



**EU-TEMPUS IV Projekt «TETVET» 516630-TEMPUS-1-2011-1-DE-TEMPUS-JPHES
«Teacher Education and Training in Tourism in Belarus»**

**ЕС-ТЕМПУС IV проект «TETBET» 516630-TEMPUS-1-2011-1-DE-TEMPUS-JPHES
«Подготовка и повышение квалификации преподавателей дисциплин по туризму в Республике Беларусь»**

**Kursbeschreibung
Описание курса**

1. Titel des Kurses / 1. Название курса

Die Methoden der Forschungen im Tourismus / Методы исследований в туризме

2. Struktur des Kurses / 2. Структура курса

Die Methoden der Forschungen im Tourismus (der Vorlesung)

Die quantitativen und qualitativen Methoden der Forschungen im Tourismus. Das System der Vermarktungsforschungen im Tourismus: die Typen und die Etappen.

Die qualitativen Methoden der Forschung im Tourismus: das Interview, das vom Interview fokussiert ist, das Tiefinterview, die Beobachtung, den Brief, die Tagebücher. Die quantitativen Methoden der Forschungen im Tourismus: die Statistik, der Umfrage/Umfrage mit den geschlossenen Fragen, das strukturierte Interview

Методы исследований в туризме (лекции)

Количественные и качественные методы исследований в туризме. Система маркетинговых исследований в туризме: типы и этапы.

Качественные методы исследования в туризме: интервью, фокусированное интервью, глубинное интервью, наблюдение, письма, дневники. Количественные методы исследований в туризме: статистика, опрос/анкеты с закрытыми вопросами, структурированное интервью

Die Methoden der Forschungen im Tourismus (Übung/Seminar)

Методы исследований в туризме(практики/семинары)

3. Kurze Beschreibung des Kurses / 3. Краткое описание курса

Die Vorlesung (die Methoden der Forschungen im Tourismus) beschreibt die Methoden der empirischen Forschungen im Tourismus. Die vorliegende Vorlesung erfasst die folgenden Themen: die quantitativen und qualitativen Methoden der Forschungen, den Inhalt der quantitativen Methoden der Forschung wie "der formalisierten" und "massen-" und qualitativen Methoden, die auf das vertiefte Verständnis der untersuchten Prozesse und die Erscheinungen in der Sphäre des Tourismus ausgerichtet sind. Die Themen, die sich zu den Vermarktungsforschungen im Tourismus verhalten, werden nach dem folgenden Inhalt betrachtet: das System der Vermarktungsforschungen, die Arten und die Etappen der Forschungen, das Schema und die Methoden der Forschungen. In den gestellten Fragen und den Gegenständen der Forschung im Tourismus werden die Varianten ihrer Anwendung auch vorgestellt sein. Der theoretische Inhalt wird mittels der Begleitdrehbücher (der Situationen) auf den touristischen Unternehmen, die Agenturen und der Vermarktungszentren auch vertieft sein. Es werden die wichtigen Aspekte und die Beispiele, die den metodiko-didaktischen Grundlagen des Gegenstandes gewidmet sind weiter vorgeführt sein.

Лекция(методы исследований в туризме) описывает методы эмпирических исследований в туризме. Данная лекция охватывает следующие темы: количественные и качественные методы исследований, содержание количественных методов исследования как «формализованных» и «массовых» и качественных методов, ориентированных на углубленное понимание исследуемых процессов и явлений в сфере туризма. Темы, относящиеся к маркетинговым исследованиям в туризме, рассматриваются по следующему содержанию: система маркетинговых исследований, виды и этапы исследований, схема и методы исследований. По поставленным вопросам и предметам исследования в туризме будут также представлены варианты их применения. Теоретическое содержание также будет углублено посредством сопроводительных сценариев (ситуаций) на туристических предприятиях, агентствах и маркетинговых центров. Далее будут показаны важные аспекты и примеры, посвященные методико-дидактическим основам предмета.

Auf den praktischen Seminaren wird die Vertiefung das Studium des Themas "die Methoden Forschungen im Tourismus" geführt. Mittels Case study, die aus den durchgeführten Forschungen in der Sphäre des Tourismus gebracht sind (zum Beispiel, die Segmentation des touristischen Marktes, die Forschung arpoэкотуризма, die Analyse der Effektivität der Werbung), im Rahmen des Seminars die Programme für die Forschung der mehr spezifischen Probleme der Entwicklung des Tourismus, zum Beispiel, die Analyse der Praxis der öffentlichen Verwaltung in der Sphäre des Tourismus durchgearbeitet sein sollen.

На практических занятиях/семинарах ведётся углубление изучение темы «методы исследований в туризме». Посредством конкретных кейсов (Case study), которые приведены из проведенных исследований в сфере туризма



(например, сегментирование туристического рынка, исследование агроэкотуризма, анализ эффективности рекламы), в рамках семинара должны быть отработаны программы для исследования более специфических проблем развития туризма, например анализ практики общественного управления в сфере туризма.

