

МБОУ «СОШ с. Беной-Ведено» Ножай-Юртовского района

**БИЗНЕС-ПЛАН**  
**Школьного туристического центра**  
**«Беной-Тур»**

Составитель: Хасханова Раяна Усмановна,  
ученица 10 класса

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Актуальность открытия школьного туристического центра	3
2. Резюме	3
3. Характеристика туристического центра	4
4. Производственный план	5
4.1. Помещение	5
4.2. Оборудование и мебель	5
4.3. Персонал	6
4.4. График работы	9
4.5. Процесс оказания услуг	9
5. Организационный план	9
6. Маркетинговый план	10
6.1. Реклама	10
6.2. Сбыт продукции	13
6.3 Объем представленных услуг	14
6.4. Нарращивание базы клиентов	14
6.5. Анализ конкуренции	15
7. Финансовый план	17
8. Возможные риски	19
9. Оценка эффективности проекта	21
Приложения	22

## **1. АКТУАЛЬНОСТЬ ОТКРЫТИЯ ШКОЛЬНОГО ТУРИСТИЧЕСКОГО ЦЕНТРА**

Туризм - один из видов активного отдыха, представляющий собой путешествия, совершаемые с целью познания тех или иных районов, новых стран.

Актуальным вопросом современности является расширение кругозора школьников. Сами школьники, наделённые естественной жадой знаний, повышенной, по отношению к взрослым, двигательной активностью, стремлением увеличить объём знаний и расширить свой кругозор не только через обучение за школьной партой, всегда проявляют интерес к самым разнообразным путешествиям.

Образовательная функция туризма школьников заключается в том, что во время путешествий закрепляются школьные знания по географии, истории, обществоведению, социологии, политологии, приобретаются новые знания. Школьник во время путешествий знакомится с культурой и обычаями чеченцев, изучает родной край, пополняет знания в области краеведения.

## **2. РЕЗЮМЕ**

*Наименование:* Школьный туристический центр «Беной – Тур»

*Вид деятельности:* предоставление туристических услуг

*Местонахождение:* Чеченская Республика, Ножай-Юртовский район, с. Беной- Ведено. ул. Кадырова, 98

*Год создания:* 2019 год

*Срок начала деятельности центра:* 1 сентября 2019 года

### ***Миссия деятельности туристического центра:***

- ✓ обеспечить качественный отдых каждому туристу, оправдать его ожидания, стараясь учитывать все пожелания туристов.
- ✓ не останавливаться на достигнутом, идти вперед, повышать свой профессиональный уровень, расширять рамки сотрудничества в области

туризма, а главное – радовать своих клиентов хорошим обслуживанием и запоминающимся отдыхом, разделяя радость от хорошо проделанной работы вместе с ними.

*Направлений деятельности:* экскурсионные туры для школьников

*Предполагаемые источники финансирования:* добровольная родительская помощь, спонсорские средства

*Персонал центра:* директор, менеджер, 2 экскурсовода, системный администратор, специалист по дизайну полиграфической рекламной продукции

*График работы центра:* по будням с 14.00 до 16.00, по выходным - с 12.00 до 17.00 по выходным.

*Слоган:* Спешите туда, где вы ни разу не были!

Бизнес-план рассчитан на 1 год функционирования туристического центра. По окончании этого срока можно продолжить его деятельность, если будут достигнуты поставленные цели.

### **3. ХАРАКТЕРИСТИКА ТУРИСТИЧЕСКОГО ЦЕНТРА**

#### **Цели деятельности центра:**

- ✓ удовлетворение спроса потребителей на услуги по организации экскурсий, ознакомления их с природными, историко-культурными достопримечательностями Ножай - Юртовского района;
- ✓ подготовка гидов для проведения экскурсионных маршрутов;
- ✓ продвижение и закрепление центра на рынке туристических услуг;
- ✓ позиционирование туристических маршрутов как элемента интеграции историко-культурных ценностей чеченского народа в общекультурный мировой процесс

Туристический центр «Беной – Тур» предлагает своим клиентам следующие услуги:

- ✓ предоставление достоверной информации о посещаемых объектах;
- ✓ реализация экскурсионных услуг.

