

Развивай свой край

Методические материалы
по организации и проведению
летнего лагеря



Печатается по решению
научно-методического совета
КГАОУ ДО РМЦ
протокол № 1 от 31.01.2023 г.

Развивай свой край. Методические материалы по организации и проведению летнего лагеря / сост. О.А. Карпенко, С.С. Патрина. — Хабаровск: КГАОУ ДО РМЦ, 2023. — 44 стр.

Ответственный редактор: В.В. Шевченко

Ответственный за выпуск: В.В. Плюснин

Компьютерная вёрстка: В.В. Шевченко

Дизайн обложки: Ю.А. Лубашова

В данных методических материалах представлен опыт организации смены летнего лагеря «Развивай свой край» в форме компетентностной олимпиады для детей от 13 до 16 лет, который может способствовать вовлечению обучающихся в процесс изучения родного края.

Материалы адресованы руководителям и методистам управления образованием, руководителям общеобразовательных организаций (директорам, заместителям директоров), классным руководителям, учителям, а также педагогам дополнительного образования, педагогам-организаторам, воспитателям, занимающимся организацией проектной деятельности с обучающимися.

Данные материалы могут быть использованы педагогами общеобразовательных организаций в рамках реализации проекта «Школа Минпросвещения России» по направлениям: «Здоровье» и «Воспитание».

© КГАОУ ДО РМЦ, 2023

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	2
Механизмы организации и проведения смены	3–5
Содержание модулей по направлению деятельности	
Модуль «Экономика»	6–9
Модуль «Масс-медиа»	10–15
Модуль «Туристический бизнес»	16–19
Организация досуговых мероприятий	20
Заключение	21
Список рекомендуемой литературы	22–23
Приложения	24–44

ВВЕДЕНИЕ

Сегодня для решения различных проблем, возникающих в жизни общества, широко используется проектный метод. Проекты в общественно полезных целях создаются, пишутся, подаются на грантовое и государственное финансирование не только некоммерческими организациями, но и неравнодушными активными гражданами, которые включаются в решение различных социально-экономических проблем страны, своего региона.

Для того чтобы воспитать человека с чёткой гражданской позицией, необходимо с детства развивать такие качества, как критическое и системное мышление, организационно-управленческие навыки, аналитические, коммуникативные и креативные способности, навыки работы в команде. Этому в полной мере способствует проектная деятельность туристско-краеведческой направленности.



В качестве примера предлагаем ознакомиться с организацией смены летнего лагеря «Развивай свой край» в форме компетентностной олимпиады для детей от 13 до 16 лет. Смену провели специалисты Регионального модельного центра дополнительного образования детей и Хабаровского краевого института развития образования в июле 2023 года на туристской базе КГАОУ ДО РМЦ в селе Сикачи-Алян.

За время пребывания в лагере ребята обучались современным проектным технологиям, с помощью которых создали проекты уникальных туристских маршрутов, проходящих по территориям проживания команд участников. Кроме этого, ребята попробовали свои силы в решении реальных проблемных заданий, имеющих непосредственное отношение к укладу жизни и процессам развития своего муниципального образования.

Данные методические материалы составлены с учётом полученного во время проведения смены опыта, могут способствовать вовлечению обучающихся в процесс изучения родного края.

Материалы адресованы руководителям и методистам управления образованием, руководителям общеобразовательных организаций (директорам, заместителям директоров), классным руководителям, учителям, а также педагогам дополнительного образования, педагогам-организаторам, воспитателям, занимающимся организацией проектной деятельности с обучающимися.

МЕХАНИЗМЫ ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОВЕДЕНИЯ СМЕНЫ

Цель проведения смены летнего лагеря «Развивай свой край» — активизация проектно-исследовательской деятельности обучающихся.

Задачи:

- расширить знания участников об экономике, исторических и природных особенностях Хабаровского края;
- познакомить с актуальными проблемами социально-общественного развития, включить обучающихся в работу по решению социально-экономических проблем Хабаровского края;
- формировать представления о способах продвижения проектов в масс-медиа;
- обучить способам продвижения проекта как стартапа;
- формировать ценностное отношение к историческому и культурному наследию Хабаровского края;
- развивать проектно-исследовательские компетенции.

Формат проведения: компетентностная олимпиада.

Период проведения: в течение 8 дней.

Состав команды: 5–10 человек.

Команды формируются по территориальному признаку, т. е. по принадлежности к одному муниципальному образованию региона.



До начала проведения мероприятия проводится предварительная регистрация участников и инструктаж о правилах участия.

Исходя из того, что в рамках смены участники должны разработать уникальный проект «Новый туристский маршрут», были выбраны следующие направления для обучения проектной деятельности:

- «Экономика»;
- «Масс-медиа»;
- «Туристический бизнес».

На каждый модуль отводится 2 дня:

- 1 день — лекция по теме (90–120 мин.),
выполнение практических заданий (90 мин);
- 2 день — защита выполненного задания (120 мин.).

1–2 день — экономика;

3–4 день — СМИ;

5–6 день — туристический бизнес.

Лекции и практические занятия провели приглашённые эксперты — специалисты по соответствующему направлению деятельности:

- С.Ю. Стеклова, к.э.н., доцент ТОГУ;
- А.А. Пожидаева, корреспондент радио «Восток»;
- И.В. Кушнарёва, президент Дальневосточной региональной ассоциации туризма.

Эксперты предлагали ребятам решить различные проблемные ситуации муниципалитета, в котором проживают.

После представления командами своих решений эксперты оценивали проекты по критериям, разработанным по каждому направлению (Приложение 1).

В процессе прохождения модулей участники собирали материал для выполнения итогового проектного задания — разработки нового туристского маршрута, который защищали в конце смены.

Можно провести взаимооценку уровня участия в разработке проекта каждого участника внутри команды по 100-бальной системе. При таком подходе общий результат подводится по итогам суммарной оценки жюри и взаимооценки. Победители и призёры определяются по сумме оценок.

В процессе прохождения смены учащиеся должны продемонстрировать:

- оптимальный уровень историко-краеведческих знаний;
- углублённый уровень историко-краеведческих знаний в рамках выбранного тематического направления;
- умение грамотно структурировать и оформлять проектную работу;
- умение работать с источниками и литературой;
- умение обосновывать и аргументировать собственные самостоятельные выводы и оценки;
- грамотно выстроить представление и защиту проектной работы, вести дискуссию, использовать презентационные материалы.



СОДЕРЖАНИЕ МОДУЛЕЙ ПО НАПРАВЛЕНИЯМ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Модуль «Экономика»

Цель: определение целесообразности разработки и значимости практического использования результатов проекта.

Задачи:

- дать участникам комплексное представление о проектной деятельности (формирование проектных компетенций);
- способствовать развитию навыков планирования и работы над проектами, научить формулировать цели, планировать ресурсы, необходимые для достижения целей;
- помочь достичь понимания современной концепции проектной деятельности и её влияния на отечественную экономику;
- научить сопоставлять выполняемые действия плану, распределять задания между членами рабочей группы и др.);
- познакомить с существующими методами экономического анализа и экономической эффективности деятельности.

Рекомендуемые темы модуля

1. Планирование деятельности.

Основы проектной деятельности. Общее представление о проектной деятельности. Основные понятия проектной деятельности. Методы, используемые в проектной деятельности. Классификация проектов. Разновидности проектного управления. Жизненный цикл проекта.

2. Организация проектной деятельности.

Инициация проекта Планирование проекта. Бюджет проекта. Проектная идея. Стратегическое развитие идеи в проект.

3. Оценка экономической эффективности проекта.

Принципы и методические подходы к оценке эффективности проектов. Методы оценки эффективности проектов.

Основные определения

Проект — временное предприятие, направленное на создание уникального продукта, услуги или результата надлежащего качества, в ограниченные сроки с использованием ограниченных ресурсов.

Проектная деятельность — способ достижения цели через детальную разработку проблемы в условиях ограниченности по срокам и ресурсам, которая должна завершиться определённым, оформленным, практическим результатом.

Проблематизация — идентификация проблемы или задачи, которую нужно решить. Например, проблемой может быть низкое качество или отсутствие определённых услуг или товаров, несоответствие поведения людей или функционирования технической или иной системы определённым требованиям. Возможна иная ситуация, когда формулируется не проблема, а ставится конкретная задача.

Целеполагание — определение каких целей должен достичь проект. Для этого важно провести генерацию идей, вариантов решений.

SMART — мнемоническая аббревиатура, используемая для определения целей и постановки задач в различных областях. Цель проекта должна быть:

- конкретной (однозначно воспринимаемой всеми участниками);
- измеримой (выявленная проблема сформулирована в конкретных показателях);
- достижима при заданных временных и ресурсных ограничениях.

Продукт проекта — то, что должно быть реализовано (создано) по завершению проекта. Продуктом проекта могут быть товары, услуги, разработанные методологии, информационные материалы, результаты исследований и т. д. Продукт проекта — отчуждаем от его создателя, т. е. его можно «передать» при необходимости.

Планирование — деятельность, которую необходимо осуществить для достижения цели:

- определяются требования к продукту проекта;
- выбираются способы выполнения;
- устанавливаются сроки выполнения;
- назначаются ответственные и т. д.