Кроме того, в рамках семинара идёт использование и обсуждение интерактивных методов обучения: Open Space, SWOT-анализ. Для этого участники семинара самостоятельно подготавливают и отработывают в малых рабочих группах темы, посвященные методике и дидактике предмета «методы исследований в туризме».

4. Anforderungen an den Dozenten / 4. Требования к преподавателю

Fachspezifische und fachdidaktische Erfahrungen

Специальные знания и знания методики-дидактики предмета; опыт преподавания

5. Trainer / 5. Преподаватель

Kurs-Koordinator / Руководитель курса:

Dr. Kasyanenko A.

Weitere Teammitglieder / Другие члены команды:

Sevdalev S.V.

6. Bildungseinrichtungen/Lehrstühle/6. Учреждения образования/кафедры

Universität Paderborn/KuWi-Fakultät/Lehrstuhl für Arbeits- und Organisationspsychologie
Der Staatlichen Francysk Skaryna-Universität Gomel. Die juristische Fakultät. Der Lehrstuhl der Soziologie, der Lehrstuhl. Кафедра теории физического воспитания

7. Zielgruppe/ 7. Целевая группа

Angehende Lehrkräfte des Fachgebiets «Die Organisation des Tourismus», Quereinsteiger, Fachkollegen, die ihr Wissen auffrischen oder fachdidaktische Aspekte diskutieren möchten
Начинающие преподаватели дисциплин «организация туризма»; новички из других дисциплин; коллеги, которые хотели бы пополнить свои знания или обсудить аспекты, посвященные методике и дидактике предмета

8. Kursdauer (in Wochen) / 8. Продолжительность изучения курса (в неделях)

12-13 Wochen à 4 Std/Woche
12-13 недель по 4 ч. / в неделю

9. Unterrichtssprache(n) / 9. Язык(и) преподавания

Deutsch / немецкий
Русский

10. Kurscredits (ECTS) / 10. Зачетные единицы (1 Ед. = 30 часов)

5

11. Arbeitsumfang (Std. gesamt) / 11. Общее количество часов

72

12. Kontaktstunden / 12. Аудиторная работа

36

13. Selbststudium / 13. Самостоятельная работа

36

14. Ziele des Kurses / 14. Цели курса

Zu verstehen zu entwickeln und, das Herangehen an die Lösung der wissenschaftlichen und praktischen Aufgaben der Methoden der Forschungen des Tourismus zu besprechen;

Methodisch und didaktisch richtig vorzubereiten zu verstehen und, die Themen die Methoden der Forschungen im Tourismus zu unterrichten

Уметь разрабатывать и обсуждать подходы к решению научных и практических задач методов исследований туризма; уметь методически и дидактически правильно подготавливать и преподавать темы методы исследований в туризме

14.1 Lernziele / Learning outcomes des Moduls (siehe Verbenliste) / 14.1 Учебные цели (см. список глаголов, используемых для формулировки учебных целей)

14.2 Lehr/Lernmethoden / 14.2 Методы и формы организации учебного процесса

14.3 Prüfungsmethoden / 14.3 Формы контроля и оценки

A. Fachliches Wissen

Zu unterscheiden und die Bedeutsamkeit

Vorlesung,

Ggf. Klausur,

<p>A. Специальные знания</p>	<p>des Inhalts und der Fragen der Methoden der Forschungen im Tourismus zu bestimmen <i>Распознавать и определять значимость содержания и вопросов методов исследований в туризме</i></p> <p>An Zu wählen und die Sphären der Anwendung der Methoden der Forschungen im Tourismus zu erklären <i>Выделять и разъяснять сферы применения методов исследований в туризме</i></p> <p>Die Haupt- praktischen quantitativen und qualitativen Methoden der Forschungen zu erklären, die Beispiele anzuführen <i>Разъяснять основные практические количественные и качественные методы исследований, приводить примеры</i></p>	<p>Portfolioaufgaben, Gruppendiskussionen, Kleingruppenarbeit <i>Лекция, Задания для портфолио, Групповые обсуждения, Работа в малых группах</i></p>	<p>Portfoliomappe <i>При необходимости контрольная работа, папка портфолио каждого участника семинара</i></p>
<p>B. Methodisch-didaktische Fähigkeiten B. Методико-дидактические компетенции</p>	<p>Zu analysieren und das Herangehen an die Forschung des Tourismus bezüglich verschiedener Kriterien zu bewerten <i>Анализировать и оценивать подходы к исследованию туризма относительно различных критериев</i></p> <p>Die metodiko-didaktischen Materialien vorzubereiten, die den Themen der Methoden der Forschung im Tourismus gewidmet sind <i>Подготавливать методико-дидактические материалы, посвященные темам методов исследования в туризме</i></p> <p>Die Noblesse und verschiedene Methoden der Ausbildung in der Lösung der Aufgaben der Methoden der Forschungen im Tourismus zu verwenden <i>Знать и применять различные методы обучения в решении задач методов исследований в туризме</i></p> <p>Theorien und die Praxen der Methoden der Forschungen im Tourismus zielgruppengerecht vermitteln können <i>Дифференцированно доносить теории и практики методов исследований в туризме соответствующим целевым группам</i></p> <p>Analysmethoden und Gestaltungsansätze zielgruppengerecht vermitteln können</p>	<p>Kleingruppenarbeit, Simulation von Unterrichtsansätzen und – konzepten, Kurzpräsentationen <i>Работа в малых группах, имитация небольших частей занятий и концепций, короткие презентации</i></p>	<p>Reflexion, Hospitationen (gegenseitiges Feedback) <i>Отражение (самооценка, анализ), Самостоятельное проведение занятия и обсуждение с коллегами (взаимная оценка, обсуждение)</i></p>