*Дополнительные услуги:* выпуск и реализация рекламной полиграфической продукции.

Реализация экскурсий происходит в рамках туристического маршрута «Сказка, заблудившаяся в горах».

Разработаны экскурсионные программы:

- ✓ «Горный Беной – удивительное рядом»;
- ✓ «Симфония красоты – горный Беной».

Предполагаются индивидуальные, групповые и выборочные маршруты в зависимости от пожеланий туристов.

В отличие от известных экскурсионных маршрутов в Чеченской Республике, туристический центр «Беной - Тур» отличается новизной туристических направлений.

Менеджеры и экскурсоводы центра не имеют специального образования, но заинтересованы в том, чтобы овладеть навыками экскурсовода. Для этого в МБОУ «СОШ с. Беной-Ведено» предполагается открытие профильного класса по подготовке гидов.

#### **4. ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПЛАН**

Наличие грамотного, хорошо подготовленного персонала, а также необходимого оснащения способствует успешной и продуктивной работе центра.

##### **4.1. Помещение**

Туристический центр «Беной-Тур» будет располагаться на 3 этаже главного здания МБОУ «СОШ с. Беной-Ведено» по адресу: Чеченская Республика, Ножай-Юртовский район, с. Беной-Ведено. ул. Кадырова, 98

Предполагаемая площадь помещения - 12 кв. м.

##### **4.2. Оборудование и мебель**

Перечень основных материально-технические ресурсы приведен в табл. 1

## Структура материально-технических ресурсов

Наименование ресурса	Кол-во
Компьютер в сборе (монитор, системный блок)	2
Мебель для оборудования рабочего места персонала	3
Мебель прочая (стеллажи для рекламной продукции)	2
МФУ (принтер + ксерокс+ сканер)	1
Телефоны	2
Магнитная доска для информации и специальных предложений	1
Карта туристического маршрута	1
Канцелярские товары (бумага, ручки, маркеры, степлеры, скрепки, папки, файлы и прочее)	-

Использование мебели, оргтехники, помещения предполагается из фонда школы.

Компьютеры центра имеют выход в Интернет через школьный Wi-Fi, поэтому оплата за использование трафика туристическим центром будет осуществляться за счет бюджетных средств.

### 4.3. Персонал

Набор персонала в «Беной-Тур» будет осуществляться из числа учителей и учащихся профильного класса по подготовке гидов МБОУ «СОШ с. Беной-Ведено».

Штат туристического центра:

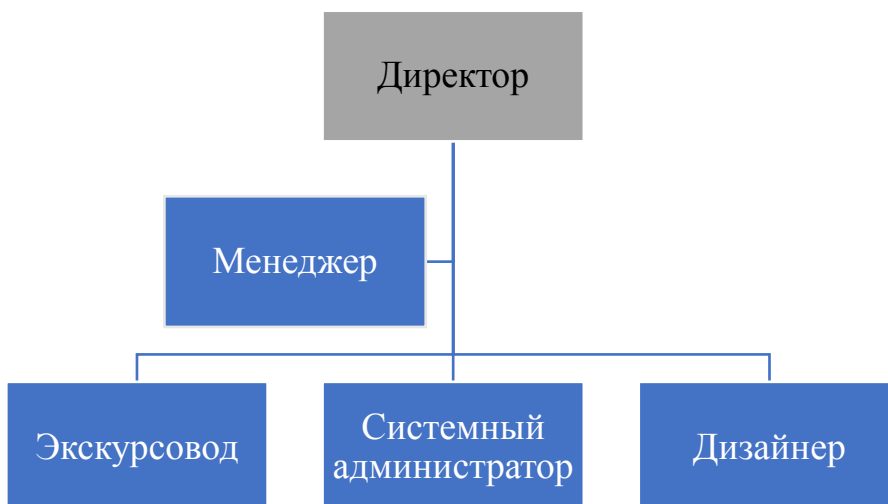
- директор – 1 чел.
- менеджер- 1 чел.
- экскурсовод- 2 чел.
- системный администратор-1 чел.