Реализация проекта — для успешной реализации важно научиться отслеживать прогресс выполнения, чтобы вовремя выявить отклонения и предпринять корректирующие действия. Для этого необходимо определить контрольные точки (вехи) и оценивать каждый этап работы с позиции соблюдения сроков и достигнутых результатов.

Сдача проекта — основные задачи на этом этапе:

- презентация итогов проекта и «сдача-приёмка» работ;
- проведение итогового анализа проекта;
- оценка работы всех членов команды.

Показатели оценки эффективности инвестиционного проекта — помогают понять, насколько рентабелен проект, как быстро окупятся вложения, каковы вероятные риски по сравнению с потенциальной прибылью.

Иерархическая структура работ (ИСР) — метод последовательной детализации содержания проекта с разбивкой (декомпозицией) основных задач на более мелкие, измеримые и лучше управляемые части. Он позволяет разработать структурированное по уровням, упорядоченное по результатам представление всех работ проекта.

Последовательность разработки иерархической структуры работ включает следующие шаги:

- 1) определение основы декомпозиции работ на верхних уровнях ИСР;
- 2) разбивка всего проекта на наиболее значимые в отношении управления задачи;
- 3) последовательная детализация каждой из задач на более мелкие до тех пор, пока на нижнем уровне декомпозиции не получится полный список того, что должно быть сделано для завершения проекта;
- 4) обзор и проверка иерархической структуры работ в отношении полноты (каждая работа может появиться в ИСР только один раз).

Задания для промежуточного контроля

1. Сформулировать и представить к защите.

Ключевая информация из паспорта проекта	Заполнить по групповому проекту
Название проекта	
Вид проекта	
Предметная область проекта	
Цель проекта	
Ключевые задачи проекта	
Описание сути и актуальности проекта	
Показатели успешности проекта	
Ключевые стейкхолдеры проекта	

2. На основании цели, основных этапов, спецификаций результата/продукта построить иерархическую структуру работ (ИСР), т. е. провести декомпозицию проекта на отдельные управляемые элементы: фазы, стадии, пакеты работ и отдельные работы.

3. На основе ИСР определить, какие ресурсы и в каком количестве будут использоваться при выполнении работ.

4. Обосновать возможность реализации проекта.



Модуль «Масс-медиа»

Если современное общество — это организм, то информация — его кровь; это то, без чего общество не может существовать. Развитие средств массовой коммуникации значительно увеличило количество и качество инструментов для передачи информации целевой аудитории, соответственно серьёзно изменило характер и природу информационного сопровождения проекта/продукта/мероприятия.

Ни один проект не обходится без информационного сопровождения. Инициатор проекта должен чётко понимать, что именно он хочет донести, кому конкретно адресовано сообщение, каким способом это лучше всего сделать.

Цель: оказание помощи в создании привлекательного медийного образа туристско-краеведческого проекта в СМИ.

Задачи:

- погрузить участников мероприятия в контекст медиа-информационного процесса;
- познакомить со структурой и сюжетным контекстом различных медиаматериалов;
- спроектировать модель медиаматериала для продвижения проекта.



Рекомендуемые темы модуля

1. *Актуальность медиаматериала.*

Терминология. Контекст информационного процесса. Особенности форматов.

2. *Презентационные тексты.*

3. *Создание собственного текста.*

4. *Позиционирование материала онлайн.*

Жанровые различия материалов. Создание сюжетного контекста. Создание пресс-релиза.

5. *Оформление материала.*

6. *Творчество VS информативность.*

Основные определения

Основная задача информационной кампании — предоставить информацию о проекте, чтобы получить необходимый эффект. Для этого надо выявить ключевые информационные поводы или инициировать их, собрать информацию, переработать её и представить СМИ и широкой общественности.

Средства массовой информации — телевидение, радио, печатные издания, интернет-сайты. Ни одно изменение в обществе невозможно без участия СМИ.

Информационное сопровождение — использование традиционных СМИ в качестве основного канала для создания образа компании, информирования потребителей о продукте или услуге, рассказе о мероприятии и др.

Информационные активности:

- работа со СМИ: пресс-релиз, пресс-конференция, презентация, открытие/закрытие и т. д., открытое письмо, интервью, кейс-история, занимательная статья и т. д.
- наружная реклама: листовки, плакаты, баннеры, флаеры и приглашительные;
- адресная рассылка, спам;
- работа сайта;
- уличная агитация и т. д.

Информационный повод — то, что даёт повод появлению какой-либо информации в СМИ (происшествие, событие, мероприятие, памятная дата, заявление VIP-персоны и т. д.).

Пресс-релиз — информационное сообщение для СМИ, которое может служить основой для публикации, съёмки телесюжета, записи радиоматериала.

Медиа-карта — список СМИ с данными об их аудитории, тираже и направленности, имена конкретных журналистов и редакторов, их контакты. Используется при налаживании взаимодействия со СМИ (в частности, при рассылке пресс-релизов).

«Поставщик» информации — проектная группа, пресс-служба организации, пресс-секретарь VIP-персоны и т. д. Делает обзвон, рассылку, личные встречи. Должен тщательно готовить информацию для СМИ.

Медиатор — журналист, посредник между аудиторией и источником информации.

Мониторинг СМИ — действия по отслеживанию всей информации, попадающей в СМИ по тому или иному поводу. Мониторинг необходим для оценки результатов любого публичного проекта.

Креативность — способность автора к нестандартной и смелой подаче идеи. Это — не стилистические приёмы, не красивые слова и обороты. Это — подход к подаче. Проблема большинства авторов в том, что за креативность пытаются выдать именно словесную, а не идейную подачу. Как бы красиво вы не упаковали банальные идеи, они так и останутся бесполезными.

Новостной сюжет — состоит из видеоряда, интершума, графики, музыки, лайфа, стендапа, синхрона, закадрового текста и титров.

Видеоряд — видео на заданную тему.

Интершум — звук, записанный вместе с видеоматериалом. Интершум должен соответствовать изображению. Если же он не

отличается качеством, то подлежит замене. В большинстве случаев данный звук сопровождается закадровый текст.

Графика — диаграммы, таблицы, карты, схемы и др. Её можно подготовить при помощи специальной компьютерной программы или нарисовать на листе бумаги, после чего снять на видеокамеру. Оформление графических материалов должно подходить по размеру шрифта и цвету ко всему сюжету.

Музыка — в некоторых случаях выступает в роли интершума. В информационных сюжетах её не используют. Основное требование к музыке — уместность.

Лайф — отрезок видео продолжительностью до 10 секунд с интершумом (поддержка болельщиков, аплодисменты, шум воды). Лайф «переносит» зрителя на место события, помогает проникнуться атмосферой. В информационном сюжете отрезок лайфа не должен превышать 5 секунд.

Стендап — речь журналиста в кадре. Демонстрирует присутствие в эпицентре мероприятия или события, создаёт эффект диалога с аудиторией. При записи стендапа корреспонденту важно следить за своим внешним обликом, мимикой и жестами, а оператор должен выбрать подходящий задний план.

Синхрон — речь персонажа в кадре, фрагмент интервью продолжительностью не более 25 секунд. Картинка и голос записываются и показываются на экране одновременно. Надо следить за фоном, чтобы у героя не росли из головы столбы, фонтаны, ветви деревьев, цветы и др.

Закадровый текст — информация, которую сообщает журналист или диктор, невидимый зрителю.

Титры — специальные надписи, поясняющие текст. Это могут быть имя, фамилия и должность главного героя сюжета, указание места, где разворачиваются события, перевод иностранного текста и др. Требования к титрам: грамотность и фактическая правильность.

В процессе подготовки сюжета для телевидения следует обратить внимание на ряд особенностей:

- объективность информации;
- актуальность события;
- логика изложения;
- предельная ясность.

Факт в обязательном порядке необходимо подтвердить видеоматериалом, информацией очевидца, заключением эксперта. Корреспондент не должен оценивать происшествие — собственное мнение он может выразить, но косвенно, к примеру, при помощи интонации, порядка слов в предложении. Также рекомендуется сообщать информацию простыми и понятными словами, избегать бюрократических формулировок и деэпричастных оборотов, употреблять только известные аббревиатуры (МВД, ЕГЭ, ЖКХ и др.), округлять числа. Текст должен состоять из определённых блоков, поскольку без крепкой структуры он провисает и рискует развалиться. Предложения из интервью с главным героем сюжета должны продолжать текст корреспондента, а не повторять его.

Интервью — диалог журналиста с экспертом, очевидцем (респондентом), представляющим интерес для определённой аудитории. По сути, это беседа в форме «вопрос–ответ». Цель подобной беседы — краткое освещение факта, события или явления (Кто? Что? Где? Когда?). Быстрое интервью даёт ответы на волнующие вопросы без глубокого анализа.

Интервью как жанр включает нескольких подтипов:

- *интервью-диалог* — полный текст с расшифровкой беседы;
- *сообщение* — ответы публикуются не дословно, а в сокращении, в виде выжимки сути из беседы;
- *зарисовка* — когда передаётся содержание разговора, его характер, обстановка, добавляются детали и нюансы;
- *мнение* — когда различные точки зрения необходимо показать с разных сторон;
- *массовые интервью с брифингов, пресс-конференций* — самый трудоёмкий вид интервью, схожий с репортажем.

