

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ імені В.Н. КАРАЗІНА

Кафедра туристичного бізнесу та країнознавства

**КОМПЛЕКС НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ
з дисципліни**

«ОРГАНІЗАЦІЯ АНІМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ»

Рівень вищої освіти **перший (бакалаврський)**

Галузь знань **24 Сфера обслуговування»**

Спеціальність **242 «Туризм»**

Освітня програма **«Туризм»**

Вид дисципліни **обов'язкова**

Факультет **міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу**

Укладач: канд. екон. наук, доцент кафедри туристичного бізнесу та країнознавства
Ірина ПАНОВА

1. Навчальний контент:

Тема 1. Теоретичні засади анімаційних послуг в туризмі

Поняття дозвілля. Місце дозвілля в структурі бюджету часу людини. Ознаки дозвілля. Мета дозвілля. Характеристики процесу розваг. Фактори, що впливають на вибір розваг. Класифікація підприємств індустрії дозвілля та розваг: вітчизняний та закордонний підходи. Передумови виникнення анімації в туризмі. Типологія анімації в туризмі: туристична анімація, рекреаційна анімація. Функції туристичної анімації: адаптаційна, стабілізуюча, оздоровча, інформаційна, удосконалююча, рекламна. Модель фахівця туранімації. Закордонний досвід підготовки фахівців з анімаційної діяльності. Вимоги до аніматорів. Трудогорама професії тур аніматора. Графік роботи аніматора.

Тема 2. Напрямки анімаційних діяльності у туристичній сфері

Організація анімаційних програм для автобусних подорожей. Організація круїзних анімаційних програм. Організація анімаційних програм для залізничних подорожей. Анімація в ресторанах і готельних комплексах. Анімація в санаторно-курортних і оздоровчих закладах. Анімація у дитячих оздоровчих таборах. Анімація в тематичних парках і рекреаційних зонах.

Тема 3. Менеджмент туристичної анімації

Поняття менеджменту анімації. Лідер і керівник. Функції анімаційного менеджменту. Вимоги до менеджерів анімаційної служби. Стилi управління. Функції управління. Навички управління конфліктними ситуаціями. Методи підбору та управління персоналом анімаційної служби. Методи мотивування співробітників. Обслуговуючий персонал комплексу та його функції.

Тема 4. Проектування та реалізація анімаційних програм в сфері гостинності

Проектування анімаційного сервісу на підприємствах сфери гостинності. Аналіз анімаційної діяльності підприємств сфери гостинності. Аналіз споживчих переваг на анімаційні послуги. Аналіз ресурсів підприємства для організації анімаційної діяльності. Концепція анімаційної діяльності готельного підприємства. Х-аналіз впровадження анімаційних послуг на підприємстві сфери гостинності

Тема 5. Розробка, просування і реалізація сезонних анімаційних програм

Поняття, види і зміст сезонних анімаційних програм. Технологія розробки та реалізації анімаційних програм. Реклама анімаційних програм. Реалізація анімаційної програми на підприємстві сфери гостинності.

Тема 6. Гральний бізнес в туристичній анімації анімації.

Гральні заклади (казино, клуби, зали ігрових автоматів). Заклади з випуску обладнання і аксесуарів для грального бізнесу. Видавництва з випуску книжкової продукції для грального бізнесу. Гральні заклади – заклади, де організовані в основному азартні ігри – в карти, рулетку тощо. Азартні, комерційні та престижні гри. Виграш залежить від випадку, а не від уміння чи інтелектуальних здібностей. Комерційні (інтелектуальні) ігри. Виграш залежить більшою мірою від досвіду, інтелектуальних здібностей і менше - від везіння (бридж чи преферанс). Престижність ігри. Виграш залежить тільки від майстерності і інтелектуальних і фізичних здібностей (шахи, шашки, спорт.ігри).

Тема 7. Економічне обґрунтування впровадження анімаційних послуг

Економічне обґрунтування містить: прогнозування обсягу продажів готельного продукту готелю на розрахункову кількість років (5 років); кошторису прямих матеріальних витрат на реалізацію анімаційної програми для гостей готелю, витрат по оплаті праці, накладних витрат, собівартості наданих анімаційних послуг, собівартості послуг, що надаються на одного гостя готелю і на загальну кількість гостей (по роках), комерційних і управлінських витрат при реалізації анімаційної програми, а також загального плану доходів і витрат, пов'язаних з реалізацією анімаційної програми на базі готелю по роках і економічності ефективності програми. Передбачається, що впровадження анімаційної програми може поліпшити фінансові показники економічної діяльності підприємства, що буде свідчити про її економічну ефективність.