- специалист по дизайну полиграфической рекламной продукции- 1 чел.

Предусмотрено совмещение должности менеджер-экскурсовод.

Уборка помещения центра будут осуществляться за счет технического персонала МБОУ «СОШ с. Беной-Ведено».

Организационная схема управления туристическим центром:



Каждый сотрудник центра имеет свои функциональные обязанности.

Подробнее обязанности персонала изложены в табл. 2

Таблица 2

Функциональные обязанности персонала

Должность	Функциональные обязанности
Директор	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Управление центром;</li> <li>• Маркетинговая политика;</li> <li>• Набор и обучение персонала.</li> <li>• Контроль работы менеджеров</li> </ul>
Менеджер	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Разработка экскурсионных программ;</li> <li>• Продвижение услуг центра;</li> <li>• Реализация экскурсий по телефону или в офисе при личной встрече;</li> <li>• Бронирование услуг</li> </ul>
Экскурсовод	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Изучение географических, исторических материалов и документов, касающихся объектов экскурсий;</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Составление программы экскурсионных маршрутов;</li> <li>• Проведение экскурсий по природным, историко-культурным объектам, интересным для туристов;</li> <li>• Проведение для участников экскурсий инструктажей по мерам безопасности при осмотре достопримечательностей.</li> </ul>
Специалист по дизайну полиграфической рекламной продукции	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Разработка и создание рекламной полиграфической продукции (визитных карточек, буклетов, путеводителей, открыток, плакатов, календарей);</li> <li>• Внесение исправлений в эскизы изданий по указанию менеджера;</li> <li>• Проведение сравнительного анализа аналогичной отечественной и зарубежной печатной продукции, опыта других организаций по художественному оформлению печатных изданий.</li> </ul>
Системный администратор	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Создание странички на сайте МБОУ «СОШ с. Беной-Ведено» и дальнейшее осуществление ее администрирования.</li> </ul>

Персонал центра должен будет соблюдать следующие правила по этике поведения с посетителями:

1. Должен быть приветливым, доброжелательным, терпеливым и вежливым.
2. Проявлять уважение к посетителю.
3. Обслуживание посетителя должно быть первоочередным по сравнению с остальными служебными обязанностями.
4. Иметь располагающий внешний вид.
5. В присутствии посетителя не вести личных телефонных разговоров.
6. Уметь слушать (проявлять интерес к тому, что говорит посетитель).
7. Сводить к минимуму ожидание посетителей, способствовать тому, чтобы время ожидания не было утомительным.



#### **4.4. График работы**

Офис туристического центра будет работать с 14.00 до 16.00 по будням, с 12.00 до 17.00 по выходным. Такой график работы удобен как для работающих клиентов, у которых нет времени посетить туристическое агентство в стандартное рабочее время, так и для остальных людей, имеющих гибкий или сменный график работы.

#### **4.5. Процесс оказания услуг**

Для удобства клиентов, из-за удаленности с. Бенной-Ведено от других населенных пунктов, консультации по организации экскурсий могут осуществляться в телефонном режиме или с помощью интернет-связи (Вайбер, Ватсап, Скайп).

Рекламная продукция, содержащая основную информацию экскурсионных маршрутов, может предоставляться с помощью электронной почты.

#### ***Процедура оказания услуг:***

1. Менеджер знакомит клиента с содержанием экскурсионных программ.
2. Клиент выбирает подходящий маршрут.
3. Менеджер бронирует услугу.
4. В назначенное время экскурсовод проводит экскурсию по природным, историко-культурным объектам, интересным для данного клиента.

