

Line Shark – it is long-term experience with innovative technologies and great number of the satisfied clients in the whole world. The high-quality system does work of physicians very effective. High-quality steel, ceramics and ecologically clean synthetic materials, used for a production, provide maximal duration of service of equipment. For the achievement of high level of efficiency and control all working elements are executed ergonomics. Reliable conception of electrodes provides:

- enhanceable stability due to new conception of construction of electrode fork
- exact direction of electrodes through a working element and optics;
- it is multifunctionality, that allows universally to use a device;
- automatic catch for fixing of electrode on a working element/

Swiss company Medela 50 has summer experience in development of technologies and equipment on the production of medical vacuum.

Gives her developments and productive process high mechanical exactness, that guarantees excellent work.

High-quality and reliable aspirator Basic a vacuum allows quickly to grow, that gives an opportunity to conduct aspiration at any moment. The wide assortment of accessories does possible complete adaptation to the individual necessities of establishment of health protection. An ergonomics and convincing design provides lightness of the use vehicle in clinical terms. An equipment has a 5-years-old guarantee.

An aspirator of Basic is an effective and universal aspiration pump for the surgical sucking, endoscopic suction and vacuum help at lung-ins with by a great number tuning.

ФОРМИРОВАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ У БУДУЩИХ МЕНЕДЖЕРОВ ПО ТУРИЗМУ

*Савицкая Е.В., Кузьмина Л.И.
г. Минск, Республика Беларусь*

The article describes the directions of formation of professional competence in future managers of tourism and features of application in practice.

Наиболее динамично развивающейся составляющей рынка услуг является туристический рынок, о чем свидетельствует рост удельного веса туризма в мировом экспорте-импорте услуг, увеличение поступлений от международного туризма, рост его доли в формировании ВВП стран, увеличение численности занятых в этой сфере. Все эти факторы обуславливают необходимость исследования тенденций и закономерностей развития туристического рынка, идентификации его ключевых участников, анализа смены позиций основных экспортеров и импортеров данного вида услуг [2].

С позиции качественных характеристик процесс глобализации экономики рассматривается как новый этап в развитии цивилизации, который характеризуется усилением взаимосвязей и взаимозависимостей между национальными хозяйствами и различными сферами их деятельности.

Увеличение туристических потоков сопровождается серьезными изменениями в социально-экономической, финансовой, научно-технической и других сферах общественной жизни человека [1].

Повышение качества услуг в сфере туризма невозможно без высококвалифицированного персонала. Одной из главных проблем является проблема профессиональной подготовки и переподготовки кадров для работы в особых экономических зонах. В связи с этим необходимо актуализировать вопрос о преобразовании системы подготовки кадров для отрасли туризма на основе анализа потребности рынка труда в кадрах туристских специальностей, разработки квалификационных требований к этим профессиям, разработки профессиональных стандартов профессий высшего профессионального образования. Специалиста, обеспечивающего реализацию всего комплекса мероприятий по организации и обеспечению туристических поездок клиентов называют менеджером по туризму, в его обязанности входят: общение с клиентами, консультирование их по поводу выбора туров, бронирование для них авиабилетов, отелей, оформление страховки и иных необходимых документов. Следует отметить, что обязанности менеджера туристического агентства отличаются от менеджера компании туроператора [3].

Функциональные обязанности менеджера турагентства заключаются в консультировании по выбору туров и оформлении необходимых документов, что касается менеджера-туроператора, то его работа ограничена решением организационных вопросов: проектирование новых маршрутов, подготовка буклетов, оформление виз. Деятельность менеджера туризма разнообразна и многогранна, чаще всего она связана с форс-мажорными обстоятельствами, требующими выполнения определенных функций. В качестве наиболее значимых функций для менеджера выступает управленческая, предполагающая: принятие и реализацию административных ответственных решений; информационная предполагающая: сбор, анализ и обработку профессиональной информации, от полноты которой зависит результат деятельности.