Интервью — не просто жанр, но и метод сбора информации. С его помощью легко получить ценный материал, который ляжет в основу других форматов. Например, можно записать выступления экспертов на

профильных конференциях, транскрибировать и разместить у себя на сайте, при этом писать самому контент не придётся.

Перед проведением интервью журналисту необходимо исследовать тему так, чтобы общаться с респондентом на его языке. Определить фокус разговора, чтобы материал не получился слишком размытым или объёмным. На основании исследования подготовить список интересных вопросов, тем.

Интервью имеет форматы:

- информационный — сообщает только о факте, отвечая на вопросы: Кто? Что? Где? Когда?;
- аналитический — факты анализируются с помощью вопросов: Почему? Каким образом? Направление анализа задаёт всегда журналист.

Подкаст (от англ. podcast — «вещание») — любой аудиоконтент в Интернете, записанный заранее и доступный для прослушивания в любое время. Такой формат напоминает радио, но с тем отличием, что это всегда тематическая и ограниченная по времени запись. Слушатель включает эпизод тогда, когда ему удобно: во время поездки в транспорте, на прогулке или дома. Он может слушать эпизод и параллельно заниматься другими делами.

С помощью этого формата распространения контента можно эффективно влиять на лояльность целевой аудитории. Главное — обеспечить полезность предоставляемой информации для слушателей. Никто не захочет тратить своё время на бессмысленные разговоры. За счёт экспертных аудиоматериалов можно сформировать лояльную аудиторию из думающих потребителей.

Рекомендуемые задания для промежуточного контроля

1. Создание структуры трёх медиаматериалов о тематическом проекте (после теоретической части работы):

- Новостной сюжет: радиоматериал, телевизионный материал, текстовый материал классического формата (газеты, журналы), подкаст-формат.
- Интервью: монопрограмма, интервью-репортаж.
- Тематическая программа: формат живой подачи, музыкально-тематическая программа, оригинальный материал.

2. Создание сюжетного контекста на основе предоставленной информации (формальный инфоповод, описание события).

Модуль «Туристический бизнес»

Цель: знакомство участников мероприятия с существующими методами разработки турпродукта и определение наиболее выгодных направлений его создания, привязанных к теме или местности.



Рекомендуемые темы модуля

1. *Планирование деятельности. Основы создания турпродукта.*

Общее представление о создании турпродукта. Методы создания. Классификация турпродукта. Выделение основных частей, целевая аудитория, логистика, дополнительные услуги, которые можно включить в турпродукт. Жизнеспособность турпродукта.

2. *Организация турпродукта.*

Выбор объектов и целевой(ых) группы потребителей. Определение составных частей турпродукта и объединение их в окончательный проект. Поиск и определение конкурентов.

3. *Оценка эффективности проекта.*

Уникальность турпродукта. Методы реализации.

Основные определения

Турпродукт — это предварительно сформированная комплексная туристическая услуга, в состав которой входят следующие элементы:

- перевозка туристов (при необходимости багажа);
- размещение (организация ночлега, питания, санитарных условий);
- целевые услуги (культурно-образовательные, экскурсионные, спортивные, оздоровительные и т. д.);
- дополнительные услуги.

Этапы формирования турпродукта

• *I этап* — поиск идей и определение объекта туризма. Является ключевым этапом. На этом этапе идеи для турпродукта отбираются на основе информации от потребителей, о продуктах конкурентов, предложений специалистов турфирмы, статистики туристических поездок.

• *II этап* — отбор идей, т. е. обоснование разрабатываемого туристического продукта с целью найти наиболее интересные и привлекательные идеи для туристов. На этом этапе формируется общая концепция турпродукта и определяется комплекс входящих в него услуг. Отобранная идея трансформируется в конкретный проект, который будет разрабатываться в дальнейшем.

• *III этап* — разработка конкретного варианта турпродукта, который фирма будет предлагать туристам.

Основные критерии на данном этапе:

- комплексность продукта;
- полезность;
- функциональность входящих в него туристических услуг;
- надёжность;
- способность удовлетворить потребности туриста.

Это наиболее длительный этап, определяющий конечный результат.

На третьем этапе формирования турпродукта фирма должна предпринять следующие меры:

- провести исследование рынка для оценки востребованности продукта;
- провести анализ целевого рынка для выявления спроса;
- провести анализ возможностей турфирмы при реализации турпродукта;
- соотнести имеющиеся перспективы с целями предприятия;

– подвести итог исследованиям с целью оценки возможного успеха формируемого турпродукта.

На основе результатов исследований турфирма определяется с конкретным вариантом формирования турпродукта, под который будет разрабатывать тур на следующем этапе.

- *IV этап* — непосредственная разработка тура, а также его детализация. На этом этапе определяется трасса маршрута, формируется паспорт тура, утверждаются все технологические документы. Затем тур обкатывается и при необходимости вносятся необходимые изменения. Детализация тура предполагает его подробную разбивку по дням и часам с указанием конкретных действий в рамках проектируемого турпродукта.

- *V этап* — непосредственно представление тура на рынке, предложение его клиентам турфирмы. Это завершающий этап, после которого сформированный турпродукт функционирует как самостоятельное предложение для всех туристов, которые желают им воспользоваться.

На всех этапах формирования турпродукта необходимо учитывать комплексный характер этого вида услуг, так как туристы приобретают не просто набор услуг, а преследуют определённую цель: отдохнуть, загореть, поправить здоровье, получить культурную программу и т. д.

Алгоритм формирования турпродукта

1. Маркетинговые исследования: PEST анализ; SWOT анализ; сегментация рынка.

2. Выбор маршрута и планирование тура, в том числе оценка ресурсного обеспечения тура, целевые объекты туризма, питание и размещение.

3. Заключение договоров со сторонними организациями:

- договор с гостиницей (определяется стоимость номеров, процесс бронирования, скидки, условия размещения и проживания, график заездов);

- договор с предприятием питания (включает количество туристов, рацион питания, стоимость).

4. Составление паспорта турпродукта:

- описание маршрута;

- условия приёма и размещения;

- график или расписание движения по маршруту;

– формирование документа «Условия приёма и обслуживания туристов» (условия размещения: какие номера, комнаты или каюты, сколько человек может проживать; санитарно-бытовое обслуживание: наличие канализации, прачечных, душа или ванны в номерах; условия питания: наличие ресторана, кафе, буфета, адреса и отдалённость от места проживания, план питания).

5. Формирование программы турпродукта:

– перечень туристического, экскурсионного, культурного, досугового обслуживания;

– перечень экскурсий и мероприятий и их продолжительность;

– документация (карта-схема маршрута, справочные материалы, памятки для туристов, технологическая карта тура, форма заявки на турпродукт);

– информационное обеспечение для туристов (маршрут-экскурсия с указанием типа, транспорта, размещения, продолжительности, кратким описанием пакета услуг и прочей дополнительно информацией).

6. Расчёт стоимости тура и калькуляция:

– транспортные услуги;

– проживание (стоимость умножается на ночи);

– питание;

– зарплата (гидов, экскурсоводов и т. д.);

– налоговые отчисления и страховки;

– экскурсионное обслуживание;

– билеты на культурно-развлекательные программы;

– накладные расходы (10–20 %).

7. Продвижение тура на рынок:

– реклама;

– стимулирование продаж;

– пресс-конференции и презентации;

– ознакомительные туры;

– выставки, ярмарки;

– различные видеофильмы.

ОРГАНИЗАЦИЯ ДОСУГОВЫХ МЕРОПРИЯТИЙ

Кроме основных занятий по сопровождению проектной деятельности для участников смены рекомендуется провести различные творческие мероприятия, например: конкурсы, викторины, мастер-классы по изготовлению национального оберега из рыбьей кожи, меха и глиняного панно «Тотем», краеведческие игры «Туристская полоса», экскурсии на петроглифы и в краеведческий музей МБОУ СОШ с. Сикачи-Алян, просмотры тематических кинофильмов.

Для погружения в тематику мероприятия в качестве разминки в первый день олимпиады предлагается провести краеведческий конкурс-викторину (Приложение 2).



ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В смене летнего лагеря «Развивай свой край» приняли участие команды учащихся школ Комсомольского, Советско-Гаванского и Хабаровского муниципальных районов края.

Представленный формат организации летнего лагеря в виде компетентностной олимпиады позволил участникам получить компетенции по проектированию, способствовал многогранному изучению района проживания, расширению кругозора, знаний о природе, памятниках истории и культуры.

Эффективную работу участников обеспечили профессиональные эксперты. С.Ю. Стексова, доцент ТОГУ, кандидат экономических наук, прокачала с ребятами проектные компетенции, прорабатывая проекты с точки зрения экономики. Корреспондент радио «Восток» А.А. Пожидаева, помогла разработать «раскрутку» проектов в СМИ и социальных сетях. Представитель туристического бизнеса И.В. Кушнарёва рассказала, как разработать уникальный востребованный турпроект. Помимо этого, эксперты провели семинар для педагогов по развитию проектной и предпринимательской деятельности, показали подходы в создании проектов, которые в дальнейшем могут претендовать на грантовую либо государственную поддержку.