### **5. ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН**

На рынке современной туристической индустрии существует множество разнообразных агентств, компаний, предполагающих различный спектр услуг.

Несмотря на это, данная отрасль хозяйства может принять новичков. Основой успеха может служить введение чего-то нового, улучшенного, что оценят клиенты, советуя своим друзьям, родным и знакомым.

Школьный туристический центр «Беной -Тур» - уникальный как по стилю работы (бесплатные экскурсоводы из числа школьников), так и с точки зрения контента. Центр предлагает путешествие в чарующие уголки природы Ножай-Юртовского района, знакомство с культурным наследием Чеченской Республики.

## **6. МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН**

### **6.1. Реклама**

Успешная организация работы туристического центра зависит от маркетинга - специального управленческого звена, объединяющее действия в области сбыта, рекламы, качества туристической услуги.

Реклама туризма – это одна из наиболее сложных и интересных видов рекламы и в туристической индустрии, как ни в какой другой, она является действительным двигателем торговли.

Чтобы найти клиентов, и завоевать свою нишу, туристическому центру необходимо проведение эффективной рекламной компании.

Реклама на телевидении, радио и газете была признана центром не рентабельной, т. к. предполагает больших материальных затрат.

В целях формирования эффективной стратегии продвижения, способствующей успеху центра, разработаны мероприятия, представленные в табл. 3.

Таблица 3

Мероприятия по разработке эффективной стратегии продвижения туристического центра «Беной-Тур»

Наименование группы восприятия	Рекомендуемые мероприятия по формированию эффективной стратегии продвижения
1. Потребители	Проведение рекламной кампании (уличная реклама) с

Наименование группы восприятия	Рекомендуемые мероприятия по формированию эффективной стратегии продвижения
	целью формирования позитивного имиджа (увеличения известности) агентства; подача рекламной информации должна вестись с учетом представления потребителей о качестве предоставляемых услуг. Создание и развитие системы дополнительных и сопутствующих услуг.
2. Госструктуры	Формирование неформальных отношений с представителями власти через участие в социальных и благотворительных акциях.

Рассмотрим планируемую систему продвижения услуг туристического центра «Беной-Тур» более подробно в табл. 4

Таблица 4

Анализ комплекса маркетингового продвижения туристического центра «Беной-Тур»

Составные элементы комплекса маркетинговых коммуникаций	Средства воздействия на комплекс маркетинговых коммуникаций
Реклама	- реклама в Интернете и социальных сетях
Связи с общественностью	- рассылка пресс-релизов на различные порталы и сайты, официальный сайт; - участие в рекламных экскурсиях.
Прямой маркетинг	- рассылка писем с буклетами на электронную почту клиентов.

Главное, что необходимо современному туроператору - это создание собственного сайта и страниц в социальных сетях. Так как «Беной-Тур» не располагает финансовыми средствами, поэтому в качестве основного способа продвижения и рекламы туристического центра были предусмотрены следующие мероприятия:

- ✓ Размещение объявления о работе центра на сайте Avito.ru (месяц размещения бесплатно, поднятие - 136 р.)
- ✓ создание в социальных сетях группы центра, с предоставлением информации, интересующей потенциальных клиентов, размещением фотографий, ссылки на страничку центра на официальном сайте МБОУ «СОШ с. Беной-Ведено».

В перспективе предполагается:

- ✓ постоянное обновление странички сайта, создание раздела с фотоотчетами и рассказами клиентов, которые воспользовались услугами туристического центра;
- ✓ размещение знаков-указателей, рекламирующих деятельность организации, по пути следования к центру в Ножай-Юртовском районе;
- ✓ создание видеоролика о туристическом центре и экскурсионных программах, которые он осуществляет.