	<p>Дифференцированно доносить методы анализа и экспертного прогнозирования соответствующим целевым группам</p>		
<p>C. Überfachliche Fähigkeiten, (soft) skills C. Междисциплинарные компетенции, социальные компетенции</p>	<p>Zu entwickeln und die Varianten des Herangehens an die Lösung der Aufgaben der Forschungen im Tourismus anzubieten Разрабатывать и предлагать варианты подходов к решению задач исследований в туризме</p> <p>Das eigene Herangehen an die Lösung der wissenschaftlichen und praktischen Aufgaben der Forschungen im Tourismus zu entwickeln Разрабатывать собственные подходы к решению научных и практических задач исследований в туризме</p> <p>Zu wählen und die Weisen der Lösung der Probleme und der Aufgaben in der Forschung des Tourismus zu bewerten Выбирать и оценивать способы решения проблем и задач в исследовании туризма</p> <p>situationsangemessenen im Rahmen betrieblicher Anwendungsfälle kommunizieren können Применять специальные правила обсуждения в рамках смоделированных производственных ситуаций</p> <p>komplexe soziale Probleme im Kontext betrieblicher Anwendungsfälle lösen können Решать комплексные социальные проблемы в контексте производственных ситуаций</p>	<p>Fallstudien, Kleingruppenarbeit, Rollenspiel, Gruppendiskussion Кейсы (Case study), работа в малых группах, ролевая игра, групповое обсуждение</p>	<p>Präsentation der Fallstudienlösungen Презентация решений для кейсов (Case study)</p>

15. Themen / Inhalte/ 15. Темы / Содержание	16. Kontaktstunden 16. Аудиторная работа	17. Zeit und Aufgaben für Selbststudium 17. Количество часов и задания для самостоятельной работы
<p>v: Die Vorlesung: die Quantitativen und qualitativen Methoden der Forschungen im Tourismus. Die Themen: die quantitativen und qualitativen Traditionen in den empirischen Forschungen. Der Inhalt des quantitativen und qualitativen Herangehens, der Funktion der quantitativen und qualitativen Methoden der Forschung im Tourismus</p> <p>Лекция: Количественные и качественные методы исследований в туризме . Темы: количественные и качественные традиции в эмпирических исследованиях. Содержание количественного и качественного подхода, функции количественных и качественных методов исследования в туризме</p>	4	4

<p>2V: Die Vorlesung: die Quantitativen Methoden der Forschungen im Tourismus: die Statistik, die Dokumente, der Umfrage/Umfrage mit den geschlossenen Fragen, das strukturierte Interview</p> <p>Лекция: Количественные методы исследований в туризме: статистика, документы, опрос/анкеты с закрытыми вопросами, структурированное интервью</p>	2	4
<p>V: Anwendungsbeispiele und Unternehmensszenarios</p> <p>Die Vorlesung: Die qualitativen Methoden der Forschungen im Tourismus: das Interview, das vom Interview fokussiert ist, das Tiefinterview, die Beobachtung</p> <p>Лекция: Качественные методы исследования в туризме: интервью, фокусированное интервью, глубинное интервью, наблюдение</p>	4	4
<p>Vorlesung: /Лекция:</p> <p>Das System der Vermarktungsforschungen im Tourismus: die Arten und die Etappen der Forschungen</p> <p>Система маркетинговых исследований в туризме: виды и этапы исследований</p>	4	4
<p>Übung: Fallstudien und methodisch-didaktische Aufbereitung der Lehrinhalte</p> <p>Упражнение: Кейсы (Case study) и методико-дидактическая подготовка учебного материала</p>	22	20