Менеджер по туризму – понятие широкое, подразумевающее под собой и руководителя туристической фирмы, и офисного работника. Следует отметить, что на развитие специальностей и специализаций туристско-рекреационного профиля в Республике Беларусь оказывает влияние такой фактор как туристско-рекреационные ресурсы.

Модель процесса формирования маркетинговой культуры будущих менеджеров туризма в вузе представляет собой единство и взаимосвязь следующих блоков (модулей): ориентационно-целевого, представленного предметом, задачами и результатом (определённым уровнем сформированности маркетинговой культуры в части её аксиологического, когнитивного, операционно-деятельностного и коммуникативно-поведенческого компонентов); организационно-управленческого, включающего совокупность принципов реализации модели, а также факторов, учитываемых в процессе последовательного поэтапного формирования маркетинговой культуры студентов специальности «Менеджмент организации» со специализацией в сфере туризма; содержательно-технологического, представленного формами, методами и средствами формирования маркетинговой культуры, критериально-оценочного, отражающего совокупность критериев и показателей, для оценки уровня сформированности маркетинговой культуры как интегрального личностного качества будущего менеджера туризма: интуитивно-эмпирического, репродуктивно-адаптивного, профессионально-креативного [4].

Современные исследования в этой области предполагают от 5 до 15 определенных блоков (компонентов) компетентности. Ю. Г. Фокин указывает на тесную связь всех компонентов с качествами личности. По его мнению, компетентность требует от специалиста определенной эрудиции, позволяющей выбрать необходимые составные элементы для решения возникшей проблемы. Это ценностные ориентации и социальные представления о том, что одобряется обществом, а что им отвергается. Для планирования своей деятельности необходимо знать процессы, с которыми придется иметь дело при осуществлении деятельности. Все это невозможно без совокупности знаний и определенных навыков [5]. Знания, умения и навыки представляют собой компоненты различных категорий компетентности выпускника. Умение решать задачи, соответствующие его квалификации, ценностно-смысловая ориентация деятельности, понимание ответственности за принимаемые решения – вот базовая составляющая этого понятия.

Таким образом, профессиональная компетентность менеджера туризма характеризуется как наиболее общая характеристика способности специалиста эффективно выполнять профессиональные обязанности (функции) в своей профессиональной сфере деятельности (туристическая индустрия); своеобразный измеритель, индикатор; качественно-количественная характеристика уровня профессионализма. С целью достижения профессиональной компетентности необходимо: во-первых, формирование профессионально значимой среды; во-вторых, двухстороннее субъект-объектное взаимодействие (взаимодействие того, кто обучает, и того, кто учится); в-третьих, создание оптимальных условий для формирования фундаментального эвристического, креативного стиля мышления (создание учебно-практических лабораторий научных и маркетинговых исследований региональных туристических комплексов, центров туристско-краеведческой работы, виртуальных учебных туристических офисов). Именно такой подход к содержанию образования менеджера туризма даст возможность подготовить и воспитать специалиста, готового к профессиональному совершенствованию и самореализации в туристической индустрии.



Литература

1. Антонов, А. Точное попадание в гостеприимный имидж / А. Антонов // Республика. – 2017. – 27 мая – С. 19.
2. Анцух, С.В. Влияние туризма на экономическое и социальное развитие региона / С.В. Анцух // Новая экономика. – 2009. – № 11-12. – С. 105–114.
3. В основе стабильности – многопрофильность // Экономика Беларуси. – 2015. – № 3. – С. 50–52.
4. Канесс, Д. Лучше использовать накопленный потенциал / Д. Канесс // Директор. – 2017. – № 4. – С. 14–15.
5. Фокин, Ю. Г. Преподавание и воспитание в высшей школе: Методология, цели и содержание, творчество / Ю.Г. Фокин. – М.: Академия, 2002. – 224 с.