Для большого привлечения туристов «Беной-Тур» выпускает красочно оформленные буклеты. Размещенные на них фотографии дают потенциальному клиенту главное представление о том, что его ожидает.

Помимо рекламных буклетов туристский центр занимается изготовлением справочников-путеводителей, открыток с видами достопримечательностей маршрута.

Из вышесказанного видно, что туристический центр «Беной-Тур» будет активно продвигать свои услуги с помощью различных видов рекламы.

Помимо вышеперечисленного для продвижения своих услуг туристическому центру необходимо будет уделить внимание сегментированию рынка.

Любая фирма осознает, что ее товары не могут быть привлекательными для всех покупателей, поскольку их много, у них разные вкусы и возможности. Ресурсы туристического центра также не безграничны, чтобы удовлетворять вкусы всех клиентов. Поэтому центру лучше всего сосредоточить свои усилия на обслуживание определенных сегментов рынка. Сегментирование можно провести по двум или более признакам. В табл. 5 представлено сегментирование рынка по двум признакам: занятости и возрасту клиентов.

Таблица 5

Сегментирование рынка по двум признакам

Критерии	Характеристика	%,
1. Занятость	школьники	100
2. Возраст	11-17 лет	100
Итого:	-	100

Из таблицы видно, что центру следует уделять большее внимание на школьников возрастной категории от 11 до 17 лет как наиболее массовому потребителю.

Таким образом, туристическому центру «Беной-Тур» следует применить стратегию дифференцированного маркетинга.

## 6.2. Сбыт продукции

Классическая схема организации экскурсии:

- Клиент видит рекламу, либо рекомендация знакомых
- Звонок в офис
- Работа менеджера
- Посещение офиса
- Работа менеджера
- Приобретение услуги

### 6.3. Объем представленных услуг

На объем представленных туристических услуг влияют такие факторы как занятость школьников и сезонность.

Можно выделить несколько временных периодов, когда будет наблюдаться увеличение спроса на экскурсионные услуги:

1. Летние каникулы.
2. Осенние каникулы.
3. Новый год и зимние каникулы.
4. Весенние каникулы.
5. Первомайские праздники: 1 мая и День Победы.

Предполагаемый объем представленных услуг в течение первого года работы на рынке туризма отражен в табл. 6

Таблица 6

#### Объем представленных услуг

Месяц, №	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Количество экскурсий, шт.	10	3	11	4	7	20	20	20	4	4	5	4

При составлении таблицы учтен фактор влияния сезонности: рост объема продаж в летний период, в каникулярное время и праздничные дни.

### 6.4. Нарращивание базы клиентов

Для обеспечения максимального проведения экскурсий центру необходимо иметь постоянных клиентов. Предусматривается создание базы данных туристов, посетивших центр, а также фьючеринг (прогнозирование) потенциальных клиентов центра.

Согласно данным, предоставленным Ножай-Юртовским районным отделом образования, потенциальный объем рынка туристов составляет 7,4 тыс. человек, из них около 4 тыс. - школьники возрастной категории от 11 до 17 лет.

Туристический центр «Беной-Тур» имеет все шансы обзавестись постоянными клиентами. Это будет возможным в одном случае: туристы, которые уже воспользовались услугами центра, смогут создать ему положительный имидж.

Для успешной работы центра необходимо:

1. Четко представлять цели деятельности организации.
2. Изучать рынок.
3. Формировать стратегии и технологии работы.
4. Проводить маркетинговые исследования.
5. Продвигать и стимулировать свой продукт.
6. Постоянно совершенствовать свою работу и услуги.

## **6.5. Анализ конкуренции**

Туристический бизнес - это постоянно движущийся поток информации, идей, находящихся в условиях жесткой конкуренции.

На этом этапе специалисты центра изучили статистику числа туристических агентств, зарегистрированных в Чеченской Республике. Результаты представлены в табл. 7.