Дистанційний курс: Панова І.О. **Організація анімаційної діяльності** // Навчально-методична праця. – Харків: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2021. Режим доступу: <https://dist.karazin.ua/moodle/course/view.php?id=3714>

Рекомендована література

Основна література:

1. Білоусова А.Ю., Балко В.Ю. (2019). Особливості менеджменту анімаційного сервісу. *Економічні студії*. № 24. С. 25-29.
2. Бойко З.В., Горб К.М, Горожанкіна Н.А. Танцювальні фестивалі України як складова фестивального туризму. *Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка. Серія: географія*. Тернопіль: СМП «Тайп». №1 (випуск 46). 2019. С. 129-133.
3. Бойко З.В., Горожанкіна Н.А Івент-туризм як фактор формування туристського іміджу території у регіональному аспекті. Існуюча практика та новітні тенденції в управлінні суб'єктами господарювання різних організаційно-правових форм: монографія / за ред. Л.М. Савчук, Л.М. Бандоріна. Дніпро, 2020. С. 495-515/
4. Джинджоян В.В., Горожанкіна Н.А., Бойко З.В. Основи туризмознавства : навчальний посібник. Київ: Видавець ФО-П Піча Ю.В., 2022. 246 с.
5. Любчук О. К. Організація туризму. Основи туризмознавства: навч. посібник. Маріуполь : ГВУЗ «ПДТУ», 2018. 154 с.

6. Організація анімаційних послуг в туризмі : навч. посібник / О. М. Кравець, С. І. Байлик; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – 2-ге вид., перероб. і доп. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2017. – 335 с.
7. Основи туризмознавства: навчальний посібник / Уманський держ. пед. ун-т імені Павла Тичини ; уклад.: О. В. Литвин, М. Г. Акулов. Умань : Візаві, 2019. 169с.
8. Панова І. О. (2021). Теоретичні основи дослідження анімаційних послуг у туризмі. *Бізнес Інформ*. №6, 170–175. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2021-6-170-175>
9. Про внесення змін до Закону України «Про туризм». Закон України від 18 листопада 2003 р. № 1282 // Урядовий кур'єр. 2003. 25 груд. (№ 244) С. 15-19.
10. Про Національну раду з туризму. Постанова Кабінету Міністрів України від 13 березня 1996 р. № 322.
11. Про ратифікацію Кіотського протоколу до Рамкової Конвенції Організації Об'єднаних Націй про зміну клімату. Закон України від 04.02.2004 р. №1430-IV.
12. Про туризм. Закон України від 15.09.1995 № 323/95. Урядовий кур'єр, 1995. 40 с.
13. Про утворення Наукового центру розвитку туризму. Постанова Кабінету Міністрів України від 17 серпня 2002 р. № 1132.
14. Торяник В.М., Джинджоян В.В. Механізм державного управління туристичною галуззю в Україні (ліцензування, сертифікація, стандартизація). Словник-довідник: навч. посіб. Д. : ВНПЗ «ДГУ», 2020. 182 с.
15. Торяник В.М., Джинджоян В.В. Піхун Н.А. Реклама та PR у сфері туризму: підручник. Д. : ДГУ, 2018. 320 с.
16. Торяник В.М., Сардак С.Е., Джинджоян В.В. Туризмологія: підручник. Д. : ДГУ, 2022. 306 с.
17. Gallarza, M. G., et al. (2019). Customer value in tourism and hospitality: Broadening dimensions and stretching the value-satisfaction-loyalty chain. *Tourism Management Perspectives* 31, pp. 254-268. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2019.05.011>
18. Ka, I., Lai, W. (2019). Hotel image and reputation on building customer loyalty: An empirical study in Macau. *Journal of Hospitality and Tourism Management* 38, pp. 111-121. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2019.01.003>
19. Karadzhova, Z., Angelov, A. (2018). The animation - an attraction and/or a need (The Case of Company BVS Entertainment Ltd.). *International Journal of Innovative Technologies in Economy*, 2 (14), pp. 20-27.
20. Liu, Y. et al. (2020). How does brand loyalty interact with tourism destination? Exploring the effect of brand loyalty on place attachment. *Annals of Tourism Research* 81, pp. 2-13. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102879>
21. Markus, Z., Perovic, Dj., Pekovic, S., & Popovic, S., (2019). Assessing Tourist Revisit Intention through the Sport-Recreational Services Offered. *Business Systems Research*, 10(2), 1-10.
22. Pekovic, S., Perovic, Dj., Stanovcic, T., & Vukcevic, J. (2018). Is Montenegro Considered as a Sports-Recreational Destination? *Sport Mont*, 16(2), 83–86.
23. Perić, M., Dragičević, D., & Škorić, S. (2019). Determinants of active sport event tourists' expenditure—the case of mountain bikers and trail runners. *Journal of Sport & Tourism*, 23(1), 19–39. doi: 10.1080/14775085.2019.1623064

