

Туризм как профессия

От составителя

С давних времен туризм открывает людям широчайшие возможности для изучения истории, быта, традиций и культуры своего и других народов.

Интересные маршруты и разнообразные экскурсии формируют эстетический вкус, расширяют кругозор, развивают интеллект, помогают лучше познать мир.

Сегодня можно с уверенностью сказать, что туризм является мощной, быстро развивающейся индустрией, включающей в себя различные компоненты: экскурсионное обслуживание, транспортные услуги, деятельность туроператоров и турагентств, оказание услуг сервиса по размещению и питанию, информационное обслуживание туристов.

Многогранность туризма позволяет использовать его ресурсы и в библиотечной работе.

Предлагаем вашему вниманию методическое пособие «Туризм как профессия». В пособии изложены рекомендации по использованию, в рамках библиотечной деятельности, технологий, применяемых в сфере туризма. Рассмотрена технология подготовки экскурсии и методика ее проведения.

Глава 1. Опыт работы российских библиотек в сфере туризма

Обладая огромными информационными возможностями, библиотеки внедряют инновационные методы работы, всё больше обращаясь к оказанию туристских услуг, таких как: продвижение туристско-рекреационного потенциала города или региона, сбор и предоставление туристской информации, организация выставочной, музейной, экскурсионной и других видов деятельности.

Так, в Прибайкальской межпоселенческой библиотеке с 2004 г. ведется работа по программе «Библиотека – информационный центр рекреационного туризма».

Центром создана и постоянно обновляется электронная база данных «Энциклопедия Прибайкалья», изданы брошюры и буклеты: «Рекреационные ресурсы Прибайкалья», «Памятники природы Прибайкалья», «Знакомьтесь: Прибайкалье» и другие.

С 2004 г. существует сайт районной библиотеки, который посвящен рекреационным ресурсам региона и созданию благоприятного имиджа Прибайкалья и Бурятии как потенциальных объектов международного туризма.

Ещё одним примером служит деятельность ЦБС Городецкого района по программе «Библиотека — ресурсный центр по информационно-рекламному продвижению провинциального туризма». Чтобы добиться положительного социально-экономического эффекта, повысить привлекательность города и

района для проживания и туризма, была разработана программа «Развитие въездного и внутреннего туризма в Городецком районе на 2003— 2007 гг.».

На протяжении нескольких лет сотрудники ЦБС участвуют в разработке туристских экскурсий по родному краю, составляют сценарии маршрутов. Повышению качества работы библиотек в этом направлении помогает сотрудничество ЦБС с краеведческим музеем и Центром народных промыслов, ремесел и туризма.

В марте 2009 года в рамках «Программы развития туризма в Мурманской области на 2009-2011 гг.» при муниципальном учреждении Ловозерская межпоселенческая библиотека был открыт Туристско-информационный центр.

В Центре можно получить информацию о гостиницах, музеях, достопримечательностях Ловозерского района, о мероприятиях, проходящих на территории района (праздниках, соревнованиях, фестивалях).

В целом, опыт российских библиотек показывает, что успешная деятельность в сфере туризма способствует формированию положительного имиджа библиотек, привлечению большего числа посетителей, созданию комфортной информационной среды для местных жителей и приезжающих туристов. Основной акцент при этом сделан на предоставление информационных услуг, выпуск печатной продукции, разработку новых туристских маршрутов, а также проведение экскурсий.

Глава 2. Методические разработки по основам экскурсионного обслуживания

2.1. Сущность, признаки и классификация экскурсий

Слово «экскурсия» происходит от латинского «экскурсио» (вылазка, поездка), в русском языке оно появилось в XIX в.

Общие признаки всех экскурсий:

- протяженность по времени проведения - от одного академического часа (45 минут) до одних суток;
- наличие экскурсантов;
- наличие экскурсовода, проводящего экскурсию;
- наглядность, зрительное восприятие, показ экскурсионных объектов на месте их расположения;
- передвижение участников экскурсии по заранее составленному маршруту;
- целенаправленность показа объектов, наличие определенной темы;
- активная деятельность участников (наблюдение, изучение, исследование объектов).

Экскурсия в современном понимании - это методически продуманный *показ* достопримечательных мест, памятников истории и культуры, в основе которого лежит анализ находящихся перед глазами экскурсантов объектов, а также умелый *рассказ* о событиях, связанных с ним. Структурными компонентами экскурсий являются: *экскурсовод - экскурсионный объект - экскурсант*.