Таблица 7

### **Туристические агентства Чеченской Республики**

№ п/п	Название	Место расположения
1	Chechen Tou	пр. Путина, 34, Грозный, Чеченская Республика, 364061
2	АССА	Кабардинская ул., 4, Грозный,

		Чеченская Республика, 364000
3	Риэлт-Тур	комплекс Голливуд, ул. Маяковского, 13, Грозный, Чеченская Республика, 364061
4	Чечен Тур	ул. Чернышевского, 9, Грозный, Чеченская Республика, 364061
5	Coral Travel	р. Путина, 5, Грозный, Чеченская Республика, 364061
6	Life travel	Ахмата Кадырова пр., 37, Грозный, Чеченская Республика, 364061
7	Voyage Travel	364024, ул. Маяковского, 94, Грозный, Чеченская Республика, 364061
8	VIP TOUR	Чеченская, пр. Путина, 3а, Грозный, Чеченская Республика, 364061
9	Аркс Тур	ул. Шейха Али Митаева, 3, Грозный, Чеченская Республика, 364061
10	Britanika-Grozny	ул. Чернышевского, 72, Грозный, Чеченская Республика, 364051
11	ГРОЗНЫЙ ТРАВЕЛ	ул. Маяковского, 5, Грозный, Чеченская Республика, 364061
12	Туристическая компания Вай Тур	ул. Грибоедова, 82, Грозный, Чеченская Республика, 364068
13	Visit Chechnya	пр. Путина, 30, Грозный, Чеченская Республика, 364061
14	Tui Grozny	ул. Титова, 98, Грозный, Чеченская Республика, 364061
15	I GO TOUR LLC	пр. Путина, 34а, Грозный, Чеченская Республика, 364068



Не смотря на то, что в Чеченской Республике действует 15 туристических агентств, «Беной - Тур» имеет все шансы занять свою нишу в сфере туристического бизнеса.

Инновацией на рынке туризма является создание школьного туристического центра, где экскурсионные услуги оказываются школьниками и бесплатно. Центром не предусматривается наличие собственного транспорта, поэтому трансфер осуществляется за собственный счет.

Ножай-Юртовский район - одно из отдаленных мест в республике, в котором отсутствуют учреждения, предоставляющие туристические услуги. Поэтому школьный туристический центр с. Беной –Ведено - это окно в мир историко-культурного наследия, который может открыть для себя каждый чеченский школьник, а также учащиеся других регионов Российской Федерации.

Экскурсии, проведенные школьниками, намного привлекательнее и результативнее, так как подросткам всегда интересно находиться в среде общения, близкой им по возрасту и интересам.

## **7. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН**

Составление финансового плана является обязательным условием к началу любого бизнеса. Стандартный финансовый план включает в себя расчеты по предположительным начальным инвестициям и предположения по окупаемости проекта с прогнозируемой прибылью.

Специфика данного бизнес-плана состоит в том, что МБОУ «СОШ с. Беной-Ведено» не оказывает платных услуг, а это значит, что туристический центр не будет приносить прибыль. Ценность составленного бизнес-плана подробно изложена в разделе «Оценка эффективности проекта».

Расходы, предусмотренные на организацию туристического центра «Беной – Тур» можно разделить на две группы: единовременные и постоянные.

В табл. 8 отображены единовременные расходы на организацию туристического центра.

Таблица 8

Единовременные расходы на организацию туристического центра

№ п/п	Статьи расходов	Кол-во	Сумма (в рублях)
1	Карта туристического маршрута	1	250
2	Наружная реклама	3	3000
3	Магнитная доска для информации	1	1200
4	Канцелярские товары (папки, степлер, скрепки)	10	200
	ИТОГО:	-	4450

Материальные расходы на приобретение канцелярских товаров, магнитной доски, рекламы будут осуществляться за счет родительских и благотворительных средств.

В табл. 9 отображены постоянные расходы на развитие туристического центра.