24. Perovic, Dj., Moric, I., Pekovic, S., Stanovcic, T., Roblek, V., & Pejic Bach, M. (2018). The antecedents of tourist repeat visit intention: systemic approach. *Kybernetes*. <https://doi.org/10.1108/K-12-2017-0480>
25. Pekovic, S., Djekic, A., Markovic, V., Bojbasa, M., & Perovic, D. (2019). The influence of animation programmes on tourists' satisfaction: the role of animators. *Sport Mont*, 17(3), 113-115. DOI: 10.26773/smj.191020
26. Schlesinger, W., et al. (2020). Exploring the links between destination attributes, quality of service experience and loyalty in emerging Mediterranean destinations. *Tourism Management Perspective*. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100699>
27. Vidović, A. (2019). Guest Animation in Tourism Work Entrepreneurial Venture. *Journal of Economics, Trade and Marketing Management*, 1, 2, pp. 51-59. <https://doi.org/10.22158/jetmm.v1n2p51>

Додаткова література:

1. Бойко З.В., Горожанкіна Н.А. Основи туризмознавства як теоретичне вивчення сутності туризму. Сучасні реалії фінансово-економічного розвитку регіонів, галузей, підприємств, бізнесу: монографія /за ред. Л.М. Савчук, Л.М. Бандоріної. Дніпро: Пороги, 2020. С.410-425
2. Бойко З.В., Горожанкіна Н.А. Розвиток спеціалізованого туризму в Україні як одне з практичних питань організації туризму (на прикладі кінного туризму). Сучасні процеси трансформації у бізнесі та виробництві: теорія, методологія, практика (фінансовий сектор, аграрна галузь та сфера послуг): монографія/за ред. Л.М. Савчук, Л.М. Бандоріної. Дніпро: Журфонд. 2019. С. 504-519.
3. Бойко З.В., Горожанкіна Н.А., Горб К.М. Methods of tourist resources evaluation as a component of tourism organization. *Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка. Серія: географія*. Тернопіль: СМП «Тайп». №1 (випуск 48), 2020.С. 70-76.
4. Джинджоян В.В., Горожанкіна Н.А., Бойко З.В. Основи туризмознавства : навчальний посібник. Київ: Видавець ФО-П Піча Ю.В., 2022. 246 с.
5. Джинджоян В.В. Базисні детермінанти розвитку туристичних підприємств на основі їх соціальної діяльності: монографія. Запоріжжя: Класичний приватний університет, 2020. 248 с.
6. Джинджоян В.В. *Новітні методи китайського освітнього менеджменту з підготовки фахівців для туристичного бізнесу*. Туристичний бренд як фактор формування позитивного іміджу України на світовому ринку : Зб. матер. II Всеукр. наук.-практ. інтернет конф. (Львів, 20 лютого 2020 р.). Львівський інститут економіки і туризму. Львів: ЛІЕТ, 2020. С. 201-203.
7. Джинджоян В.В. Продвижение турпродукта современными инструментами туристического маркетинга. Сучасні технології управління розвитком підприємств України: механізми, реалії, перспективи : колект. монограф. / за заг. ред. Т.В. Гринько. Дніпропетровськ : Біла К. О., 2016. 504 с.
8. Джинджоян В.В. Реалізація туристичних програм в сфері освіти, медицини, природо охорони. *Економіка і держава*. 2020. № 1. С. 50-53.
9. Джинджоян В.В., Ємельянова М.О., Штонда Г.А. Стратегічне управління розвитком туризму. *Право і суспільство*. 2018. №6-1. С. 132-137.

10. Петрова К.В., Джинджоян В.В., Сардак С.Е. Особливості екскурсійного обслуговування іноземних туристів. *Економічний простір*. Збірник наукових праць. Дніпро: ПДАБА. 2017. №126. С. 71-81.

11. Мальська М. П., Грицишин А. Т., Білоус С. В., Топорницька М. Я. Фестивальний туризм: теорія та практика: навч. посібник / М. П. Мальська, А. Т. Грицишин, С. В. Білоус, М. Я. Топорницька. Київ : Видавець ФОП Піча Ю. В., 2022. 232 с.

12. . Основи туризмознавства: навчальний посібник / Уманський держ. пед. ун-т імені Павла Тичини ; уклад.: О. В. Литвин, М. Г. Акулов. Умань : Візаві, 2019. 169 с.

13. Організація туризму: підручник / Л. М. Алексеєнко, Т. І. Божук, В. Я. Брич [та ін.]; за заг. ред. В. Я. Брича. Тернопіль: ТНЕУ, 2017. 448 с.

14. Тучковська І. І. Особливості організації анімаційної діяльності в індустрії гостинності. *Підприємництво і торгівля*. 2018. № 23. С. 155-159. DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1256-2018-23-26>

15. Устименко Л. М., Булгакова Н. В. Основи туризмознавства: практикум. Київ : Видавництво Ліра-К, 2018. 80 с.