В настоящее время существуют различные классификации экскурсий: по содержанию, составу и количеству участников, месту проведения, способу передвижения, продолжительности и форме проведения. Каждая группа имеет присущие ей компоненты и особенности.

По содержанию экскурсии делятся на:

- обзорные (многоплановые),
- тематические (посвящены раскрытию одной темы);

По составу и количеству участников экскурсии подразделяются на:

- индивидуальные,
- для местного населения,
- приезжих туристов,
- взрослых,
- школьников и т.д.;

По месту проведения экскурсии бывают:

- городские и загородные,
- производственные,
- музейные,
- комплексные (сочетающие элементы нескольких видов);

По способу передвижения:

- пешеходные,
- с использованием различных видов транспорта;

По продолжительности экскурсии бывают :

- от одного академического часа (45 минут) до суток,
- маршруты выходного дня или краткосрочные туры (от 1 до 3-4 дней);

По форме проведения экскурсии подразделяются на следующие виды:

- экскурсия-массовка,
- экскурсия-прогулка,
- экскурсия-лекция;

Как форма учебной работы для различных групп экскурсантов:

- экскурсия-консультация,
- экскурсия-урок,
- учебная экскурсия,
- рекламная экскурсия.

Правильная классификация экскурсий обеспечивает условия для лучшей организации работы экскурсовода с клиентами, облегчает

специализацию, позволяет более эффективно использовать закономерности проведения экскурсий для конкретной группы.

2.2. Тема и композиция экскурсии

На основе существующей классификации каждая экскурсия имеет свою четко определенную тему. *Тема* - это круг явлений, отобранных и освещенных разработчиком экскурсии. Тема тесно связана с целью. *Цель* - это основной вывод, мысль, оценка изображаемых событий. Выбор темы зависит от потенциального спроса, конкретного заказа или целенаправленного осознания определенной тематики экскурсий.

Каждая тема представляет собой совокупность целого ряда подтем. У каждой подтемы должна быть полнота и логическая завершенность. Правильно разработанная подтема должна восприниматься экскурсантами не сама по себе, а вместе с другими подтемами - в композиции.

Композицией экскурсии называют расположение, последовательность и соотношение подтем основных вопросов, вступления и заключительной части экскурсии. Композиция есть организация действия и соответствующее расположение материала. Композиция экскурсии, как правило, включает ряд элементов.

Элементы композиции экскурсии

Название элемента	Содержание
Вступление	Состоит из двух частей: <i>организационной</i> (представление экскурсовода, водителя - в автобусной экскурсии; краткого инструктажа экскурсантов по правилам поведения и безопасности на маршруте); <i>информационной</i> (краткое сообщение о теме, маршруте, протяженности и продолжительности экскурсии, времени и месте окончания). По времени вступление рассчитано на 5-7 минут.
Основная часть	Предполагает основное действие во время проведения экскурсии, поэтому она должна содержать введение в тему, завязку, развитие (нарастание) действия, кульминацию и развязку. <i>Введение в тему</i> - это ввод в действие, краткий рассказ об эпохе, предшествующих событиях. Введение в тему обычно перерастает в <i>завязку</i> или непосредственное начало действия. Введение в тему и завязка должны быть предельно четкими, лаконичными. Основная часть строится на конкретных экскурсионных объектах, на сочетаниях показа и рассказа. Ее содержание состоит из нескольких подтем, объединенных темой. Количество подтем экскурсий в