Таблица 9

Ежемесячные расходы на развитие туристического центра

№ п/п	Статьи расходов	Кол-во	Цена (в рублях)	Сумма (в рублях)
----------	-----------------	--------	--------------------	---------------------

1	Бумага офсетная «Снегурочка»	1 уп.	200	200
2	Тонер принтера цветного цветной	1	1000	1000
3	Тонер принтера черно-белого	2	250	500
3	Канцелярские товары (ручки, маркеры, файлы и прочее)	-	-	200
4	Оплата мобильной связи	2	150	300
5	Справочник-путеводитель	5	100	500
6	Набор открыток	5	200	1000
7	Визитки	50	2	100
8	Буклет	30	15	450
9	Неучтенные затраты	-	-	100
	<b>ИТОГО:</b>	-		1800

Материальные расходы на приобретение канцелярских товаров, печать рекламной продукции (буклетов, визиток), заправка картриджами будут осуществляться за счет родительских и благотворительных средств.

Так как образовательное учреждение не может оказывать платные услуги, то продажа рекламной полиграфической информации (открыток, путеводителей) будет осуществляться по себестоимости товара.

## **8. ВОЗМОЖНЫЕ РИСКИ**

Наиболее вероятными рисками при реализации бизнес-плана будут риски, связанные с уменьшением емкости рынка услуг, то есть количество желающих воспользоваться услугами центра может сократиться. Для снижения данного риска необходимо осваивать новые рынки и охватывать новые группы потребителей, предлагать свои услуги жителям других регионов Российской Федерации, а также людям разного возраста.

Подробно виды рисков указаны в табл. 10

## План по рискам туристического центра «Беной-Тур»

№ п/п	Виды рисков	Отрицательное влияние
1	Появление альтернативного предложения, вероятность открытия похожего центра	Снижение спроса из-за ограниченного числа потенциальных клиентов
2	Низкоквалифицированные кадры – трудности с выбором подходящего квалифицированного персонала	Снижается ритмичность, увеличивается количество брака
3	Нестабильность качества услуг	Наблюдается снижение объемов реализации, качества услуг
4	Недостаточная надежность используемого оборудования	Повышается аварийность технологии, возможен выход из строя какого-либо элемента процесса

**SWOT анализ**

При анализе рисков, возможностей и поиска путей продвижения бизнеса, очень важно выполнить SWOT анализ, который позволяет оценить благоприятные и неблагоприятные факторы.

**Угрозы:**

- изменение экономики в стране;
- сложность точного прогнозирования развития туристического сектора;
- войны, стихийные бедствия;
- некомпетентность персонала;
- сезонность;
- рост конкуренции и перенасыщение сегмента.

**Возможности:**

- открытие новых туристических маршрутов и направлений.

**Слабые стороны:**

- высокая конкуренция;

- отсутствие постоянной клиентской базы;
- отсутствие опыта работы.

***Сильные стороны:***

- большой спрос;
- возможность предоставления дополнительного сервиса;
- качественное обслуживание;
- высокий профессионализм сотрудников.

## **9. ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОЕКТА**

Бизнес-план – это планирование хозяйственной деятельности организации, составленный с целью получения прибыли.

Учитывая тот факт, что МБОУ «СОШ с. Беной-Ведено» не оказывает платных услуг, ценность составленного бизнес-плана заключается в другом.

Можно выделить три аспекта, которые помогут учащимся, задействованным в работе школьного туристического центра, приобрести психолого-социальные навыки, которые сыграют первостепенную роль в определении профессиональной деятельности учащихся в будущем:

- 1) формирование мотивационно-ценностной сферы (отношение к поставленной задаче, её выполнению, заинтересованность в результате, отношение к сверстникам);
- 2) формирование IQ сферы (приобретение новых знаний, их применение, развитие творческих способностей, мастерства импровизации в общении с другими людьми);
- 3) формирование эмоционально-волевой сферы, коммуникативных навыков, толерантности в общении, умения проявить необходимые волевые качества для овладения определенными профессиональными навыками.