16. Aguiló, E., Rosselló, J., & Vila, M. (2017). Length of stay and daily tourist expenditure: A joint analysis. *Tourism Management Perspectives*, 21, 10–17. doi: 10.1016/j.tmp.2016.10.008

17. Gholipour, H. F., Min, L. W. L., Ling, L. A., & Jopp, R. (2019). Environmentally friendly tourists and spending on nature-based activities. *Journal of Ecotourism*, 18(2), 174–180. doi: 10.1080/14724049.2018.1498505

18. Langenbach, M., & Tuppen, J. (2017). The concept of localised outdoor sports tourist systems: Its application to Ardèche in south-east France. *Journal of Sport & Tourism*, 21(4), 263–286. doi: 10.1080/14775085.2017.1351388

19. Page, S. J., Hartwell, H., Johns, N., Fyall, A., Ladkin, A., & Hemingway, A. (2017). Case study: Wellness, tourism and small business development in a UK coastal resort: Public engagement in practice. *Tourism Management*, 60, 466–477. doi: 10.1016/j.tourman.2016.12.014

20. Sato, S., Gipson, C., Todd, S., & Harada, M. (2018). The relationship between sport tourists' perceived value and destination loyalty: An experience-use history segmentation approach. *Journal of Sport & Tourism*, 22(2), 173–186. doi: 10.1080/14775085.2017.1348967

21. Sport and Recreation Alliance. (2017). Reconomics plus. *The Economic, Health and Social Value of Outdoor Recreation*. <https://sramedia.s3.amazonaws.com/media/documents/699fec08-3f90-4e00-ac4a-c074b353a38d.pdf>

10. Посилання на інформаційні ресурси в Інтернеті, відео-лекції, інше методичне забезпечення

1. «Весела Абетка» (сайт, присвячений організації дитячого дозвілля в Україні) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://abetka.ukrlife.org/>.

2. Дорогих В. М. Адміністративно-правове регулювання грального бізнесу в Україні [Електронний ресурс] / В. М. Дорогих. – Режим доступу : http://dysertaciya.org.ua/disertaciya_1_83.html

3. Килимистий С. М. Сутність анімації в туризмі як культурної практики.

Питання культурології [Електронний ресурс] / С. М. Килимистий. – Режим доступу : <http://www.library.knukim.edu.ua/lib/auka/zbirnyk/kulturologiya/>.

4. Офіційний сайт Міністерства культури та інформаційної політики України. URL: www.mincult.gov.ua

5. Петрова І. В. Історія дозвілля: проблеми періодизації [Електронний ресурс] / І. В. Петрова. – Режим доступу : http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/Vdakk/2009_4/9.pdf.

6. Сайт, присвячений українській пісні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://nashe.com.ua/song>.

7. Смаль І. В. Рекреація, туризм і дозвілля: тлумачення і співвідношення понять / [Електронний ресурс] / І. В. Смаль, В. В. Смаль. – Режим доступу : http://tourlib.net/statti_ukr/smal.htm.

8. Формування танцювальної культури народів світу [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://svit-tanok.com.ua/krivohija/189-tema-2-formuvannya-tancyuvalnoyi-kulturi-riznix.html>.

2. Плани практичних(семінарських) занять, завдання для лабораторних робіт, самостійної роботи:

Семінар 1. Теоретичні засади анімаційних послуг в туризмі

Обговорення наступних питань:

- співвідношення категорій «Вільний час, відпочинок та дозвілля»;
- розглянути питання «Рекреація, туризм і дозвілля: тлумачення й співвідношення понять»;
- виявити фактори, що впливають на вибір розваг;
- охарактеризувати інфраструктуру індустрії розваг;
- сформулювати модель фахівця тур анімації;
- розглянути закордонний досвід підготовки фахівців з анімаційної діяльності;
- навести приклад графіку роботи аніматора;

Підготувати інформаційні повідомлення, презентації та виступи з вказаних питань.

Семінар 2. Напрями анімаційних діяльності у туристичній сфері

Обговорення наступних питань:

- визначити роль анімаційної послуги як додаткової послуги;
- охарактеризувати функції анімаційної послуги;
- навести приклади вимог до організаторів анімаційних послуг;
- виявити основні форми анімаційного обслуговування;
- знайти відповідь на питання: «Які існують основні напрями анімаційної діяльності в туropolерейтингу?»
- навести приклади функцій управління;

Підготувати інформаційні повідомлення, презентації та виступи з вказаних

питань.

Семінар 3. Менеджмент туристичної анімації

Обговорення наступних питань:

- визначити поняття «менеджменту анімації» та його роль;
- виявити якості лідера та керівника;
- охарактеризувати функції анімаційного менеджменту;
- навести приклади вимог до менеджерів анімаційної служби;
- виявити стилі та функції управління;
- знайти відповідь на питання: «Якими навичками повинен володіти аніматор, щоб управляти конфліктними ситуаціями?»
- навести приклади функцій управління;
- розробити анімаційну програму для туристів різних вікових груп.