За короткий срок участники успели освоить несколько предметных областей и познакомятся с новыми для себя сферами знания. Общение с практикующими специалистами в разных областях экономики и гуманитарных знаний позволило детям погрузиться в современные тенденции, познакомиться с картой геоэкономической действительности современного мира, что дало продуктивный учебный эффект.

Ребята креативно подошли к разработке туристических маршрутов. Проекты получились интересными, увлекательными, а главное — реалистичными. Победителем стала команда из г. Советская Гавань, представившая вниманию жюри экологический маршрут по родным местам «Тур-Эко», проект уже реализуется на территории муниципального района (паспорт проекта и презентация в Приложении 3). Ребята из с. Сикачи-Алян разработали проект этно-турбазы «Амурчик». Учащиеся Комсомольского района воплотили идею создания электронной платформы — путеводитель для туристов «Калейдоскоп туристических объектов. Команда из с. Мичуринского Хабаровского района рекомендовала провести выходные дни в путешествии по краеведческому маршруту «По следам переселенцев». Все эти мероприятия в будущем могут повысить туристическую привлекательность и способствовать развитию Хабаровского края.

СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Административно-территориальное устройство Хабаровского края, 1938–2009 годы: [справочник] / Упр. по делам арх. Правительства Хабар. края, Гос. арх. Хабар. края; [редкол.: Т.А. Шевчик (гл. ред.) и др.; сост.: Т.И. Казадаева (отв. сост.) и др.]. – Хабаровск: РИОТИП, 2009. – 695, [2] с.
2. Административные районы Хабаровского края: экономико-географическая характеристика: Учеб. пособие. Ч. 1 / Комс. гос. пед. ин-т. – Комсомольск н/А: КГПИ, 1995. – 137, [3] с.
3. Административные районы Хабаровского края. Ч. 2 / М-во просвещения Рос. Федерации; Комс. гос. пед. ин-т. – Комсомольск н/А: КГПИ, 1995. – 107, [11] с.: ил.
4. Бородина, Е.А. Территориальное развитие Хабаровского края: учебное пособие / Е. А. Бородина; Комсом. гос. пед. ун-т. – Комсомольск-на-Амуре: Комсом. гос. пед. ун-т, 2002. – 50 с.
5. Нестеров А.К. Этапы формирования турпродукта // Энциклопедия Нестеровых – <https://odiplom.ru/lab/etapy-formirovaniya-turprodukta.html>
6. Хабаровский край: Страницы истории / Межрегион. прогр. вып. кн. по истории Дал. Востока; Авт. текста: Ю.В. Ефименко и др.; Сост. авт. текста Ю.В. Ефименко; Лит. ред.–сост.: А.А. Ильин. – Владивосток: Утро России, 1996. – 317 с.: ил.
7. Хабаровский край = Khabarovskiy kraj: Путеводитель / Ред. Л.В. Клипель; Пер. на англ. Г.А. Мисюра; Фот. И. Абрамов и др.; Авт. текста А. Махинов и др. – 2-е изд., испр. и доп. – Хабаровск: Изд. дом «Приамур. Ведомости», 2003. – 118, [9] с.: цв. фот.
8. Хроника. Хабаровский край: Годы и события 1938–2008 г. / Гос. арх. Хабар. края; [редкол.: Т.А. Шевчик (гл. ред.) [и др.]; авт. предисл. Н.И. Дубинина [и др.]; сост.: Л.В. Салеева (отв. сост.) [и др.]. – Хабаровск: Частная коллекция, 2008. — 413 с.
9. Экономика регионов. Хабаровский край. Economics of regions. Khabarovsk territory: [монография] / [Е.Н. Антонова и др.]; под ред. П.А. Минакира; Ин-т экон. исслед. Дальневост. отд-ния РАН. – Хабаровск: ИЭИ ДВО РАН, 2014. – 397, [1] с.: ил., табл., карты.

Вопросы по истории и современности Хабаровского края

1. Официальный сайт Правительства Хабаровского края (раздел «История края») [Электронный ресурс] //<https://www.khabkrai.ru>.
2. Ерофей-ДВ. Информационно-имиджевый портал Хабаровского края: [Электронный ресурс] //<http://erofeydv.ru>.
3. Регионоведение Дальнего Востока. Материалы для подготовки к экзамену: [Электронный ресурс] //http://old09403.khstu.ru/studentsbooks/region/regucheб/material_k_exz/material_index.htm.
4. Все районы [Электронный ресурс] <http://www.bankgorodov.ru/>.
5. Словари и энциклопедии на Академике. Все районы. [Электронный ресурс] <https://dic.academic.ru/>
6. Банк городов. Регионы России [Электронный ресурс] <http://khabkrai-nasledie.ru/>
7. Президентская библиотека им. Б.Н. Ельцина [Электронный ресурс] <http://www.prlib.ru/Pages/default.aspx/>
8. ТОГУ [Электронный ресурс] http://www.protown.ru/russia/obl/history/history_443.html
9. Культурное наследие [Электронный ресурс] <https://khabkrai.ru/khabarovsk-krai/Istoriya-kraya>

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1

Критерии экспертной оценки по направлениям

Модуль 1. «Экономика»

Критерии	Количество баллов
Применён инструмент формирования паспорта проекта	0–40 0 – отсутствует; 10 – предложения требуют серьёзной доработки; 20 – 100 % предложений требуют несущественной доработки; 30 – 50 % предложений требуют несущественной доработки; 40 – предложения не требуют доработки
Применён инструмент формирования иерархической структуры работ	0–20 0 – инструмент отсутствует; 10 – предложения требуют несущественной доработки; 20 – предложения не требуют доработки
Определены ресурсы проекта	0–20 0 – инструмент отсутствует; 10 – предложения требуют несущественной доработки; 20 – предложения не требуют доработки
Предложены инструменты реализации проекта	0–20 0 – инструмент отсутствует; 10 – предложения требуют несущественной доработки; 20 – предложения не требуют доработки

Модуль 2. «Масс-медиа»

Критерии	Количество баллов
Глубина понимания задачи (создание медиапродукта), соответствие материала заданным параметрам (соответствие понятию «актуальный медиаматериал», понимание структуры и особенностей формата)	0–20 0 – инструмент отсутствует; 10 – предложения требуют несущественной доработки; 20 – предложения не требуют доработки
Оригинальность идеи и подачи созданного материала	0–20 0 – инструмент отсутствует; 10 – предложения требуют несущественной доработки; 20 – предложения не требуют доработки
Уровень грамотности команды при выступлении, общая подача проекта на презентации	0–20 0 – инструмент отсутствует; 10 – предложения требуют несущественной доработки; 20 – предложения не требуют доработки
Активность участия в обсуждении проектов, «навык репортёра»	0–20 0 – инструмент отсутствует; 10 – предложения требуют несущественной доработки; 20 – предложения не требуют доработки
Журналистская компетентность (комплекс навыков, позволяющий оперативно создавать и изменять медиаматериалы на основе имеющихся данных)	0–20 0 – инструмент отсутствует; 10 – предложения требуют несущественной доработки; 20 – предложения не требуют доработки
Итого	0–100

Модуль 3. «Туристический бизнес»

Критерии	Количество баллов
1. Выделена целевая(ые) аудитория турпродукта	0–20 0 – целевая аудитория отсутствует; 10 – целевая аудитория выбрана неверно (с ней турпродукт не реализуем); 20 – целевая аудитория выбрана верно
2. Турпродукт представлен с учётом потребностей целевой(ых) аудиторий	0–20 0 – турпродукт не учитывает целевую аудиторию; 10 – для выбранной аудитории турпродукт подобран частично неверно и требует доработки; 20 – турпродукт предложен с учётом целевой аудитории и не требует доработки
3. Уникальность (неповторимость) турпродукта	0–40 0 – отсутствует; 10 – предложения требуют серьёзной доработки; 20 – 100 % предложений требуют несущественной доработки; 30 – 50 % предложений требуют несущественной доработки; 40 – предложения не требуют доработки
4. Реалистичность реализации турпродукта	0–20 0 – инструмент отсутствует; 10 – предложения требуют несущественной доработки; 20 – предложения не требуют доработки

Задания для краеведческого конкурса-викторины

Команды обучающихся делятся на группы. Необходимо сформировать судейскую коллегию (жюри), которое будет оценивать ответы ребят. Задания могут выполняться устно или письменно.

Задание 1

Найдите на карте горные вершины по высотам. Подпишите их названия и горных систем, к которым они относятся:

- 2933 м — г. Берилл, хр. Сунтар-Хаята;
- 2090 м — г. Тардоки-Янги, хр. Сихотэ-Алинь;
- 2003 м — г. Ко, хр. Сихотэ-Алинь;
- 1906 м — г. Топко, хр. Джугджур;
- 1656 м — г. Маган, хр. Турана.