18. Prüfungsmodalitäten / 18. Формы контроля и оценки знаний		
18.1 Prüfungsformat 18.1 Форма контроля	18.2 Gewicht in % / 18.2 Процентное соотношение	18.3 Beurteilungskriterien / 18.3 Критерии оценки
Portfoliomappe / ggf. Abschlussklausur Папка портфолио / при необходимости - заключительная контрольная работа	50	Die Abschlussklausur bezieht sich auf die Inhalte der Vorlesung Заключительная контрольная работа относится к содержанию лекции
Präsentation inkl. Reflexion und Hospitationen Презентация inkl. Отражение (самооценка, анализ), самостоятельное проведение занятия и обсуждение с Kollegen (взаимная оценка, обсуждение)	50	Die Präsentation bezieht sich auf die Inhalte der Übung und beinhaltet die Ausarbeitung einer Fallstudie im Rahmen einer Kleingruppe und die Präsentation der Lösung in der Übungsgruppe. Презентация относится к содержанию упражнения и содержит разработку кейса (Case study) в рамках малen групп и презентация решения в группе.
Summe / Сумма:	100	

19. Prüfungsvoraussetzungen / 19. Условия допуска к контролю и оценке знаний (экзамену)
Regelmäßige Teilnahme an der Vorlesung und Übung / Регулярное посещение лекции/семинара и работа в рамках семинара

**20. Art der Zertifizierung / 20. Тип документа подтверждающий успешное посещение курса (сертификат?)**

Nachweis der Weiterbildung

Документ подтверждающий прохождение повышения квалификации (вкл. описание отдельных составляющих курса)**Für BY-Zertifikate Anmerkung (gemeinsame Entscheidung der Bildungsträger und Verbände)**

(примечание: Это может быть совместный сертификат партнеров-участников проекта: образовательные учреждения+ министерства + ассоциации)

21. Organisatorische Hinweise / 21. Организационные указания**21.1 Veranstaltungsort / 21.1 Место проведения:**

Universität Gornel Гомельский государственный университет

21.2 Empfohlene Teilnehmerzahl / 21.2 Рекомендуемое количество участников:

20 - 25

22. Literatur und Lernmaterialien / 22. Литература и учебные материалы**Autor/ Автор; Ersch. Jahr / Год издания; Titel / Название; Ort / Verlag oder Internetlink / Место издания/ издательство или интернет-ссылка****22.1 Verpflichtende Literatur / 22.1 Основная литература**

Kotler Ph/(2006). Die Grundlagen des Marketings: die Gasse mit eng. Moskau: "Williams"

Котлер Ф. (2006). Основы маркетинга: пер. с англ. Москва: «Вильямс»

Aleksandrowa A.Ju. (die 2002) Struktur des touristischen Marktes Moskau, das Pressolo

Александрова А.Ю. (2002) Структура туристического рынка Москва, Пресс-Соло

Der Gifte des Jh. A (1987). Die soziologische Forschung. Die Methodologie, das Programm, die Methoden, die 2-Ausgabe. Moskau: Wissenschaft

Ядов В.А. (1987). Социологическое исследование. Методология, программа, методы, 2-издание. Москва: Наука

Noelle E.(1971). Umfragen in der Massengesellschaft. Einfuehrung in die Methoden der Demoskopie. Muenchen.

Ноель Э. (1978). Массовые опросы. Введение в методику демоскопии/ Пер. с нем. Москва: Прогресс

22.1 Zusätzliche Literatur / 22.2 Дополнительная литература

Tarassenok A.I. (2011). Marketing touristisch destinationen. Minsk: BSEU

Тарасенок А.И.(2011).Маркетинг туристических destinationen. Минск: БГЭУ

Kabuschkin N.I. (1999). Das Management des Tourismus. Minsk: BSEU

Кабушкин Н.И. (1999). Менеджмент туризма. Минск: БГЭУ

Die Umfragen der Gäste in der Sphäre des Tourismus: die Hauptprinzipien und die Methodik. Das Beispiel: die Forschung des Images und

Der Zufriedenheit der Kunden der Region des Bodensees. (2011)

Опросы гостей в сфере туризма: основные принципы и методика. Пример: Исследование имиджа и удовлетворенности клиентов региона Боденского озера. (2011)

Проект программы ЕС TEMPUS

«Модернизация и внедрение бизнес-образовательных программ для подготовки специалистов в туристической индустрии Республики Беларусь - (MIBET)» Презентация: Боцен

Williams P. Segmenting the Tourism Market

<http://www.insights.org.uk/articleitem.aspx?title=Segmenting%20the%20Tourism%20Market>

Штайнике Und. Der kulturelle Tourismus die Struktur des Marktes die Konkurrenzsituation die Faktoren des Erfolgs die Präsentation, die Universität Paderborn

Штайнике А. Культурный туризм структура рынка конкурентная ситуация факторы успеха Презентация, Университет Падерборн