Таким образом, учащиеся смогут осознать актуальность своей деятельности в пользу выбора будущей профессии.

## ПРИЛОЖЕНИЯ

Образцы полиграфической рекламной продукции

Приложение 1

Открытки с видами туристических объектов Ножай-Юртовского района



ТУРИСТИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС «АХКИ-Т1АЙ»

ЗДЕСЬ ВСТРЕТИТ ВАС ХРУСТАЛЬНЫЙ  
ПЕРЕЗВОН  
ВОЛШЕБНЫХ ВОДОПАДОВ И ШУМ  
ЗАМАНЧИВОЙ РЕКИ.  
И ГОРДЕЛИВЫЙ ГОРНЫЙ ДУХ  
УКАЖЕТ К НЕИЗВЕДАННОМУ ПУТЬ.

---

---

---

---

Визитки



Спешите туда, где вы ни разу не были!

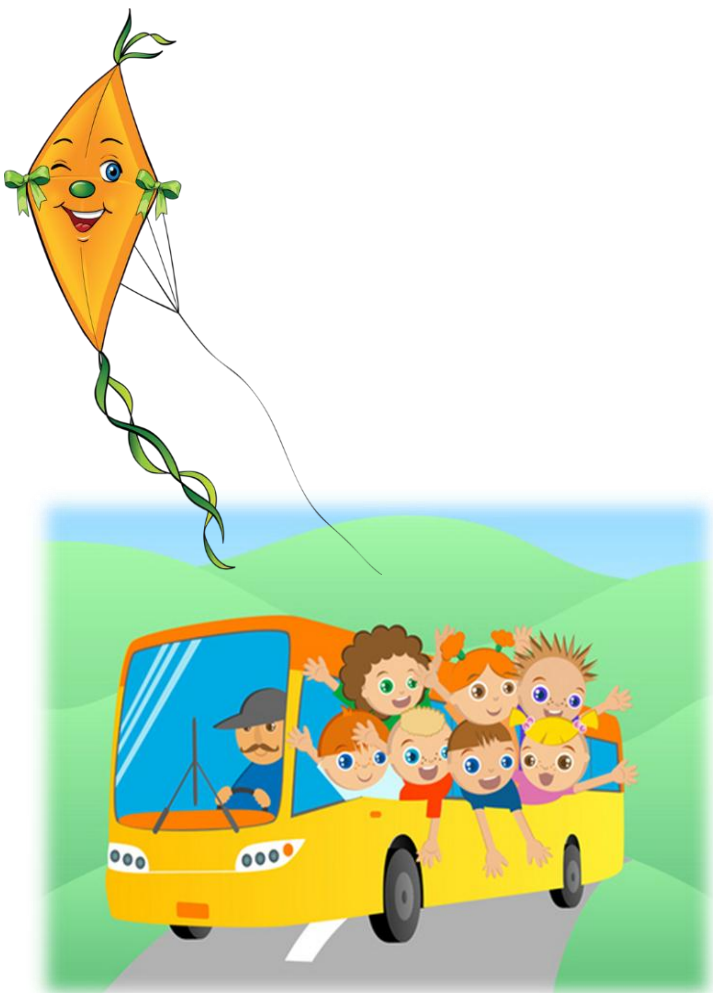
Буклет

Приложение 3

БЕНОЙ-ТУР

## Туристический маршрут

### «Сказка, заблудившаяся в горах»



Адрес редакции:  
366239, Чеченская республика,  
Ножай-Юртовский район,  
с.Беной-Ведено, ул. А.Кадырова, 98

call-центр: [gorya4ii-led1@gmail.com](mailto:gorya4ii-led1@gmail.com)  
тел. +79626589167

Составитель: Хасханова Раяна  
Дизайн: Загария И. В.