

**РОЛЬ ПРОЕКТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У ПІДГОТОВЦІ ФАХІВЦІВ У ГАЛУЗІ
ТУРИЗМУ З ПОГЛИБЛЕНИМ ЗНАННЯМ ІТАЛІЙСЬКОЇ МОВИ (НА
ПРИКЛАДІ МІЖНАРОДНОГО ОСВІТНЬО-КУЛЬТУРНОГО ПРОЕКТУ
«ІТАЛІАМО»)**

У статті розглянуто основні організаційні принципи та структуру міжнародного освітньо-культурного проекту «Італіамо», як засобу сприяння підготовці фахівців у галузі туризму з поглибленим знанням італійської мови.

The article reviews the basic organizational principles and structure of international educational and cultural project "Italiamo" as a means of promoting training of specialists in tourism in-depth knowledge of Italian language.

На сучасному етапі асиміляції світових культур туризм містить у собі потужні можливості духовного збагачення людини та суспільства в цілому. Функція фахівця туристичної галузі за таких умов повинна зводитися не лише до організаційних аспектів професійної діяльності, а також до реалізації в процесі такої діяльності інтеркультурної освіти сучасного туриста.

Сучасне бачення туризму як сфери багатомовного та полікультурного простору зумовлює те, що необхідною вимогою до сучасного фахівця в галузі туризму є володіння щонайменше двома іноземними мовами в “робочому режимі”. На жаль, система вивчення іноземних мов, що склалася в неспеціалізованих школах та вузах не задовольняє цих вимог. Тому вища школа повинна при підготовці спеціалістів для туризму докласти значних зусиль саме в напрямку посиленого вивчення іноземних мов.

У більшості вищих навчальних закладів, що готують менеджерів туризму, мовна підготовка студентів з першої іноземної мови, якою в основному та цілком логічно виступає англійська, проводиться на відповідному рівні (до 8 ак.годин на тиждень). Певні складності виникають на етапі, коли необхідно надати можливість поглибленого вивчення та відповідної сертифікації знання другої або третьої іноземної мови для майбутніх фахівців туристичної галузі.

Це завдання вимагає пошуку нових форм та методів організації навчання, які здатні забезпечити високий рівень знань та їх професійну спрямованість та можуть бути швидко інтегровані у навчальний процес.

Проектна діяльність у межах міжнародної співпраці навчальних закладів України з відповідними державними та громадськими європейськими організаціями є одним із дійових шляхів вирішення визначених завдань.

“Italiamo”- освітньо-культурний проект, метою якого є сприяння професійній підготовці фахівців у галузі туризму, з поглибленим вивченням та міжнародною сертифікацією італійської мови як іноземної.

Проект реалізується Центром географічних та культурних досліджень Італії Київського національного університету імені Тараса Шевченка та підтримується іншими провідними вищими навчальними закладами України та Італії, які готують спеціалістів в галузі туризму.

Проект “Італіамо” започатковано в 1999 р. на основі Угоди про співпрацю у галузі культури та освіти між Київським національним університетом імені Тараса Шевченка та Асоціацією з розвитку італійської мови і культури “Italiamo” (м. Ліворно, Італія). Асоціація з розвитку італійської мови і культури “Italiamo”- громадська організація, заснована в 1982 р., метою якої є «...поширення італійської мови та культури в світі...» (див. www.italaimo.it).

Основна мета проекту на етапі його започаткування полягала у формуванні комунікативної компетенції з італійської мови, як другої іноземної, у студентів спеціалізації “менеджмент міжнародного туризму” з урахуванням специфіки їх майбутньої професійної діяльності.

Ця комплексна мета охоплювала такі основні завдання, як розвиток комунікативних здібностей та мовленнєвотворчої діяльності італійською мовою; формування професійної компетенції студентів спеціалізації “менеджмент міжнародного туризму”; підвищення загального культурного рівня майбутнього спеціаліста туристичної галузі.

У межах реалізації проекту з 2000 року започатковано також підготовку з італійської мови, як основної іноземної, для студентів спеціалізації “менеджмент міжнародного туризму”.

В навчальні програми включено: початковий курс італійської мови, базовий курс італійської мови з основами професійної лексики, спеціалізований курс з основами професійної підготовки та фаховий переклад, а також спеціалізований курс з підготовки до складання екзаменів CILS. *CILS – міжнародний сертифікат про знання італійської мови в якості іноземної.*

Дистанційні екзамени з італійської мови проходять двічі на рік (грудень, червень) на базі Центру географічних та культурних досліджень Італії географічного факультету Київського національного університету імені Тараса Шевченка згідно угоди про співробітництво з Університетом для іноземців міста Сієна. Екзамен має чітко визначену процедуру, екзаменаційні матеріали надаються індивідуально кожному студенту а екзаменаційні роботи передаються до Сертифікаційного центру Університету для іноземців міста Сієна, в якому проходить їх оцінювання. Сертифікат CILS, виданий Університетом для іноземців м. Сієна (Італія) визнаний урядом Італійської республіки на підставі угоди з Міністерством іноземних справ Італії.

Підготовка з італійської мови, як другої іноземної, для студентів спеціалізації “менеджмент міжнародного туризму” відбувається протягом перших трьох років навчання у вигляді факультативного курсу за аналогічною структурою навчальної програми, доповненої навчальним

курсом з країнознавства та культури Італії. Загальний об'єм 128 годин на рік (4 години на тиждень, з яких 2 години комунікативний семінар).