	<p>среднем составляет от 5 до 12. Подтемы включают несколько вопросов и логически увязываются между собой в определенной дозировке по времени, в зависимости от значимости той или иной подтемы в данной экскурсии. При этом важно, чтобы подбор объектов наилучшим образом способствовал раскрытию содержания экскурсии.</p> <p>В основной части подтемы должны быть подчинены строгой логичности, материал необходимо подбирать с учетом <i>развития темы</i>. Каждый эпизод должен быть обусловлен, связан смысловыми «мостиками» (логическими переходами) с предыдущим и последующим.</p> <p>Законченность каждой подтемы предполагает законченность композиции каждого отдельного вопроса, каждого эпизода. Развитие действия необходимо довести до кульминации, в которой наиболее концентрированно выражается идея замысла экскурсии.</p> <p><i>Кульминация</i> - это точка, момент наивысшего напряжения фабульного действия. В центре кульминации лежит главное событие, главный экскурсионный объект. Если исходное событие в завязке и собственный ряд в основном развитии действия логично между собой сопряжены, то кульминация вытекает естественно и становится смысловым и эмоциональным центром всей экскурсии. Кульминацией в экскурсии часто является <i>финал</i>. Он несет в себе особую смысловую нагрузку, так как представляет собой наиболее важный момент для максимального проявления активности всех участников.</p> <p>Особенности технологии, творческий характер работы увеличивают значение монтажа подтем при создании экскурсии. Для того чтобы экскурсия не распалась на отдельные эпизоды, необходимо в качестве стержня найти <i>единый сюжетный ход</i>, соответствующий данной экскурсионной теме.</p> <p>Заданный ход не только устанавливает динамику, направление развития сюжета экскурсии, но и является связующим моментом при соединении, т. е. при монтаже отдельных подтем.</p>
Заключение	<p><i>Заключение</i>, как и вступление, не связано с экскурсионными объектами. Оно занимает по времени</p>

	<p>в среднем 3-5 минут и состоит из двух частей:</p> <ul style="list-style-type: none"> • итог основного содержания экскурсии, вывод по теме, реализующий цель экскурсии; • информация о других экскурсиях, расширяющих и углубляющих данную тему. <p>Заключение не менее важно, чем вступление и основная часть.</p>
--	---

2.3. Разработка и методические приемы ведения экскурсии

Экскурсия - результат двух важнейших процессов: ее разработки и ее исполнения. Они связаны между собой, взаимообусловлены.

Этапы разработки экскурсии:

- определение цели и задач экскурсии;
- выбор темы;
- отбор литературы и составление библиографии;
- определение источников экскурсионного материала, знакомство с экспозициями и фондами музеев по теме;
- отбор и изучение экскурсионных объектов;
- составление маршрута экскурсии;
- объезд или обход маршрута;
- подготовка контрольного текста экскурсии;
- комплектование «портфеля экскурсовода»;
- определение методических приемов проведения экскурсии;
- определение техники проведения экскурсии;
- составление методической разработки;
- составление индивидуального текста;
- прием (сдача) экскурсии на маршруте;
- утверждение экскурсии в качестве турпродукта.

Любая экскурсия основана на сочетании двух главных элементов: показа экскурсионных объектов и рассказа о них.

Показ - процесс реализации принципа наглядности, наглядный способ ознакомления с экскурсионным объектом или несколькими объектами одновременно (например, памятником архитектуры или архитектурным ансамблем). Показ может рассматриваться как действие (или сумма действий) экскурсовода, направленное на выявление сущности объекта.

Показ объекта - это система целенаправленных действий экскурсовода и экскурсантов, наблюдение объекта под руководством квалифицированного специалиста.

Показ в экскурсии является суммой трех элементов:

- самостоятельного наблюдения экскурсантами объекта;

- ознакомления экскурсантов с экспонатами «портфеля экскурсовода» с целью дополнения зрительного ряда;
- показа под руководством экскурсовода (с применением определенных методических приемов показа).

Условия для показа:

- правильно выбранные точки показа;
- время, сезон, более выгодные для показа;
- возможность отвлечь внимание экскурсантов от объектов, не имеющих отношения к данной теме экскурсии;
- возможность передвижения экскурсантов в целях использования методического приема при показе объекта с разных точек обзора;
- умения и навыки экскурсовода;
- подготовленность экскурсантов к наблюдению объекта.

Рассказ - условно принятое в экскурсионной деятельности название устной речи экскурсии, т. е. сообщения и пояснения, которые экскурсовод дает группе (например: объект - историческое событие, с которым он связан; характеристика и анализ объекта; деятельность конкретных исторических лиц).

Рассказ экскурсовода выполняет две задачи:

- комментирует, поясняет, дополняет увиденное;
- реконструирует, восстанавливает то, что не может в данный момент увидеть экскурсант.

Рассказ - это звучащий индивидуальный текст экскурсовода, исполненный им с соблюдением требований устной публичной речи и представляющий образец монолога.

Требования к рассказу: тематичность, сюжетность, конкретность, связанность, логичность, краткость, убедительность, доступность изложения, законченность суждений, связь с показом, научность.

