, как и для основного текста. У диаграмм и таблиц тоже должно быть название или таким названием

может служить заголовок слайда. Диаграмма или таблица должна занимать на слайде место, достаточное для того, чтобы она была максимально хорошо видна и читаема, линии и подписи должны быть хорошо видны.

6.3. Рекомендации к самостоятельной работе студента при подготовке к экзамену

Ответственным этапом учебного процесса является сдача экзаменов. Бесспорным фактором успешного завершения очередного семестра является кропотливая, систематическая работа студента в течение всего семестра. В этом случае подготовка к экзамену будет являться концентрированной систематизацией всех полученных знаний по данной дисциплине.

В начале семестра рекомендуется по всем изучаемым предметам получить вопросы для итогового контроля знаний, а также использовать в процессе обучения программу, учебно-методический комплекс, другие методические материалы, разработанные кафедрой по той или иной дисциплине. Это позволит в процессе изучения тем сформировать более правильное и обобщенное видение студентом существа того или иного вопроса за счет: а) уточняющих вопросов преподавателю; б) подготовки доклада на отдельные темы, наиболее заинтересовавшие студента; в) самостоятельного уточнения вопросов на смежных дисциплинах; г) углубленного изучения вопросов темы по учебным пособиям.

Кроме того, наличие перечня вопросов в период обучения позволит выбрать из предложенных преподавателем учебников наиболее оптимальный для каждого студента, с точки зрения его индивидуального восприятия материала, уровня сложности и стилистики изложения.

После изучения соответствующей тематики рекомендуется проверить наличие и формулировки вопроса по этой теме в перечне вопросов к экзамену, а также попытаться изложить ответ на этот вопрос. Если возникают сложности при раскрытии материала, следует вновь обратиться к лекционному материалу,

материалам практических занятий, уточнить терминологический аппарат темы, а также проконсультироваться с преподавателем.

Для систематизации знаний и понимания логики изучения предмета в процессе обучения рекомендуется пользоваться рабочей программой соответствующего курса, включающей в себя разделы, темы и вопросы, определяющие стандарт знаний по каждой теме, задания для самоконтроля, методические рекомендации по самостоятельной работе, глоссарий и др.

При подготовке к экзамену в период сессии конструктивным является коллективное обсуждение выносимых на экзамен вопросов с сокурсниками, что позволяет повысить степень систематизации и углубления знаний.

Перед консультацией по предмету следует составить список вопросов, требующих дополнительного разъяснения преподавателем.

Экзамен по дисциплине «Сувенирный сервис» включает две части: теоретическую и практическую. В экзаменационный билет входит один теоретический вопрос из предложенного списка. Практическая часть выполняется студентом заранее и самостоятельно. К экзамену необходимо подготовить 1 туристический сувенир, выполненный в одной из техник: лепка из глины, шитье, вышивка, скрапбукинг, витражная роспись, рисование, валяние из шерсти и др.

6.4. Темы для подготовки к экзамену:

1. Сувенирный сервис: понятие, структура
2. Роль сувенирного сервиса в продвижении туристской территории
3. История становления отрасли сувенирного производства в России
4. Русские художественные промыслы как основа сувенирного производства
5. Современный российский рынок рекламно-сувенирной продукции
6. Современный тверской рынок рекламно-сувенирной продукции
7. Туристический сувенир: понятие, функции, виды
8. Корпоративный сувенир: понятие, функции, виды

9. Музейный сувенир: понятие, функции, виды
10. Этнографический сувенир: понятие, функции, виды
11. Гастрономический сувенир: понятие, функции, виды
12. Событийный сувенир: понятие, функции, виды
13. Принципы разработки концепции сувенирного продукта
14. Упаковка сувенира: понятие, функции, принципы проектирования
15. Современные материалы для изготовления сувениров
16. Технологические приемы изготовления сувенирной продукции
17. Особенности реализации сувенирной продукции (на примере Тверской области)
18. Конкурсы профессионального мастерства как способ продвижения сувенирной продукции

Оценивание ответа:

Максимальная сумма баллов – 40 б., а именно: за теоретический вопрос – 20 б., за практическую работу – 20 б.

Критерии оценивания теоретического вопроса:

- студент владеет профессиональной терминологией,
- полно раскрыл содержание материала,
- материал изложен грамотно, в определенной логической последовательности,
- продемонстрирована способность творчески применять знание теории к решению профессиональных задач.

