

УДК [378.013:796.5]:316.77

ББК 74.480

В 54

Д.А. Вихор

Магистрант направления подготовки 44.04.01 «Педагогическое образование» Адыгейского государственного университета; E-mail: dasha.vikhor@mail.ru

С.Н. Бегидова

Доктор педагогических наук, профессор, заведующая кафедрой социальной работы и туризма факультета социальных технологий и туризма Адыгейского государственного университета; E-mail: begidovasn@mail.ru

А.Б. Медников

Кандидат педагогических наук, доцент, начальник кафедры физической подготовки и спорта Краснодарского университета Министерства внутренних дел Российской Федерации; E-mail: mednikov.1974@mail.ru

ТЕХНОЛОГИЯ ФОРМИРОВАНИЯ КОММУНИКАТИВНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ У БУДУЩИХ БАКАЛАВРОВ ТУРИЗМА

(Рецензирована)

Аннотация. Раскрываются вопросы формирования коммуникативной компетенции у будущих бакалавров сферы туризма. Обосновывается ее значимость для профессионального становления и эффективного выполнения трудовых функций, а именно: продвижения туристского продукта, формирования лояльности клиентов, привлечение новых клиентов, партнеров и т.д. Показано, что коммуникативная компетентность обеспечивает эффективность профессиональной деятельности специалиста туристской индустрии, так как способствует построению правильных деловых отношений с коллегами, деловыми партнерами, конкурентами и другими потребителями туристского продукта. Продуктивное общение с клиентами и деловыми партнерами повышает имидж как туристской компании, так и самого специалиста, обеспечивая ему конкурентные преимущества и востребованность на рынке труда. Требования к формированию коммуникативной компетенции отражены в ФГОС ВО, а также востребованы современной практикой.

Для повышения эффективности формирования коммуникативной компетенции у будущих бакалавров по направлению подготовки «Туризм» предложена технология. Технология представлена содержательным и процессуальным компонентами и предполагает поэтапное формирование способности к профессиональному общению. Выделено пять этапов. Для каждого этапа определены задачи, содержание, методы и т.д., включающие теоретическое изучение особенностей общения с различными категориями граждан, практическое применение полученных знаний и умений в процессе прохождения производственной практики в условиях реального взаимодействия с субъектами туристской индустрии.

Решение задач предыдущего этапа создает условия для возможного перехода обучающихся на новый этап и решения задач нового этапа. Предложенная технология позволяет повысить эффективность формирования коммуникативной компетенции у обучающихся, будущих бакалавров сферы туризма.

Ключевые слова: профессиональная компетентность, коммуникативная компетенция, туристская индустрия, конкурентность, технология, лояльность клиентов.

D.A. Vikhor

Master's Degree Student of Training Course 44.04.01 "Pedagogical Education" of Adyge State University; E-mail: dasha.vikhor@mail.ru

S.N. Begidova

Doctor of Pedagogical Sciences, Professor, Head of the Department of Social Work and Tourism of the Faculty of Social Technologies and Tourism, Adyge State University; E-mail: begidovasn@mail.ru

A.B. Mednikov

Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor, Head of the Department of Physical Training and Sports, Krasnodar University of the Ministry of Internal Affairs of the Russian Federation; E-mail: mednikov.1974@mail.ru

COMMUNICATION COMPETENCE TECHNOLOGY FOR FUTURE BACHELORS OF TOURISM

Abstract. The paper discloses how communication competence is formed at future bachelors of tourism. Its importance for professional formation and effective performance of labor functions is justified, namely: promotion of tourist product, formation of loyalty of clients, attraction of new clients, partners, etc. Communicative competence ensures the efficiency of professional activity of the tourist industry specialist, as it contributes to the construction of correct business relations with colleagues, business partners, competitors and other consumers of the tourist product. Productive communication with clients and business partners increases the image of both the tourist company and the specialist himself, providing him with competitive advantages and demand in the labor market. Requirements to the formation of communicative competence are reflected in Federal State Standards of Higher Education, as well as demanded by modern practice.

In order to increase the efficiency of communication competence at future bachelors in the direction of training "Tourism" the following technology is offered. The technology is represented by substantive and procedural components and involves step-by-step formation of ability to professional communication. Five stages have been allocated. For each stage, we determined the tasks, content, methods, etc., including theoretical study of peculiarities of communication with different categories of citizens, practical application of acquired knowledge and skills in the process of passing industrial practice in conditions of real interaction with subjects of tourist industry.

Solving the tasks of the previous stage creates conditions for possible transition of students to the new stage and solving the tasks of the new stage. The proposed technology allows us to increase efficiency of communication competence in students, future bachelors of tourism.

Keywords: professional competence, communication competence, tourism industry, competitiveness, technology, customer loyalty.