Факультатив з італійської мови підтримується викладачами та консультантами Асоціації сприяння розвитку італійської мови, культури та науки в Україні «Італіамо». Асоціація також забезпечує підготовку студентів з італійської мови у межах факультативних занять шляхом проведення комунікативних семінарів, професійно - ділових ігор, що реалізуються за участю носіїв італійської мови та проведення лекцій за напрямком «географія та туризм» провідних фахівців італійських університетів. За сприяння асоціації налагоджені дружні зв'язки з наступними ВНЗами Італії: Університет "La Sapienza"(Рим), Університет "Tor Vergata" (Рим), Університет "Studi d'Aquila" (Аквіла), Університет "Studi di Macerata"(Мачерата).

Проектна діяльність дозволяє ефективно реалізовувати у навчальному процесі один з основних принципів мовної підготовки майбутніх фахівців туристичної індустрії: тісну координацію процесу навчання італійській мові з навчальними дисциплінами «основного циклу», які професійно формують майбутнього спеціаліста (менеджмент та маркетинг туристичної діяльності, рекреаційні ресурси регіонів, рекламна діяльність в туризмі, географія послуг, основи країнознавства, транспортні послуги в туризмі, професійна етика та психологія міжособистих стосунків та ін.).

Велике значення для досягнення ефективного навчання іноземній мові має наявність як у студентів, так і у викладачів практичного досвіду роботи у туристичному бізнесі.

Протягом всього періоду навчання викладачі та студенти спеціалізації "менеджмент міжнародного туризму" у межах проекту, з метою апробації набутих знань, мають можливість з 1999 року походження лінгвістичного стажування в Італії (регіон Тоскана) на базі міжнародних мовних центрів Асоціації з розвитку італійської мови і культури "Italiamao" та, з 2005 р., професійного стажування на базі туристичних фірм та готельних комплексів Італії.

Зазначені заходи проводяться планово, щорічно.

В межах навчально-виробничої практики студенти географічного факультету щорічно відвідують, або приймають участь у роботі таких міжнародних заходів:

- Туристичний салон у Мілані (Bit di Milano) (м. Мілан)
- Міжнародний Молодіжний конгрес "Європа та не тільки... діалоги навколо кордонів (м. Сенегалія)
- Міжнародний конгрес Підводного світу „Пелагос” (м. Рим)

З 2005 р. в межах проекту також проходить культурний обмін для студентів та викладачів КНУ з навчальними закладами Італії: Державним інститутом готельного господарства, ресторанного бізнесу та туризму «Дж. Варнеллі» (регіон Марке) та Державним комерційним інститутом міста Мандурія (регіон Пулія).

У межах проекту, підготовка фахівців туристичного бізнесу з поглибленим знанням італійської мови відбувається з урахуванням особливостей природного, культурного та національного розмаїття Італії та України.

З 2005 р. Центром географічних та культурних досліджень Італії започатковано міжнародний культурно-освітній проект «Україна-Італія: культурні діалоги без кордонів». Пріоритетність культурної складової є особливо важливою через вихід українського суспільства у новий європейський культурний простір. Проект розвивається за декількома напрямками: освітнім, культурним та гуманістичним.

Багатовекторна проектна діяльність у процесі підготовки фахівців у галузі туризму дозволяє сформувати у студентів уміння інтерпретації продукту іншої культури, пояснення його значення та співвіднесення з подібними явищами національної української культури, уміння здобувати знання у процесі реального професійного спілкування (іноземною мовою включно). Сформовані навички адекватного аналізу та синтезу набутих знань, підтримані лінгвістичними засобами дають змогу не тільки розуміти іншу культуру, а й успішно представляти свою у контексті полілогу сучасних мов і культур. Формування зазначених компетенцій необхідне фахівцю туристичної галузі в процесі створення якісно нового національного туристичного продукту та його просування на туристичних ринках різного типу.

УДК 316.6:339.138:338.48(045)

Холодова О.О.

КОМУНІКАЦІЙНА КОМПЕТЕНТНІСТЬ – ОСНОВА ПРОФЕСІОНАЛІЗМУ СПЕЦІАЛІСТА У СФЕРІ МАРКЕТИНГУ ТУРИЗМУ

В статті обґрунтовується взаємозв'язок між критеріями професіоналізму і комунікаційною компетентністю спеціаліста в сфері маркетингу туризму. Аналізуються соціально-психологічні аспекти стратегії індивідуальної маркетингової комунікації. Комунікаційна компетентність оператора персонального продажу розглядається як системна єдність чотирьох факторів: комунікаційні знання, креативність, відповідальність, ініціатива.

В статье обосновывается взаимосвязь между критериями профессионализма и коммуникационной компетентности специалиста в сфере маркетинга туризма. Анализируются социально-психологические аспекты стратегии индивидуальной маркетинговой коммуникации. Коммуникационная компетентность оператора персональной продажи рассматривается как системное единство четырех факторов: коммуникационные знания, креативность, ответственность, инициатива.

In the article the relationship between the criteria of professionalism and competence communications of specialist in the field of tourism marketing is grounded. The socio-psychological aspects of individual marketing communication strategy are analysed. The communication competence of operator of the personal sale is considered as a system of unity of four factors: communication skills, creativity, responsibility, initiative.