Таким образом, экскурсия является золотой серединой, где удается достигнуть оптимального сочетания между показом объектов и рассказом о них и о событиях, с ними связанных.

2.4. Техника проведения экскурсии

Эффективность любой экскурсии во многом зависит от техники ее проведения. К технике ведения экскурсии предъявляется ряд требований. В их число входят:

- знакомство экскурсовода с группой;
- правильная расстановка группы у объекта;
- выход экскурсантов из автобуса и возвращение в автобус (другое транспортное средство);
- использование экскурсоводом микрофона;
- соблюдение времени, отведенного на экскурсию в целом и раскрытие отдельных подтем;

- ответы на вопросы экскурсантов и т. д.

Знакомство экскурсовода с группой – важная часть любой экскурсии, оно позволяет дать конкретную установку экскурсантам, установить с ними контакт. Экскурсовод здоровается с присутствующими, называет свою фамилию, имя, отчество, учреждение, которое представляет, знакомит экскурсантов с водителем автобуса (для автобусных экскурсий), то есть, начинает экскурсию вступлением.

Важно, чтобы с самого начала экскурсовод подчинил свои действия установившимся правилам общения с группой. Он не сразу начинает говорить. Возникает пауза, которая длится десять-двадцать секунд. Происходит первое знакомство, от него во многом зависят дальнейшие контакты экскурсовода с группой. Экскурсанты постепенно замолкают, их внимание переключается на экскурсовода. Экскурсанты прикидывают, на что способен экскурсовод, что интересного им расскажет, а экскурсовод думает о том, как заинтересовать этих людей, как привлечь их внимание к теме.

У каждой темы - свое вступление. Если состав группы различен (например, местное население и приезжие туристы, взрослые и дети), у одной и той же экскурсии будут разные вступления.

Расстановка группы у объекта. При разработке экскурсии, как правило, определяется несколько вариантов размещения группы для наблюдения экскурсионного объекта. Делается это на тот случай, когда место, определенное методической разработкой, занято другой группой или когда солнечные лучи светят в глаза, мешая осматривать объект.

В отдельных случаях методика требует, чтобы для осмотра объекта было выбрано несколько точек: дальняя, если объект показывается вместе с окружающей средой или другими объектами; ближняя, если анализируются отдельные детали здания, сооружения, местности, объекта природы. Эти особенности отражаются в графе «Организованные указания методической разработки». Каждый экскурсовод внимательно изучает эти указания и до выхода с группой на маршрут уточняет вопросы, связанные с расстановкой группы для наблюдения объектов. Следует также обеспечить безопасность экскурсантов при осмотре объектов и при переходе через автомагистрали.

При одновременном расположении нескольких групп у одного объекта между ними должно быть сохранено такое расстояние, чтобы один экскурсовод своим рассказом не мешал другому, чтобы одна группа не заслоняла другой объект наблюдения. Известные трудности при соблюдении этого условия вызывает размещение групп для показа музейной экспозиции.

Передвижение экскурсантов от автобуса к объекту, от объекта к автобусу, между объектами осуществляется группой. Место экскурсовода - в центре группы, несколько человек идут впереди, несколько рядом, остальные - позади. Важно, чтобы группа не растягивалась: расстояние между ее головной частью и теми, кто идет последними, не должно превышать 5-7 метров. Экскурсовод должен добиваться, чтобы при передвижении группы

на маршруте не нарушалась ее целостность. При растянутости группы не все услышат рассказ экскурсовода, его пояснения и логические переходы, которые излагаются в пути. Опытные экскурсоводы умело руководят передвижением группы на маршруте.

Темп движения во многом зависит от состава группы (дети, молодежь, средний возраст, пожилые люди). В пешеходной экскурсии темп движения экскурсантов медленный, неторопливый, так как объекты показа расположены рядом друг с другом.

Более сложно установить необходимый темп движения группы в автобусной экскурсии. Здесь, выйдя из автобуса, экскурсовод начинает движение не сразу, особенно если объект расположен в отдалении. Он дает возможность большинству экскурсантов выйти из автобуса и затем, не торопясь, но и не слишком медленно, во главе группы направляется к цели. Подойдя к объекту, он начинает свой рассказ не сразу, а после того, как соберется вся группа.