Современные социально-экономические условия предъявляют повышенные требования к уровню профессиональной компетентности будущего бакалавра туризма. Туристская индустрия развивается достаточно интенсивно, растет число турфирм, расширяется сфера предлагаемых услуг, а, следовательно, повышается и конкурентность. Чтобы

быть конкурентоспособной, туристской фирме необходимо повышать качество услуг, добиваться лояльности клиентов, следить за современными тенденциями, происходящими в данной сфере, прогнозировать потребности и интересы клиентов и т.д. Все это предполагает повышение требований к подготовке специалистов со стороны работодателей.

Будущий специалист сферы туризма должен обладать достаточно широким спектром профессиональных качеств и умений, чтобы быть конкурентоспособным и востребованным на современном рынке труда. Специалисты сферы туризма работают гидами, менеджерами туристических компаний, туроператорами и т.д. и в процессе своей профессиональной деятельности осуществляют многочисленные деловые коммуникации с индивидуальными и корпоративными клиентами, создают условия для реализации их потребностей, удовлетворения их притязаний к условиям и организации отдыха, обеспечивают продвижение туристского продукта.

Социальный заказ туристской индустрии предполагает наличие у будущего специалиста востребованных практикой профессиональных качеств. И в первую очередь – это готовность и способность к различного рода коммуникациям с потребителями туристского продукта, коллегами, деловыми партнёрами, оппонентами и т.д.

Вследствие этого наиболее значимыми качествами для будущей профессиональной деятельности специалиста сферы туризма являются компетенции общения и взаимодействия, то есть умения и практическая готовность к деловому и личностному общению и взаимодействию с потенциальными клиентами, партнерами, коллегами.

Поэтому в процессе обучения будущие специалисты сферы туризма должны овладеть умениями «общаться в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия», причем знание иностранного языка является требованием к подготовке бакалавра, «...работать в команде, искать и находить компромиссные решения, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные

различия». Освоение данных компетенций является обязательным условием выполнения ФГОС ВО по направлению подготовки «Туризм».

Вопросам формирования коммуникативной компетенции у будущих специалистов туристской индустрии посвящены работы ряда авторов, например, С.Б. Ожевой, М.Н. Раздобаровой, Е.А. Столярчук и др. [1, 2, 3], но практически нет работ, предлагающих современные технологии формирования коммуникативной компетенции у бакалавров с учетом особенностей их профессиональной деятельности.

Особенностью профессионального общения в сфере туризма является умение располагать к себе собеседника, корректно вести диалог, уметь слушать, убеждать, креативно подходить к выбору решения возникающей проблемы, задачи, предвидеть и вовремя избегать возможной конфликтной или иной неблагоприятной ситуации и т.д. – все это составляющие профессиональной коммуникации.

Под коммуникативной компетентностью в сфере туризма понимают способность строить правильные, доверительные отношения с клиентом, партнерами, коллегами, умение выстраивать корректные отношения и поддерживать длительные профессиональные связи, создавать ситуацию лояльности клиента [4]. Именно коммуникативная компетентность специалиста обеспечивает эффективность работы туристской компании, повышает ее имидж, лояльность клиентов, что увеличивает приток последних и создает условия для продвижения туристского продукта, а значит, повышает конкурентность.

Способность к продуктивному профессиональному общению должна формироваться в процессе обучения на теоретических занятиях с применением репродуктивных и продуктивных методов, а овладение практическими навыками – в процессе прохождения

производственной практики. Для повышения эффективности овладения коммуникативной компетентностью будущими бакалаврами нами была разработана технология.

Цель технологии: формирование способности к продуктивному профессиональному общению будущих бакалавров сферы туризма. Она предполагает поэтапное формирование способности к профессиональному общению. На первом этапе обучающиеся знакомятся с основными понятиями и категориями, видами и способами общения. Изучают специфику общения в сфере туристской индустрии, особенности общения с различными категориями клиентов, причины возникновения и способы снижения конфликтных ситуаций. Особое внимание уделяется понятию о конфликтогенах, их типах, сущности, содержании, приемам их избегания. Рассматриваются проблемы, связанные с характерологическими особенностями клиентов разных возрастных групп, статуса, уровня возможных притязаний и интересов.

Второй этап направлен на овладение техниками и приемами общения с различными категориями клиентов. На данном этапе разбираются и анализируются ситуации, наиболее типичные и часто встречающиеся на практике. Отрабатываются приемы и техники общения с конкретными группами клиентов. Знание возрастных и статусных характеристик клиентов помогает обучающемуся понять, почему следует применять ту или иную технику общения, как построить общение, чтобы повысить лояльность клиента и сформировать у него положительный имидж о компании.

Третий этап предполагает отработку навыков общения с клиентом сначала на репродуктивных, а затем на нормативно-неопределенных ситуациях. Обучающиеся включаются в разыгрывание наиболее типичных ситуаций общения с клиентами разных возрастных групп (молодые

люди, среднего возраста, пожилые), разновозрастными категориями клиентов (родителя с детьми, бабушки, дедушки с внуками), с разными потребностями и возможностями (клиенты, предпочитающие активный отдых или, наоборот, пассивный, познавательный, развлекательный и др.), особое внимание уделяется вопросам, связанным с организацией и предоставлением туристских услуг людям с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ).