Критерии оценивания практической части экзамена:

- студент понимает, что такое туристический сувенир, знает функции и видовое разнообразие туристических сувениров,
- выбор сувениров для выполнения обоснован, изложена концепция разработки сувениров,
- определен потенциальный покупатель сувенира и каналы реализации сувенира,

- сувенир должен иметь товарный вид. Обладать эстетичностью и быть аккуратно выполнен.

6.5. Требования к рейтинг-контролю:

Итогом изучения дисциплины является экзамен. Успешность изучения курса оценивается суммой набранных за все виды учебной работы баллов из 100 возможных. Для сдачи экзамена необходимо набрать не менее 40 баллов. При определении общего количества баллов за изучение курса учитываются две составляющие: первая – баллы, начисляемые за работу студента в течение семестра (текущий и рейтинговый контроль); вторая – баллы, начисляемые по результатам экзамена (промежуточная аттестация).

| | |
|--|---|
| Распределение баллов по видам контроля | Итоговая аттестация по дисциплине |
| | Экзамен |
| | 100 баллов |
| Текущий контроль и рубежный контроль | 60 баллов |
| Итоговый контроль | 40 баллов |
| Количество модулей и сроки проведения рубежного контроля | 2 модуля |
| Распределение баллов по модулям | 1 модуль - 30 баллов 2 модуль - 30 баллов |
| Отработка студентом пропущенных мероприятий рубежного контроля | Разрешается деканатом только по уважительной причине |
| Условия выставления | "удовлетворительно" - выставляется по желанию студента, набравшего 40-54 баллов |

| | |
|--|---|
| экзамена по итогам текущего и рубежного контроля | "хорошо" - выставляется студенту, набравшему 55 - 60 баллов, с добавлением премиальных 15 баллов |
| | "отлично" - студент обязан сдавать экзамен |
| Шкала пересчета рейтинговых баллов в пятибальную шкалу | Менее 40 - "неудовлетворительно" 40 - 69 - "удовлетворительно" 70 - 84 - "хорошо" 85 - 100 - "отлично" |
| Пересдача экзамена | Осуществляется в соответствии с Положением о промежуточной аттестации (экзаменах и зачетах) студентов и аспирантов ТвГУ |

VII. Материально-техническое обеспечение

| Наименование специальных помещений | Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы | Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа |
|--|--|--|
| Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, лаборатория, аудитория для семинарских занятий, Лаборатория «Сувенирная мастерская» 214 (170100, Тверская область, г. Тверь, ул. Трехсвятская, д. 16/31); | Парты, стулья, доска, ноутбук, Телевизор SAMSUNG, муфельная печь, швейная и вышивальная машины | |
| Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового | Парты, стулья, доска, интерактивная доска, компьютер, | Google Chrome – бесплатно Яндекс Браузер – бесплатно Kaspersky Endpoint Security 10 - Акт на передачу прав №2129 от 25 октября 2016 г. Многофункциональный редактор ONLYOFFICE ОС Linux Ubuntu |

| | | |
|--|--|---|
| <p>проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, учебная аудитория для занятий семинарского типа 213 (170100, Тверская область, г. Тверь, ул. Трехсвятская, д. 16/31);</p> <p>Помещение для самостоятельной работы, учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, практики, помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования, лаборатория, компьютерный класс: лаборатория по бронированию и резервированию, аудитория для самостоятельной работы, помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования 210 (170100, Тверская область, г. Тверь, ул. Трехсвятская, д. 16/31)</p> | <p>проектор</p> <p>Портативные компьютеры, клавиатуры, компьютерные мыши, ноутбук и проектор (переносной), стулья, компьютерные столы, доска</p> | <p>Google Chrome – бесплатно Яндекс Браузер – бесплатно Kaspersky Endpoint Security 10 - Акт на передачу прав №2129 от 25 октября 2016 г. Многофункциональный редактор ONLYOFFICE ОС Linux Ubuntu</p> |
|--|--|---|

VIII. Сведения об обновлении рабочей программы дисциплины

| №п.п. | Обновленный раздел рабочей | Описание внесенных | Реквизиты документа, |
|-------|----------------------------|--------------------|----------------------|
|-------|----------------------------|--------------------|----------------------|

| | программы дисциплины | изменений | утвердившего изменения |
|----|----------------------|-----------|---------------------------|
| 1. | | | |
| 2. | | | |