Підготувати інформаційні повідомлення, презентації та виступи з вказаних питань.

Семінар 4. Проектування та реалізація анімаційних програм в сфері гостинності

Обговорення наступних питань:

- проаналізувати технічні об'єкти, які є необхідними для проведення анімаційних програм;
- охарактеризувати центри розважальної діяльності, які повинні розташовуватися недалеко один від одного, від моря і торгових точок (барів і закусочних). Провести оцінку дизайну цих об'єктів.
- навести приклад розважальних об'єктів, при плануванні яких, необхідно дотримуватися техніки безпеки.
- проаналізувати будь-яке підприємство, що надає анімаційні послуги, його ретельно опрацьовану концепцію організації анімаційної діяльності відповідно до призначення підприємства, його місцезнаходження, назву, цільовою аудиторією та інші фактори.

Підготувати інформаційні повідомлення, презентації та виступи з вказаних питань.

Семінар 5. Розробка, просування і реалізація сезонних анімаційних програм

Обговорення наступних питань:

- охарактеризувати особливості сезонних анімаційних програм, які розробляються в рамках загальної концепції анімаційної діяльності підприємства сфери гостинності;
- обґрунтувати вплив заповнюваності готелю і його контингенту на функціонуючі в ньому анімаційні заходи;
- відповісти на питання: «Які найбільш затребувані анімаційні послуги бувають в

періоди високих туристських сезонів влітку і взимку (в залежності від специфіки готелю) і чому».

- назвати базові функціональні цінності під час проведення анімаційної програми;
- відповісти на питання: «як впливає спілкування на розвиток індивідуальних якостей особистості?»;
- розкрити поняття «емоційні цінності», « цінності самовираження» та « духовні цінності».

Підготувати інформаційні повідомлення, презентації та виступи з вказаних питань.

1. Семінар 6. Гральний бізнес в туристичній анімації анімації.

1.Обговорення наступних питань:

- охарактеризувати складові грального бізнесу;
- навести приклади популярних ігор;
- охарактеризувати основні проблеми, з якими зіштовхуються туристи під час ігор;
- визначити вплив ігорного бізнесу на туризм та економю країн;
- навести приклади умінь та навичок організаторів грального бізнесу;
- проаналізувати особливості місцерозташування закладів грального бізнесу;
- охарактеризувати споживачів грального бізнесу;
- пояснити можливі пролеми, які виникають шляхом заложності від ігор;

Підготувати інформаційні повідомлення, презентації та виступи з вказаних питань.

2.Кожен здобувач вищої освіти розробляє власну анімаційну програму з застосуванням методів перетворення рутинних завдань на цікаві.

Семінар 7. Економічне обґрунтування впровадження анімаційних послуг

Обговорення наступних питань:

- спрогнозуйте обсяг продажів готельного продукту готелю з урахуванням реалізації запропонованої анімаційної програми;
- охарактеризуйте кошторис прямих матеріальних витрат на реалізацію анімаційної програми певного готелю;
- прорахуйте кошторис витрат з оплати праці при реалізації анімаційної програми певного готелю;
- визначте кошторис накладних витрат при реалізації анімаційної програми готелю.

Підготувати інформаційні повідомлення, презентації та виступи з вказаних питань.

методична праця. – Харків: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2021. Режим доступу: <https://dist.karazin.ua/moodle/course/view.php?id=3714>

3. Питання, задачі, завдання або кейси для поточного та підсумкового контролю знань і вмінь здобувачів вищої освіти, для контрольних робіт, передбачених навчальним планом, післятестаційного моніторингу набутих знань і вмінь з навчальної дисципліни:

Завдання для самостійного опрацювання:

1. У чому полягає сутність поняття „анімація”.
2. Основні функції анімації гостинності.
3. Роль і значення анімаційної послуги як складової частини турпродукту.
4. Визначення терміну „анімаційна програма”.
5. Як складається анімаційна програма?
6. Основні етапи технологічного процесу розробки анімаційної програми.
7. Які фактори необхідно враховувати при розробці анімаційних програм?
8. Якими якостями повинен володіти аніматор?
9. Як формується анімаційна команда?
10. Хто очолює анімаційну команду?
11. Яких правил поведінки повинен дотримуватися аніматор?
12. Соціально-економічні та соціально-психологічні особливості надання анімаційних послуг.
14. Які вправи можна виділити для виховання і збереження пластики тіла аніматора?
15. З якою метою аніматору необхідні тренінги з носового дихання?
16. Яка гімнастика потрібна аніматору для виразності обличчя і ясності мови?
17. Які ігри рекомендують проводити аніматору для виховання сили?
18. У який час рекомендують проводити ігри для розвитку швидкості?
19. Назвіть методику проведення рухливих ігор для виховання спритності.
20. Які рухливі ігри використовують у виді розминки перед іграми в баскетбол, футбол, ручний м'яч?
21. Які вправи варто включати в програму аніматора для виховання гнучкості?
22. Що являє собою спортивна аеробіка?
21. Що таке прикладна аеробіка, для чого вона застосовується?
23. Від чого залежить вибір вправ для занять аеробікою?
24. Які найбільш типові рухи використовують при заняттях аеробікою?
25. З чого починається заняття аеробікою?
26. Які вправи включають в основну частину класичної аеробіки і степ-аеробіки?
27. Яка тривалість основної частини класичної аеробіки і степ-аеробіки?
28. Які вправи включають в заключну частину уроку?
29. Що таке аква-аеробіка?
30. Що таке мілка вода і глибока вода?
31. Що таке дитяча анімація?
32. Які заходи, проведені для дітей, відносяться до пасивних?
33. Які вікові групи можна залучати для водної анімації?
34. Чи обов'язкова розминка перед проведенням рухливих ігор?
35. Визначить, які рухливі ігри, можна запропонувати і для яких вікових груп.

36. Складіть приблизний план роботи аніматора на тиждень.
37. Як дозвілля впливає на життя людини?
38. Охарактеризуйте основні напрямки анімації.
39. Сутність поняття «анімаційний інтерес».
40. Об'єкти анімаційного інтересу.
41. У чому полягає соціальна сутність анімаційної діяльності в туризмі?
42. Що розуміють під професійною культурою аніматора?
43. Назвіть основні особистісні риси, які має розвивати в собі майбутній фахівець з анімації.
44. Сутність поняття анімаційного менеджменту.
45. Охарактеризуйте складові ефективної анімаційної діяльності.
46. Основні етапи анімаційного менеджменту.
47. Назвіть основні функції менеджменту туристської анімації.
48. Охарактеризуйте вплив різних систем середовища гостинності на процес перетворення потреб туриста на його задоволеність. Яку роль у цьому процесі відіграє персонал анімаційної служби?
49. Критерії ефективності праці менеджера з анімації.
50. Яких вимог необхідно дотримуватись під час здійснення управління анімацією в готелі?
51. Види анімаційних програм.
52. Що становить структура типових анімаційних програм?
53. Основні етапи технологічного процесу розроблення анімаційної програми.
54. Які фактори необхідно враховувати під час розроблення анімаційних програм?
55. Охарактеризуйте типи поведінки споживача анімаційних послуг під час анімаційних програм та наведіть приклади.
56. Особливості процесу сприйняття особистості споживача анімаційних послуг.
57. У чому полягають гендерні розходження в психології чоловіків і жінок?
58. Вікові особливості психології споживача анімаційних послуг.
59. Етнічні особливості психології споживача анімаційних послуг.
60. Які методи використовують під час підготовки й проведення анімаційних заходів?
61. З якими основними проблемами зіштовхуються працівники анімаційної служби в готелі.
62. Як часто необхідно змінювати сценарій (планом) анімаційної програми?
63. Складіть приблизний план роботи аніматора на тиждень розважального центру, парку, зоопарку.
64. Особливості «спілкування» з гостями різного віку.
65. Основні функції спілкування з дітьми до 13 років.
66. Як впливає спілкування на розвиток індивідуальних якостей особистості?
67. У чому виявляються особливості співвідношення темпераменту й ефективності професійної діяльності аніматора?
68. Як пов'язані між собою темперамент і характер?
69. Чи завжди індивідуально-психологічні властивості людини, що виявляються в ранньому дитинстві, зберігаються в подальшому її житті? Чим це можна пояснити?
70. Як тип темпераменту формує поведінку в різних ситуаціях, а поведінка формує характер?