Место экскурсовода. Экскурсовод в автобусе должен занимать такое место, откуда ему хорошо видны те объекты, о которых идет речь на экскурсии, но чтобы в поле его зрения находились и все экскурсанты. В то же время экскурсанты должны его видеть. Как правило, это специально отведенное переднее сиденье рядом с водителем (кресло за водителем предназначено для другого водителя). Стоять экскурсоводу при движении автобуса (так же как и экскурсантам) не разрешается в целях безопасности.

На пешеходной экскурсии экскурсовод должен располагаться вполоборота к объекту. Проведение показа зрительно воспринимаемых объектов требует, чтобы они находились перед глазами экскурсовода, ведь он анализирует их на основе своих зрительных впечатлений. Это особенно важно в загородных экскурсиях, когда экскурсовод во время движения автобуса, сидя на своем месте спиной к экскурсантам, смотрит в переднее стекло автобуса и рассказывает о том, что уже видят или вот-вот увидят экскурсанты.

Соблюдение времени в экскурсии. В методической разработке указывается точное время, отведенное на раскрытие каждой подтемы в минутах. Здесь предусмотрено все: показ объектов, рассказ экскурсовода, передвижение по маршруту к следующему объекту и движение группы около наблюдаемых объектов.

Нередко экскурсия по причинам, не зависящим от экскурсовода, значительно сокращается по времени. У экскурсовода остается один выход - сокращать время, отведенное на раскрытие темы. Делать это следует, сохраняя все главное в содержании экскурсии и убирая второстепенное. Для этого надо заранее подготовиться к возможному сокращению материала экскурсии.

Техника проведения рассказа при движении автобуса. Рассказ во время движения в автобусе должен вестись экскурсоводом через микрофон. Если оборудование плохо функционирует или микрофон вообще отсутствует,

экскурсоводу вести рассказ во время движения бесполезно. В этом случае материалы о ближайшем участке маршрута экскурсовод дает до начала движения, а в ходе движения сообщает только названия объектов или местности. При наличии важных объектов или населенных пунктов необходимо остановить автобус, выключить двигатель и только после этого давать пояснения. Это должно быть заранее согласовано с водителем.

Ответы на вопросы экскурсантов. В экскурсионной практике сложилась определенная классификация вопросов. Они подразделяются на четыре группы:

- 1) вопросы экскурсовода, на которые отвечают экскурсанты;
- 2) вопросы, поставленные в ходе рассказа, на которые отвечает экскурсовод;
- 3) риторические вопросы, которые ставятся для активизации внимания экскурсантов;
- 4) вопросы, задаваемые участниками экскурсий по теме.

Первые три группы вопросов связаны с методикой проведения экскурсий, и лишь четвертая группа вопросов имеет отношение к технике проведения экскурсий. Содержание их различно - иногда они связаны с объектами, иногда - с жизнью известных деятелей, а нередко - с событиями, не имеющими отношения к теме экскурсии. Главное правило работы с такими вопросами: не следует прерывать рассказ и давать немедленный ответ на них, не нужно также отвечать на вопросы по завершении каждой из подтем. Это рассеивает внимание и отвлекает аудиторию от восприятия содержания раскрываемой темы, так как не всех в группе волнуют именно эти вопросы. Поэтому экскурсоводу следует отвечать на вопросы не в ходе экскурсии, а по ее окончании. Содержание ответов не должно носить дискуссионный характер, т. е. вызывать у экскурсантов желание поспорить, продолжить тему, затронутую в вопросе.

Делая вступление к теме, экскурсовод сообщает своим слушателям о таком порядке ответов на вопросы.

Паузы в экскурсии. Экскурсовод не должен говорить непрерывно. Между отдельными частями рассказа, рассказом и экскурсионной справкой в пути, логическим переходом и рассказом об объекте и событиях, с ним связанных, должны быть небольшие перерывы.

Паузы преследуют следующие задачи:

- 1) смысловая, когда время перерывов используется людьми для обдумывания того, что они услышали от экскурсовода и увидели своими глазами, а также для закрепления фактического материала в памяти, формулирования своих выводов и запоминания увиденного. Важно, чтобы экскурсанты имели у каждого объекта свободное от показа и рассказа время для самостоятельного осмотра, подготовки к восприятию того, что будет показано и рассказано на следующей остановке;

- 2) дать кратковременный отдых экскурсантам. Эта задача не несет какой-либо смысловой нагрузки. Это особенно важно для тех, кто еще не

привык к такой активной форме культурно-просветительной работы, как экскурсия.