На данном этапе все ситуации обучающимися проигрываются, затем обсуждаются, анализируются. Предлагаемые ситуации известны им заранее, сценарий общения прописан и изучается до начала занятия. То есть на данном этапе осваиваются и формируются навыки общения в типичных учебных ситуациях. Обучающиеся учатся манере общения, выбору тона и экспрессивности общения, использованию невербальных средств общения: мимика, жесты, позы и др.

Нормативно-неопределенные ситуации – это ситуации, достаточно типичные в практике, которые подготовлены педагогом для разбора на занятии, но обучающимся они не знакомы, т.е. не предлагались ранее. Сами ситуации новые, но уровень их сложности соответствует репродуктивному. Для решения и проигрывания таких ситуаций обучающимся необходимо уметь экстраполировать имеющиеся уже знания и умения в новую для них ситуацию. Разбор данной ситуации и ее оценка осуществляются после ее решения и проигрывания. Оценивается способность обучающегося применять имеющиеся знания и умения при решении новой, хотя и типичной ситуации. Овладение содержанием данного этапа позволяет обучающимся перейти на следующий этап.

На четвертом этапе обучающиеся включаются в коммуникативные связи с воображаемыми клиентами в новых, неизвестных для них ранее ситуациях. Новая ситуация требует

от обучающихся умения применять уже имеющиеся у них знания и навыки общения, творчески подходить к разрешению конфликтных, спорных или сложных для клиента ситуаций выбора. На данном этапе эффективной методикой формирования способности к общению в ситуации неизвестности или выбора является методика «Интерактивный театр», адаптированная на сферу профессиональной деятельности будущих бакалавров туризма. Данная методика позволяет не только овладевать навыками профессионального продуктивного общения, но и диагностировать степень овладения данным навыком у обучающихся.

Пятый этап предполагает общение обучающихся в реальных условиях профессионального взаимодействия в процессе прохождения производственной практики. Обучающиеся наблюдают, как специалисты турфирм осуществляют общение с клиентами, какие возникают проблемы, как они разрешаются специалистами. Затем у них появляется возможность самим участвовать в работе с клиентами. Каждая ситуация для них новая и, естественно, достаточно сложная, так как обучающиеся должны включаться в

общение с реальными клиентами и в реальных условиях профессиональной деятельности. Каждое такое общение затем анализируется и обсуждается с методистом по практике, представителем турфирмы. Выявляются допущенные ошибки, оценивается, какие приемы и техники были эффективными, а какие нет, на что следовало бы обратить внимание, почему, вследствие чего, в какой момент был потерян контакт с клиентом, как следовало бы исправить ситуацию в процессе общения и т.д. Такой подход действительно позволяет получить необходимый опыт общения еще в вузе, что в дальнейшем в профессиональной самостоятельной деятельности позволит избежать ошибок и повысить продуктивность своей работы.

Таким образом, разработанная технология позволит повысить эффективность коммуникативной компетенции будущих бакалавров сферы туризма, создать условия для формирования навыков продуктивного взаимодействия с субъектами туристской индустрии, что, в свою очередь, повысит личностную конкурентоспособность будущих специалистов, обеспечит их востребованность на современном рынке труда.

Примечания:

1. Ожева С.Б. Культурный туризм как эффективный способ межкультурной коммуникации // В мире научных открытий. 2010. № 4-10 (10). С. 115-117.
2. Раздобарова М.Н., Капичникова О.Б. Инновации формирования межкультурной коммуникативной компетенции студентов // Вестник ЮУрГГПУ. 2012. № 9. С. 128-137.
3. Столярчук Е. А. Коммуникативные особенности менеджеров туристской фирмы // Вестник СПбГУ. Сер. 12, Социология. 2011. № 1. С. 99-104.
4. Ожева С.Б., Джабатьрова Б.К., Липилина Е.Ю. Профессионализация будущих специалистов туристской отрасли посредством взаимодействия образовательных структур и работодателей // Инновационные направления развития в образовании, экономике, технике и технологиях: всерос. науч.-практ. конф.: сб. ст. Ставрополь: Ставролит, 2019. С. 35-40.

References:

1. Ozheva S.B. Cultural tourism as an effective way of intercultural communication // In the world of scientific discoveries. 2010. No. 4-10 (10). P. 115-117.
2. Razdobarova M.N., Kapichnikova O.B. Innovations in the formation of intercultural communicative competence of students // Bulletin of YuUrGGPU. 2012. No. 9. P. 128-137.

3. Stolyarchuk E.A. Communicative features of managers of a tourist firm // Bulletin of SPbSU. Ser. 12, Sociology. 2011. No 1. P. 99-104.

4. Ozheva S.B., Dzhabatyrova B.K., Lipilina E.Yu. Professionalization of future specialists in the tourism industry through the interaction of educational structures and employers // Innovative directions of development in education, economy, engineering and technology: all-Russia scient. and pract. conf.: coll. of art. Stavropol: Stavrolit, 2019. P. 35-40.