Задание 2

Ответьте на вопросы:

- Гора, названная в честь минерала? (Берилл)
- На территории этого горного массива находится одно из самых больших в мире месторождений платины. (Кондёр)
- Хребет, являющийся водоразделом рек Уды и Май. (Майский)
- Дальневосточный леопард является эндемиком, обитающим в предгорьях этого хребта. (Сихотэ-Алинь)
- Хребет «Древнегреческий поэт-баснописец». (Эзоп)
- Место проведения соревнований по лыжному виду спорта на призы Юлии Чепаловой. (Мяо-Чан)
- Уникальный памятник природы, который находится на одном из отрогов хребта Чаятын. (Амурские столбы)
- Священное место для коренных жителей на территории Амурского района. (Маглой)
- Самая большая пещера в п. Санболи. (Стерегущее копьё)
- В переводе с нанайского «Ведьмина гора». (Ко)

Задание 3

Ответьте на вопросы:

- Как называется месторождение упорного золота, расположенное в районе им. Полины Осипенко? (Албазино)

- Название комбината, занимающегося переработкой драгоценных металлов в Амурском районе? (Амурский гидрометаллургический комбинат)
- В 1955 году было открыто крупное оловорудное месторождение в Комсомольском районе. Как оно называется? (Фестивальное)
- Административный центр Верхнебуреинского района, возникший при разработке угольных месторождений. (п.г.т. Чегдомын)
- В каком районе Хабаровского края в 2014 году геологи обнаружили уникальное месторождение с сотнями тысяч тонн циркония? (Аяно-Майский)

Задание 4

О ком из известных людей Хабаровского края идёт речь?

- Российский государственный деятель, с 1847 по 1861 год служил генерал-губернатором Восточной Сибири. В истории расширения российских владений в Сибири он сыграл видную роль: ему принадлежит почин в возвращении Амура, уступленного Китаю в 1689 году. (Н.Н. Муравьев-Амурский)
- Русский, советский писатель. Заслуженный деятель культуры Латвийской ССР (1969 г.). Лауреат Сталинской премии второй степени. В Комсомольске-на-Амуре работал заведующим литературной частью Драматического театра, прожил там девять лет. Автор романа «Амур-батюшка». (Н.П. Задорнов)
- Член Совета Почётных граждан г. Хабаровска, почётный профессор, Заслуженный работник культуры РФ, писатель-краевед, лауреат Почётного знака Правительства Хабаровского края «За заслуги» имени Н.Н. Муравьева-Амурского». (В.П. Сысоев)
- Российская лыжница, заслуженный мастер спорта, трёхкратная олимпийская чемпионка. Выступает за спортивный клуб «Динамо-Москва». (Ю.А. Чепалова)
- Советский и российский дальневосточный писатель, является Почётным гражданином города Хабаровска. Ведущее место в творчестве писателя занимают стихи, рассказы, повести для детей. (Д.Н. Наволочкин)
- Приамурский генерал-губернатор (1898–1906 гг.), туркестанский генерал-губернатор (1906–1908 гг.), член Государственного совета, участник среднеазиатских походов. Военный писатель. Генерал от инфантерии (6 декабря 1900 г.). По его указанию были исследованы

Шмаковские минеральные источники, открыта лечебница в г. Петропавловске-Камчатском. (А.Н. Корф)

- Советский, российский певец, популярный артист эстрады 1950–1980-х гг., Заслуженный артист РСФСР (1985 г.), Заслуженный артист Республики Саха, Заслуженный артист Бурятской АССР. (Н.И. Бельды)

- Член Союза художников России, автор герба Амурского муниципального района. (В.А. Суслов)

- Основоположник мерзлотоведения, российский путешественник, географ, ботаник и натуралист, академик и секретарь Петербургской академии наук. Открыл плато Путорана, стал первым исследователем полуострова Таймыр, Северо-Сибирской низменности, Амурско-Зейской равнины, Станового хребта, нижней части бассейна Амура, южного побережья Охотского моря, Удско-Тугурского Приохотья, Шантарских островов. (А.Ф. Миддендорф)

- Всемирно известный художник, Народный художник России, лауреат Государственной премии, Почётный гражданин города Хабаровска. Известность пришла к нему после иллюстрации книги Д. Нагишкина «Амурские сказки». (Г.Д. Павлишин)

Задание 5

Подписать на карте коренные малочисленные народы Севера, проживающие на территории Хабаровского края:

- Охотский район (Эвены);
- Аяно-Майский район (Эвенки);
- Николаевский район (Нивхи);
- Ульчский район (Ульчи);
- Тугуро-Чумиканский район (Негидальцы);
- Нанайский район (Нанайцы);
- Советско-Гаванский район (Орочи);
- Район им. Лазо (Удегейцы).


**Паспорт проекта «Тур-Эко»
команды-победителя из г. Советская Гавань**

Дата заполнения паспорта	03.07.2023
Инициатор(ы): ФИО, подразделение	«Чилимы» Русанова Екатерина, Логинова Динара, Рахимова Виолетта, Кузнецов Иван, Лавриненко Илья
Контакты инициатора для связи: телефон, эл. почта	Sven.0.1.210@gmail.com
Название проекта	«ТурЭко»
Вид проекта	Социальный
Предметная область проекта	Экологический туризм
Масштаб проекта	Реализуется в рамках Советско- Гаванского муниципального района
Значимость проекта	Проект направлен на решение проблемы загрязнения природных зон посредством организации экологических походов, участники которых по пути своего следования будут проводить акции по сбору мусора в лесах и около водоёмов, а также проводить лесопосадки
Дата старта	03.07.2023
Дата завершения	Проект долгосрочный с дальнейшим развитием
Описание сути и актуальности проекта	В Советско-Гаванском муниципальном районе имеется большое количество запоминающихся исторических мест, которые могли бы заинтересовать туристов из разных городов и стран. Здесь можно насладиться красотами края, а также узнать его богатое прошлое. Но, к сожалению, везде есть невежественные люди, оставляющие после себя большое количество отходов, которые загрязняют окружающую среду.

	<p>Однако желающих помочь очистить природные зоны от мусора не меньше. Проблема заключается в том, что эти люди не могут самостоятельно организовать такие походы, так как нет продуманных маршрутов и готовой команды.</p> <p>Проект предполагает организацию группы добровольцев, которая на протяжении нескольких дней будет следовать по заранее подготовленному маршруту, принимать участие в экологических акциях и лесопосадках.</p> <p>В ответ организаторы предоставляют всем участникам проживание в палаточном лагере и полноценное питание, а также проводят экскурсии по различным достопримечательностям.</p> <p>В данное время популярны межрегиональные путешествия автостопом. Гости района смогут отправиться в поход по живописным местам и побывать на экскурсиях без финансовых затрат.</p>
Цель проекта	Организация экологического похода и формирование у участников бережного отношения к окружающей природе
Ключевые задачи проекта	<ol style="list-style-type: none"> 1. Создание команды организаторов. 2. Разработка туристического маршрута. 3. Привлечение местных жителей и гостей района к участию в решении проблемы. 4. Формирование у участников бережного отношения к окружающей среде. 5. Поиск спонсоров.
Показатели успешности проекта	Заинтересованность туристов и СМИ, поддержка от властей
Ключевые стейкхолдеры	Инициаторы, инвесторы, волонтеры

проекта	
Границы проекта: что входит в границы проекта	Проект осуществляется в рамках Советско-Гаванского муниципального района
Границы проекта: что не входит в границы проекта	Проект не осуществляется за пределами Советско-Гаванского муниципального района
Руководитель проекта	Русанова Екатерина
Команда управления проектом	«Чилимы» Русанова Екатерина, Логинова Динара, Рахимова Виолетта, Кузнецов Иван, Лавриненко Илья
Команда проекта	«Чилимы» Русанова Екатерина, Логинова Динара, Рахимова Виолетта, Кузнецов Иван, Лавриненко Илья
Риски	<ol style="list-style-type: none"> 1. Нехватка кадров. 2. Несчастные случаи во время похода. 3. Плохая погода. 4. Отсутствие спроса. 5. Нехватка бюджета. 6. Конфликты.

Презентация проекта «Тур-Эко»