Техника использования «портфеля экскурсовода». Содержание «портфеля экскурсовода», его значение и роль в использовании методических приемов показа имеют отношение к методике подготовки и проведения экскурсии. «Портфель экскурсовода» - это папка с фотографиями, схемами, картами, чертежами, рисунками, репродукциями, копиями документов и другими наглядными пособиями. Каждый экспонат имеет свой порядковый номер. Это определяет последовательность демонстрации данного экспоната экскурсантам.

Экспонат может быть показан экскурсоводом с его рабочего места, передан в руки экскурсантов по рядам для более подробного ознакомления.

Иногда в соответствии с методической разработкой экскурсовод организует проигрывание магнитофонных и видеозаписей. Важно заранее проверить исправность аппаратуры, наличие необходимых записей, обеспечить слышимость для всех участников экскурсии. Экскурсовод должен уметь пользоваться этой аппаратурой.

Значение вопросов, связанных с техникой проведения экскурсий, трудно переоценить. Ни увлекательный рассказ об объектах, ни методические приемы показа памятников не дадут необходимого эффекта, если не будут серьезно продуманы все аспекты ее проведения, если не будут созданы условия для наблюдения объектов.

Список рекомендуемой литературы

1. Артёмова Е.Н., Козлова В.А. Основы гостеприимства и туризма: Учебное пособие. – Орёл: ОрёлГТУ, 2005. – 104с.
2. Вахмистров В.П., Вахмистрова С.И. Правовое обеспечение туризма: Учебное пособие. – СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2005. – 288с.
3. Дехтярь Г.М. Лицензирование и сертификация в туризме. – М.: Финансы и статистика, 2006. – 256с.
4. Дурович А.П. Реклама в туризме: Учебное пособие. – Минск: Новое знание, 2008. – 254с.
5. Дурович А.П., Кабушкин Н.И., Сергеева Т.М. и др. Организация туризма: Учебное пособие. – Минск: Новое знание, 2003. – 632с.
6. Емельянов Б.В. Экскурсоведение. – М.: Советский спорт, 2007. – 216с.
7. Зорин И.В., Квартальнов В.А. Энциклопедия туризма: Справочник. – М.: Финансы и статистика, 2001. – 368с.
8. Квартальнов В.А. Туризм: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 320с.
9. Изотова М.А., Матюхина Ю.А. Инновации в социально-культурном сервисе и туризме. – М.: Научная книга, 2006. – 136с.
10. Котлер Ф., Боуэн Дж., Мейкенз Дж. Маркетинг. Гостеприимство и туризм: Учебник для вузов/Пер. с англ. под ред. Р.Б. Ноздревой. — М.: ЮНИТИ, 1998. - 787 с.
11. Методические материалы в помощь организации туристско-информационной деятельности муниципальных библиотек Белгородской области [Сост.: Бражникова С.А., Зубова Е.Н.] – Белгород: БИЦ БГУНБ, 2012. – 100с.
12. Морозов М.А., Морозова Н.С. Информационные технологии в социально-культурном сервисе и туризме. Оргтехника: Учебник. – М.: Издательский центр «Академия», 2004. – 240с.
13. Романов А.А., Саакянц Р.Г. География туризма: Учебное пособие. – М.: Советский спорт, 2002. – 464с.
14. Саак А.Э., Пшеничных Ю.А. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме: Учебное пособие. – СПб.: Питер, 2007. – 512с.
15. Скараманга В.П. Фирменный стиль в гостеприимстве: Учебное пособие. – М.: Финансы и статистика, 2005. – 192с.
16. Соколова М.В. История туризма: Учебное пособие. – М.: Мастерство, 2002. – 352с.
17. Усыскин Г. Очерки истории российского туризма. – СПб.: Герда, 2000. – 224с.
18. Янкевич В.С., Безрукова Н.Л. Маркетинг в гостиничной индустрии и туризме: российский и международный опыт / Под ред. В.С. Янкевича. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 416с.

Составитель: А.В. Арбузова
Редактор: Н.А. Мошелова

170100, МБУК “Муниципальная библиотечная система г. Твери”
г. Тверь, Тверской пр-т, д. 5
Центральная городская библиотека им. А.И. Герцена
Отдел библиотечного маркетинга
<http://www.mbstver.ru>
E-mail: mbstver@mail.ru

2014 год