2. Важнейшими педагогическими условиями эффективного нравственного воспитания младших школьников являются:

- научно обоснованная организация целостного процесса воспитания в единстве виртуального и реального содержательного наполнения;
- реализация в воспитательном процессе принципов целостности, дополнительности, ценностной ориентации, субъектности, информативности и педагогической культуры воспитателей;
- развивающее виртуальное пространство и нравственная среда в жизни всего класса и каждого ребёнка;
- развитие у младших школьников потребности и способности заботиться об окружающих;
- компьютерная технология игрового нормотворчества;
- организация ценностно-ориентационной деятельности детей;
- достижение единства в решении воспитательных и практических задач;
- индивидуальный, личностно-ориентированный, субъектный и деятельностный подход в воспитании младших школьников.

3. С учётом педагогических условий эффективности нравственного воспитания младших школьников, разработана модель, которая встраивается в принятую систему начального образования, не нарушая целостности и, в то же время, обогащая учебно-воспитательный процесс.

Книга адресуется преподавателям педагогических университетов. В качестве учебного пособия – предназначается студентам и аспирантам педвузов, а также учителям школ, для которых становление нравственно воспитанной личности школьника является наиглавнейшей задачей.

ПРАКТИКУМ ПО СТРАТЕГИЧЕСКОМУ МЕНЕДЖМЕНТУ В СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОМ СЕРВИСЕ И ТУРИЗМЕ

Филатова И.Н.
Саратов, Россия

Управленческая деятельность в современных условиях выступает как один из важнейших факторов функционирования туристкой организации, обеспечения ее выживаемости и устойчивого развития.

Стратегический менеджмент в туризме основывается на принятии управленческих решений, ориентированных на учет факторов внутренней и внешней среды, достижение конкурентоспособности туристской организации на рынке и успех в конкурентной борьбе.

Способность и умение менеджера быстро перестраиваться, не упускать возможности, открываемые рынком и нововведениями, видеть перспективы развития, - все эти качества сегодня становятся главными аргументами предприятия туризма в конкурентной борьбе. Ориентация на потребительский спрос, проведение маневренной инновационной и рыночной политики являются основополагающими идеями новой философии управления туристской организацией и ее развития.

Учебно-методическое пособие «Практикум по стратегическому менеджменту в социально-культурном сервисе и туризме» ставит своей целью – помочь студентам освоить практические навыки принятия управленческих решений и анализа практических ситуаций в сфере социально-культурного сервиса и туризма.

Практикум включает основные вопросы семинарских занятий, тесты, задачи и вопросы для обсуждения, ключевые термины по темам занятий, литературу к изучаемому курсу, а также список рекомендованной литературы.

Эффективными методами объединения теоретического и практического подходов при изучении данной дисциплины являются анализ конкретных ситуаций и решение ситуационных упражнений. Эти методы позволяют обучаемым:

- активировать теоретические знания;
- развивать навыки анализа и критического мышления;
- находить альтернативные варианты в условиях неопределенности в туризме;
- формировать интерактивные умения, позволяющие эффективно взаимодействовать с партнерами и принимать коллективные решения в сфере туристского бизнеса;
- обогащать практический опыт, позволяющий лучше познать выбранную профессию и приобщиться к управленческой деятельности в туризме;
- учиться самостоятельно отыскивать необходимые знания для решения ситуационной проблемы, осваивая алгоритмы управленческих решений в туризме;
- вырабатывать уверенность в себе и в своих силах, убежденность в том, что в реальной практической ситуации в сфере социально-культурного сервиса и туризма они смогут профессионально решать управленческие проблемы.

Наконец, в процессе работы над ситуациями и упражнениями у обучаемых студентов

(и потенциальных туристских менеджеров в будущем) формируется конкурентоспособность, развивается персональная и коллективная ответственность, корректируются личностные ценности и установки, приобретаются навыки туристского менеджера.

В процессе изучения дисциплины важное место занимает контроль знаний студентов. Для оценки уровня усвоения учебного материала используется метод контрольных тестов. В практикуме, наряду с ситуациями для анализа и ситуационными упражнениями в практике туристских компаний, в каждом разделе даются тесты. Их цель – оценить уровень знаний и профессиональной подготовки обучаемых.

Тестирование широко используется в практике современного менеджмента туризма. Этот метод является очень эффективным, так как позволяет конкретизировать необходимую информацию, обработать ее и сделать выводы. По существу, ответ на вопросы теста – это выбор альтернативы, своего рода имитация управленческого решения.

Важную роль при изучении любой дисциплины, и «Стратегического менеджмента в социально-культурном сервисе и туризме» в частности, играют контрольные вопросы. Они помогают активировать в памяти теоретические знания, систематизировать их и сформулировать основные положения, выводы и закономерности стратегического менеджмента в туризме.

Практикум структурирован по блокам. Их содержание соответствует учебной программе, разработанной на основе требований Государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования. В каждый блок входит краткая теоретическая часть, методические рекомендации по изучению той или иной темы, контрольные вопросы, тесты, ситуации для анализа и практика стратегического менеджмента в туризме, взятая из Интернета, литературных источников и периодики, а также словарь основных терминов и понятий по изучаемой теме. В конце каждого блока приводится список рекомендуемой литературы.

Автор данного учебно-методического пособия надеется, что оно поможет всем студентам вузов и преподавателям, интересующимся вопросами стратегического менеджмента в социально-культурном сервисе и туризме, ориентирующихся на комплексное сочетание теоретических знаний и практических навыков, а также умений в любой управленческой ситуации в туризме находить оптимальные управленческие решения.