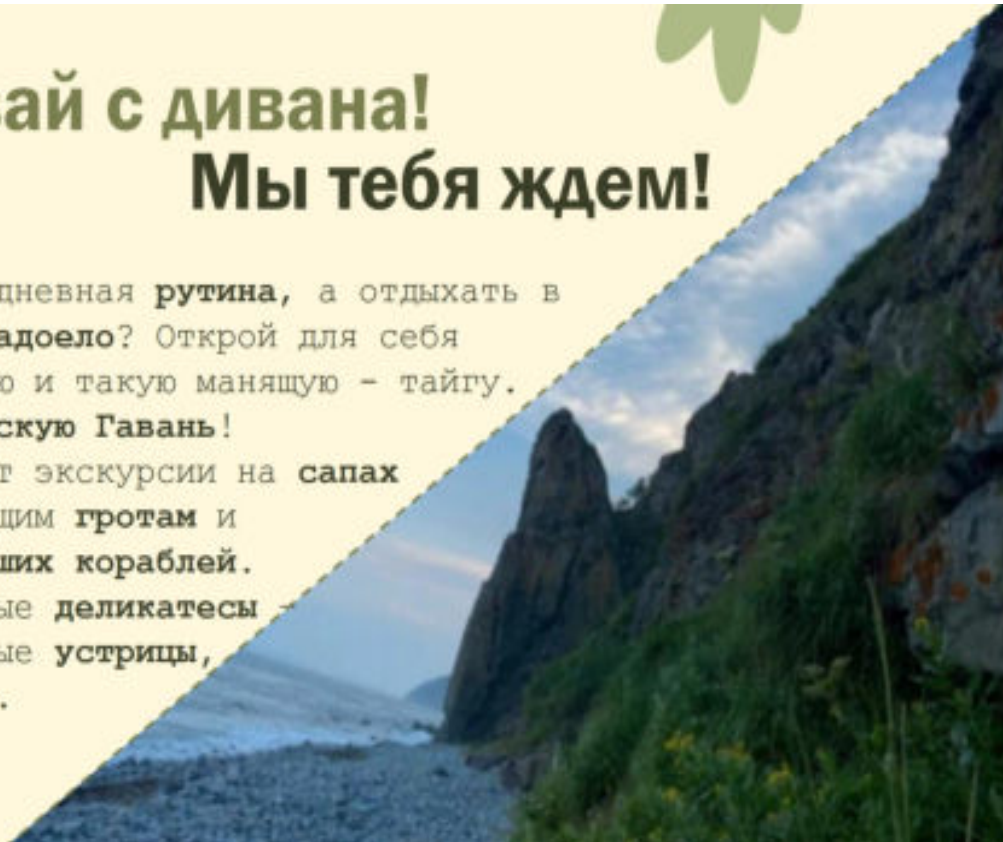


ТурЭко

Организованные туристические походы

Там, где сочетается экология и отдых.

Слайд 1



Вставай с дивана! Мы тебя ждем!

Затянула повседневная **рутина**, а отдыхать в Таиланде уже **надоело**? Открой для себя **суровую** вековую и такую манящую – тайгу. Скорее в **Советскую Гавань**! Здесь тебя ждут экскурсии на **сапах** по завораживающим **гrotтам** и **кладбищу погибших кораблей**. А так же местные **деликатесы** – свежельовленные **устрицы**, **крабы** и **чилимы**.

Слайд 2

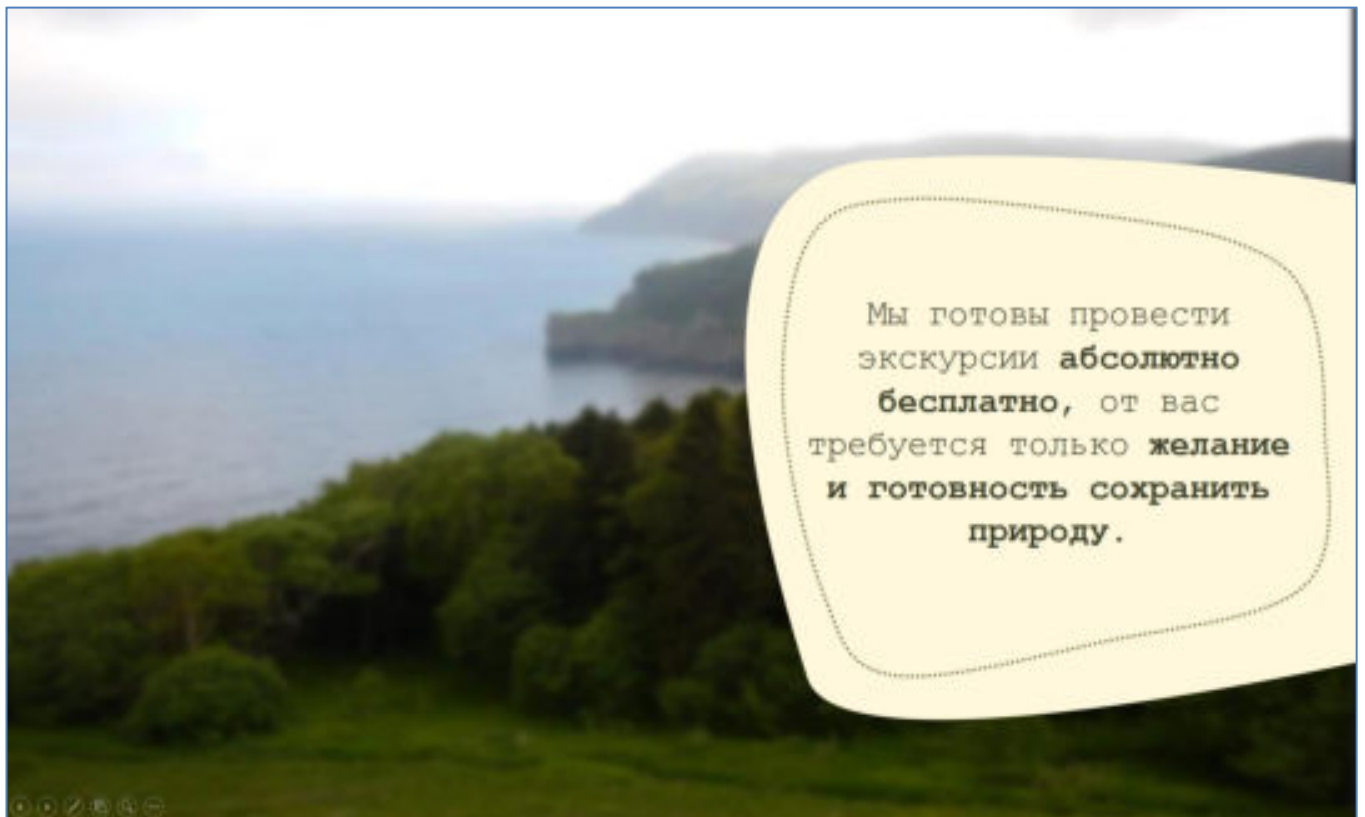
Слабо?

Сможешь ли **ТЫ** пройти **собственными ногами** по тропе знаменитого писателя **Арсеньева**?! Он **долгое время** исследовал территорию Дальнего Востока, а мы бросаем тебе **вызов** пройти его всего за **несколько дней!**

Наш маршрут разработан, как для любителей **экстремального** отдыха, так и для тех, кому по душе **спокойные лесные прогулки.**



Слайд 3



Мы готовы провести экскурсии **абсолютно бесплатно**, от вас требуется только **желание** и **готовность сохранить природу.**

Слайд 4

А почему бесплатно?

Потому что наша **основная цель** –
формирование **бережного отношения**
к природе.

Таким образом на протяжении
всего похода будут
организованы **акции** по сбору
мусора и **лесопосадки**.
Это и есть **основная плата**.



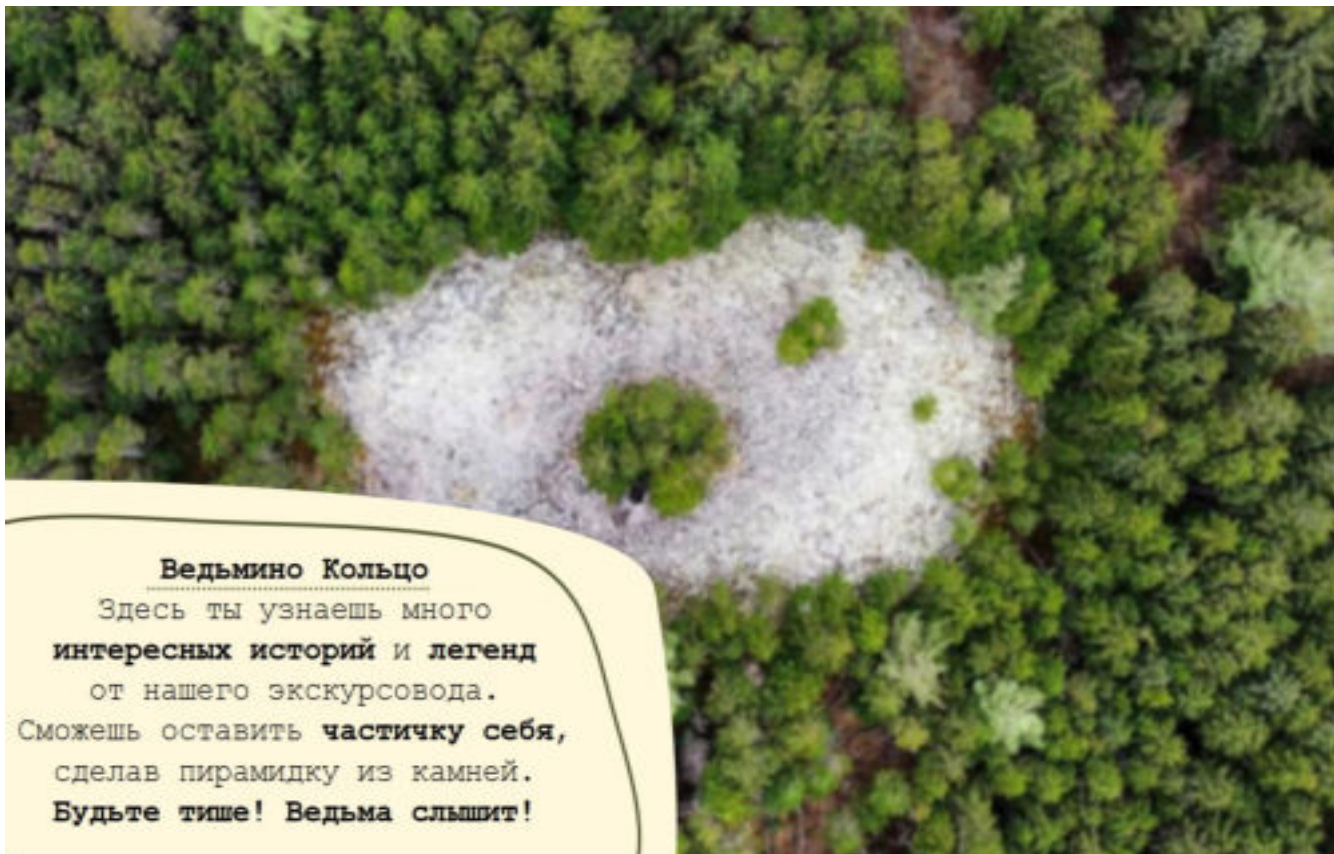
Слайд 5

Маршрут

Ждем тебя здесь!