71. У чому полягає специфіка міжособистісної комунікації?
72. У чому полягає головна мета комунікаційного процесу?
73. Розкрийте зміст вербальних засобів спілкування.
74. Назвіть основні форми вербальної анімації.
75. Охарактеризуйте поняття «кінетичний код».
76. Якими рисами має володіти ефективний аніматор, а якими категорично ні?
77. Поясніть, чому гру вважають складним соціокультурним явищем.
78. Охарактеризуйте основні форми ігрової анімації.
79. Як гра допомагає особистості адаптуватися в колі родини та соціумі?
80. Назвіть основні функції гри.
81. Класифікація ігор.
82. Які особливості необхідно враховувати під час підготовки аудиторії до участі в ігровій анімації?
83. Особливості розроблення сценарію ігрової анімації.
84. У чому полягає виховна роль народних рухливих ігор?
85. Які риси характеру здатні розвинути ігри у дитини і якого віку?
86. Які фактори необхідно враховувати під час проведення ігор із дітьми та підлітками?
87. Назвіть форми шоу-анімації.
88. Основні засоби виразності, які використовують під час організації шоу.
89. Прийоми активізації аудиторії. Прийоми для залучення учасників до театралізованого дійства.
90. Назвіть основні напрямки реаліті-шоу.
91. Різновиди анімаційних шоу.
92. Особливості сценічних та технічних шоу.
93. Основні типи сцени.
94. Характеристики анімаційного шоу.
95. Класифікація анімаційних театралізованих шоу.
96. Види анімаційних шоу.
97. Розкрийте сутність поняття «готельне анімаційне сценічне шоу».
98. Охарактеризуйте свято як базовий компонент комплексної анімації.
99. Специфіка багатоцентрованості масових свят.
100. Назвіть основні елементи сценарію масового свята.
101. Які фестивалі, що проходять на території України знаєте?
102. Форми анімаційних свят.
103. Що розуміють під театралізованою частиною свята?
104. Від яких обставин може залежати драматургія масового свята?

Контрольна робота

Індивідуальне завдання в межах дисципліни «Організація анімаційної діяльності» навчальним планом не передбачене.

Перелік контрольних запитань до дисципліни

1. Поняття та ознаки дозвілля. Місце дозвілля в структурі бюджету часу людини.
2. Класифікація підприємств індустрії дозвілля та розваг: вітчизняний та закордонний підходи.

3. Типологія анімації в туризмі: туристична анімація, рекреаційна анімація.
4. Функції туристичної анімації: адаптаційна, стабілізуюча, оздоровча, інформаційна, удосконалююча, рекламна.
5. Вимоги до аніматорів.
6. Трудогорама професії тур аніматора та графік роботи.
7. Співвідношення категорій «Вільний час, відпочинок та дозвілля».
8. Рекреація, туризм і дозвілля: тлумачення й співвідношення понять.
9. Назвіть та проаналізуйте фактори, які впливають на вибір розваг в анімаційній діяльності.
10. Інфраструктура індустрії розваг.
11. Закордонний досвід підготовки фахівців з анімаційної діяльності.
12. Фактори, що впливають на кількість та склад закладів дозвілля в готелях і туристичних комплексах.
13. Форми екстремальних анімаційних послуг, що використовуються в сучасному туризмі.
14. Склад анімаційної команди готелів та туристичних комплексів.
15. Класифікація туристів за ставленням до влаштування дозвілля.
16. Національні особливості туристів та їх врахування при складанні анімаційних програм.
17. Анімаційні програми для сімейного дозвілля.
18. Готельні анімаційні послуги та програми.
19. Вимоги до побудови анімаційних програм.
20. Напрями і програми туристичної анімації.
21. Етапи формування анімаційних програм.
22. Сценарій анімаційної програми: поняття, різновиди.
23. Форми та особливості роботи з туристами різної вікової групи.
24. Пріоритетні напрями дозвілєвої роботи з дорослими
25. Пріоритетні напрями дозвілєвої роботи дітьми.
26. Національні особливості туристів для формування анімаційних програм.
27. Матеріальна база анімації: перший, другий, третій рівні.
28. Форми ігрової діяльності в туристичній анімації.
29. Гра як складне соціокультурне явище.
30. Методика проведення рухливих ігор.
31. Поняття та особливості емоційного впливу музики й аудиторія музичних анімаційних заходів.
32. Критерії оцінки якісного складу ігрової аудиторії.
33. Фактори, що впливають на формування ігрових анімаційних програм.
34. Класифікацію ігор в анімаційній діяльності.
35. Історія зародження музичної анімації.
36. Форми музичної анімації.

37. Танцювальна культура народів світу.
38. Етапи становлення танцювальної анімації.
39. Форми танцювальної анімації.
40. Класифікація музичних фестивалів
41. Фактори, що впливають на якість музичної та танцювальної анімації.
42. Аудиторія танцювальних анімаційних заходів.
43. Сутність та мета поняття «спілкування».
44. Основні функції спілкування.
45. Вплив спілкування на розвиток індивідуальних якостей особистості.
46. Специфіка міжособистісної комунікації як головна мета комунікаційного процесу.
47. Базові емоції за класифікацією К. Ізарда.
48. Сутність та мета поняття «сценічна мова».
49. Основні форми шоу-анімації.
50. Сучасні звукові й цифрові технології забезпечення анімаційних програм.
51. Зміст та особливості методу театралізації в шоу-програмах.
52. Соціально-економічний і культурний ефект від фестивалів і карнавалів.
53. Особливості календаря фестивалів, які проходять на території України та їх характеристика;
54. Найбільші та найцікавіші карнавали народів світу.
55. Карнавальні традиції: ритуальні й обрядові звичаї як основа карнавалу.