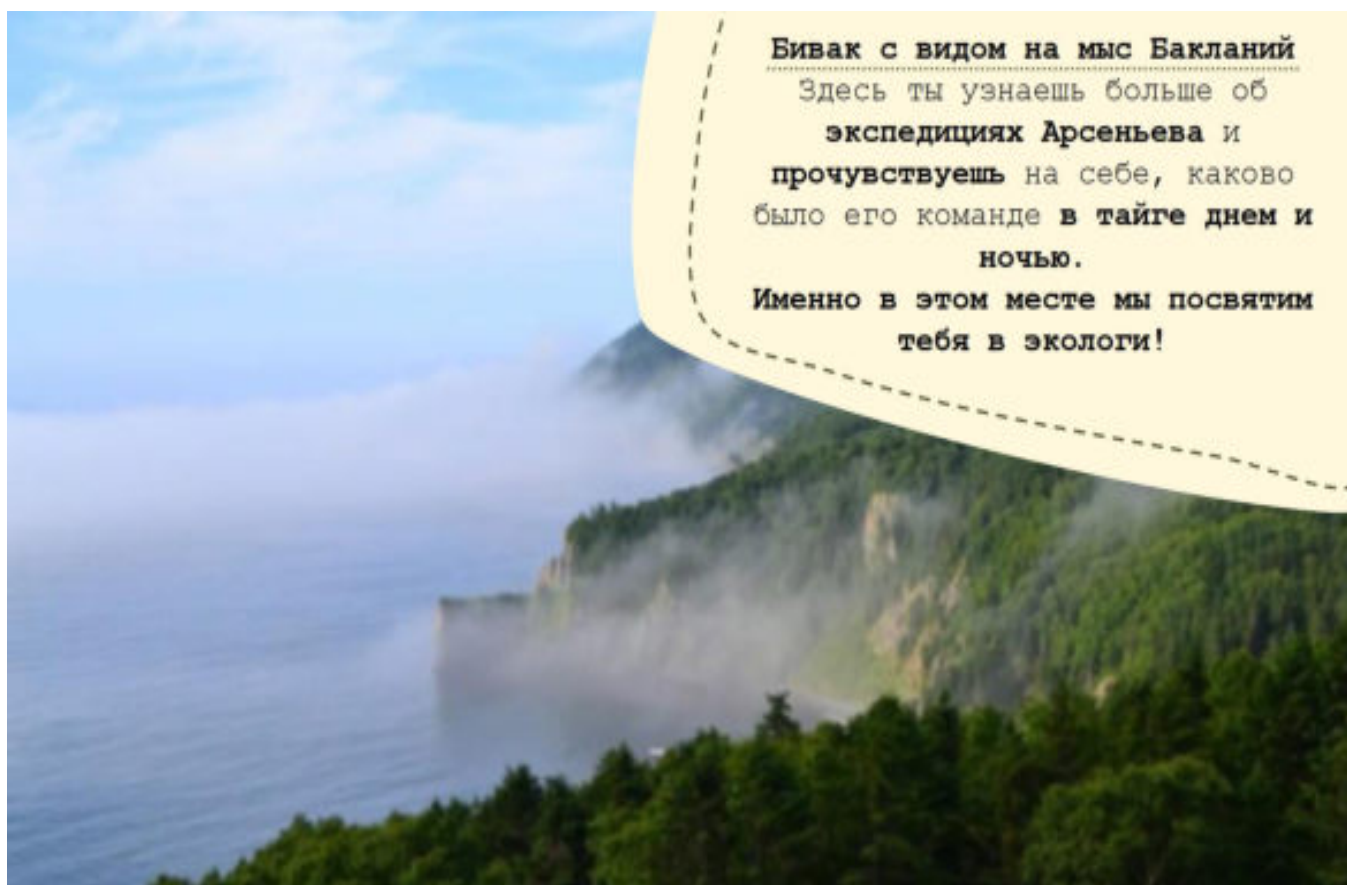
Слайд 6



Ведмино Кольцо

Здесь ты узнаешь много интересных историй и легенд от нашего экскурсовода. Сможешь оставить частичку себя, сделав пирамидку из камней. Будьте тише! Ведьма слышит!

Слайд 7



Бивак с видом на мыс Бакланий

Здесь ты узнаешь больше об экспедициях Арсеньева и прочувствуешь на себе, каково было его команде в тайге днем и ночью.

Именно в этом месте мы посвятим тебя в экологи!

Слайд 8

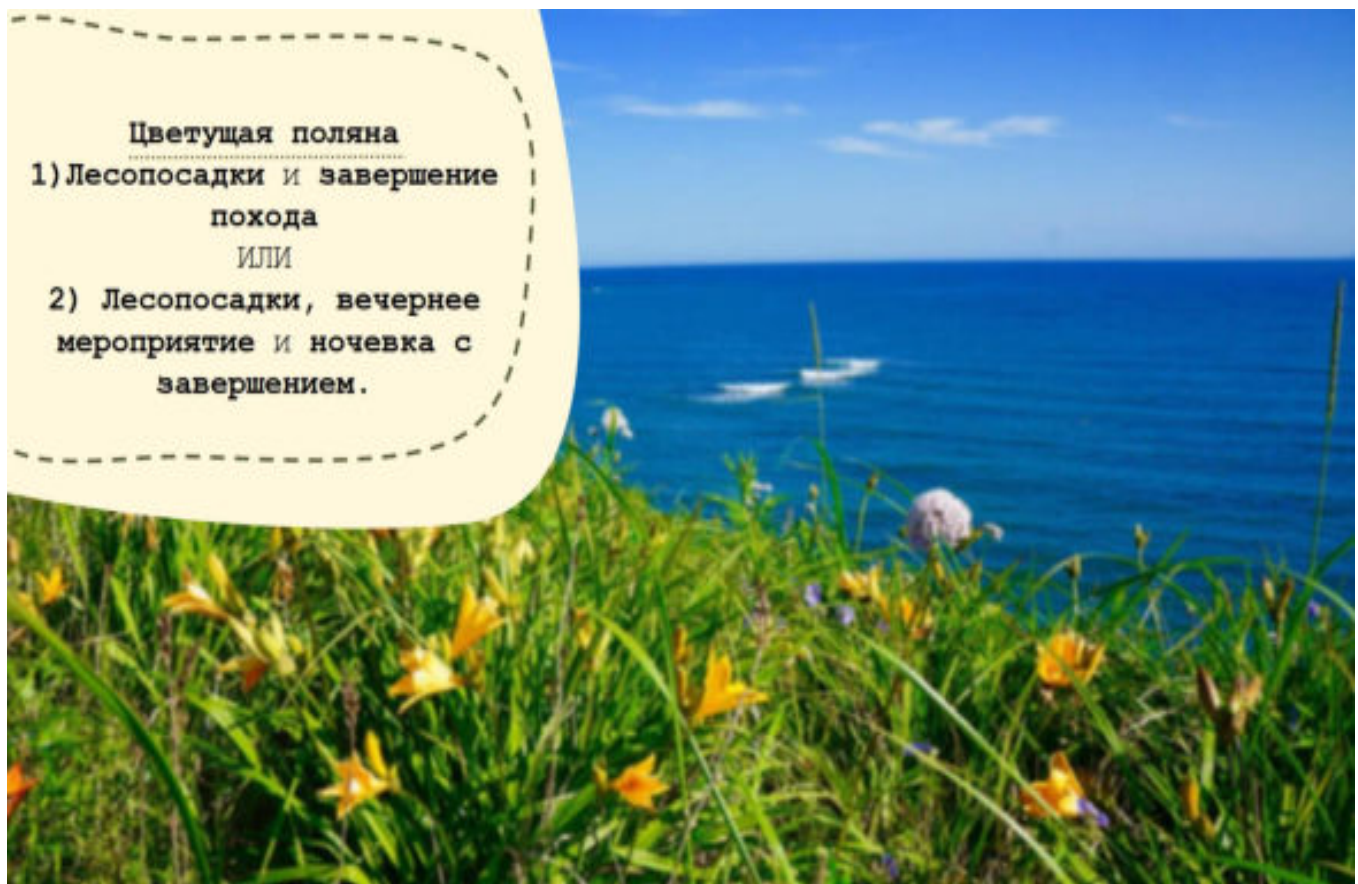


**Бухта Базарная
Выбирай!**

- 1) Экскурсия на сапах с инструктором
ИЛИ
- 2) Профессиональная спортивная рыбалка

Здесь же мы проведем акцию
«Чистый берег»!
А еще полакомимся морепродуктами!