Завдання семестрового заліку

Підсумковий семестровий контроль здійснюється під час проведення заліку.

Загальна кількість балів за успішне виконання залікових завдань – 40. Час виконання – до 80 хвилин.

Вміст залікового білета й оцінювання відповідей на заліку:

Теоретичне питання – 20 балів (2х10).

Тести – 20 балів (10 тестових завдань x 2 бали).

Зразок залікового білету

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна Факультет міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу

Спеціальність: 242 «Туризм»

Семестр: 5

Форма навчання: денна

Рівень вищої освіти (освітньо-кваліфікаційний рівень): бакалавр

Навчальна дисципліна: «Організація анімаційної діяльності»

ЗАЛКОВИЙ БІЛЕТ (ЗАВДАННЯ) № 1

1. Особливості «спілкування» з гостями різного віку. (10 балів).
2. З якими основними проблемами зіштовхуються працівники анімаційної служби в готелі. (10 балів).
3. Тестові завдання (20 балів).

Затверджено на засіданні кафедри туристичного бізнесу протокол №1 від «29» серпня 2022 р.

Завідувач кафедри _____ (Анатолій ПАРФІНЕНКО)
підпис

Екзаменатор _____ (Ірина Панова)
підпис

Приклад тестових запитань для проведення підсумкового контролю

Варіант 1

Приклад тестів до заліку:

Оберіть твердження, яке найбільш точно відповідає правильній відповіді.

1. Анімація –

- a) – це пакет послуг, яка існує з метою підвищення якості обслуговування.
- b) – це своєрідна послуга, яка існує з метою повторного залучення гостей і їх знайомих.
- c) – це своєрідна послуга, яка існує з метою просування турпродукту на ринку.
- d) a,b,c.

2. Дозвілля –

- a) – це сукупність занять у вільний час, за допомогою яких задовольняються безпосередні фізичні, психічні і духовні потреби.

- b) – це сукупність занять у вільний час, за допомогою яких задовольняються безпосередні фізичні, психічні і духовні потреби, в основному відновлювального характеру.
- c) – це сукупність занять, за допомогою яких задовольняються безпосередні фізичні, психічні і духовні потреби, в основному відновлювального характеру.
- d) – це сукупність занять у вільний час, за допомогою яких задовольняються безпосередні фізичні, психічні і духовні потреби, завжди відновлювального характеру.

3. Основні завдання дозвілля:

- a) відновлення духовних та фізичних сил;
- b) розвиток культури людини, виховання;
- c) формування оптимістичного настрою, формування і розвиток особистості;
- d) a,b,c.

4. Фактори, що обумовлюють вибір розваг:

- a) психологічні особливості людини, демографічні, соціально-групові;
- b) рівень розвитку індустрії дозвілля, рівень інформованості населення, наявність вільного часу;
- c) спосіб життя людини, рівень культури людини, рівень доходів населення;
- d) a,b,c.

5. Підприємства, для яких дозвілля додаткова діяльність:

- a) промислові підприємства, народний промисел, будівництво;
- b) підприємства з яскраво вираженим розважальним характером, видовищні підприємства, спортивно-видовищні підприємства, культурно-масові підприємства;
- c) туристичні підприємства, засоби розміщення туристів, підприємства харчування;
- d) a, b, c.

6. Підприємства, для яких дозвілля основний вид діяльності:

- a) промислові підприємства, народний промисел, будівництво;
- b) підприємства з яскраво вираженим розважальним характером, видовищні підприємства, спортивно-видовищні підприємства, культурно-масові підприємства;
- c) туристичні підприємства, засоби розміщення туристів, підприємства харчування;
- d) a, b, c.

7. Підприємства, для яких дозвілля побічна діяльність:

- a) промислові підприємства, народний промисел, будівництво;
- b) підприємства з яскраво вираженим розважальним характером, видовищні підприємства, спортивно-видовищні підприємства, культурно-масові підприємства;
- c) туристичні підприємства, засоби розміщення туристів, підприємства харчування;
- d) a, b, c.

8. До розважальних підприємств відносять:

- a) спортивні клуби, басейни, катки;
- b) казино зоопарки, цирки, парки, ігротеки

- c) театри, кінотеатри, телебачення та радіомовлення
- d) бібліотеки, музеї, клуби.

9. *До видовищних підприємств анімації відносять:*

- a) спортивні клуби, басейни, катки,
- b) казино зоопарки, цирки, парки, ігротеки
- c) театри, кінотеатри, телебачення та радіомовлення
- d) бібліотеки, музеї, клуби.

10. *До культурно-просвітницьких підприємств анімації відносять:*

- a) спортивні клуби, басейни, катки,
- b) казино зоопарки, цирки, парки, ігротеки
- c) театри, кінотеатри, телебачення та радіомовлення
- d) бібліотеки, музеї, клуби.