Слайд 9



Цветущая поляна

- 1) Лесопосадки и завершение похода
ИЛИ
- 2) Лесопосадки, вечернее мероприятие и ночевка с завершением.

Слайд 10



Слайд 11

Выбери свой путь!

Маршрут со сплавом на сапах:


№	Обязательные услуги	Цена
1	Набор продуктов питания на весь поход	1 000 руб
2	Страхование жизни	150 руб
3	Экскурсии	0 руб
4	Проживание в палаточном лагере	0 руб
Услуги за дополнительную плату		
5	Экскурсия по воде на сапбордах + спасат. жилеты	1 500 руб
6	Прогулка на моторной лодке	1 000 руб
Итого:		1 150 руб (с доп. услугами 3 650 руб)

Маршрут со спортивной рыбалкой:

№	Обязательные услуги	Цена
1	Набор продуктов питания на весь поход	1 000 руб
2	Страхование жизни	150 руб
3	Экскурсии	0 руб
4	Проживание в палаточном лагере	0 руб
Услуги за дополнительную плату		
5	Аренда удочек со снастями	1 000 руб
6	Прогулка на моторной лодке	1 000 руб
Итого:		1 150 руб (с доп. услугами 3 150 руб)

**Хочешь поехать, но нет возможности сделать это прямо сейчас?
 Путевки можно получить в рассрочку!**

Слайд 12



Присоединяйся к нам!

Ты все таки решил?
Или у тебя остались вопросы?

Почта:
Sven.0.1.210@gmail.com

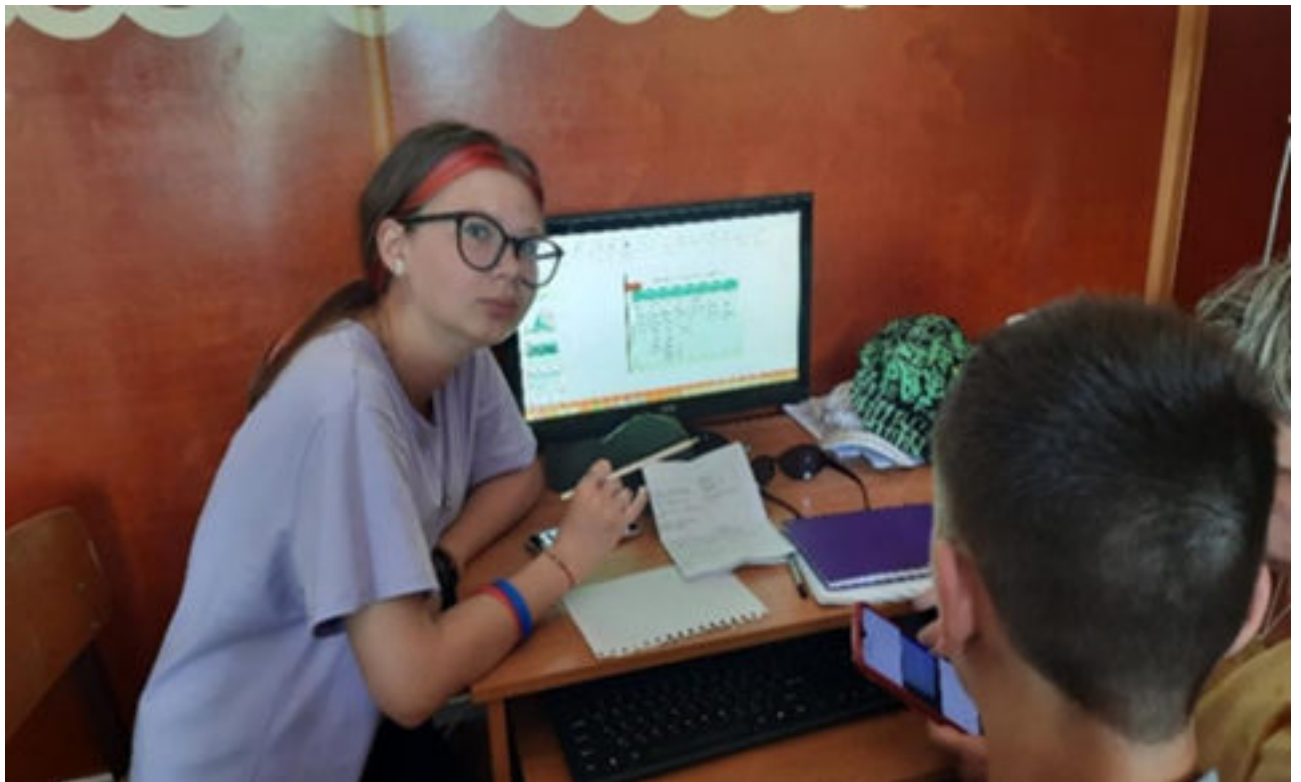
Контактный телефон:
+7 (999) 089-30-10
+7 (924) 927-95-55

Сайт: TurEco.com

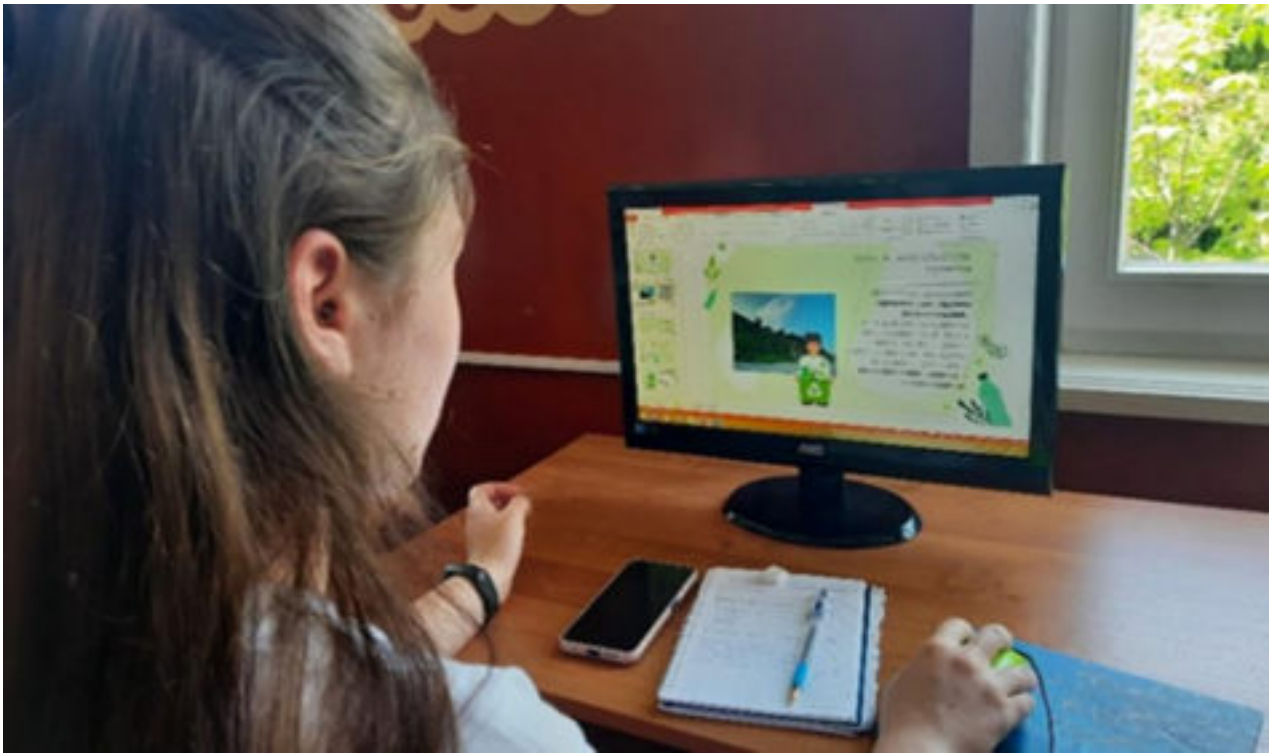
Слайд 13

**Фотоотчёт о проведении смены летнего лагеря
«Развивай свой край»**











Развивай свой край.
Методические материалы по организации и проведению летнего лагеря

Краевое государственное автономное образовательное учреждение
дополнительного образования «Центр развития творчества детей
(Региональный модельный центр дополнительного образования детей
Хабаровского края)»

680000, г. Хабаровск, ул. Комсомольская, 87
тел. / факс: (4212) 30-57-13
Телеграм: @dopobrazovanie27
ВКонтакте: @dop.obrazovanie27
e-mail: rmc@edu.27.ru
<http://www.kcdod.khb.ru>

Подписано в печать: 07.12.2023
Тираж: 30 экз.

Методические материалы размещены на сайте КГАОУ ДО РМЦ



физкультурно-спортивная



туристско-краеведческая



художественная



естественнонаучная



техническая



социально-гуманитарная

