




Утверждаю:  
Директор МОУ Глебовская  
СОШ  
  
И.А. Трофимова/  
\_\_\_\_\_ 2017 г.

Утверждаю:  
Директор ГПОУ ЯО  
Ярославский торгово-  
экономический колледж  
  
/Н.В.Костерина/  
\_\_\_\_\_ 2017 г.

Утверждаю:  
Директор ГОУ ДО ЯО  
ЦДЮТурЭк  
  
/А.Н. Логинова./  
\_\_\_\_\_ 2017 г.



## Дополнительная общеобразовательная общеразвивающая программа «Бренд-менеджер территории»

Программа рассчитана на 1 год обучения

Возраст обучающихся – 13-17 лет

Авторы: Логинова Александра Николаевна,  
директор ГОУ ДО ЯО ЦДЮТурЭк;  
Костерина Наталья Владимировна,  
директор ГПОУ ЯО Ярославский торгово-экономический колледж;  
Трофимова Инна Алимгазымовна,  
директор МОУ Глебовская СОШ

Ярославль, 2017

## Пояснительная записка

В соответствии с Концепцией развития дополнительного образования детей в Российской Федерации ключевыми механизмами дополнительного образования являются:

- развитие данной сферы как основной для профессионального самоопределения, ориентации и мотивации подростков к участию в инновационной деятельности в сфере высоких технологий и промышленного производства;
- интеграция ресурсов, в том числе организация сетевого взаимодействия организаций различного типа, ведомственной принадлежности в рамках кластерных систем.

Задачей региональной системы образования является формирование у обучающихся образовательных организаций Ярославской области компетенций в сфере новых перспективных профессий. Так как одним из приоритетных направлений социально-экономического развития региона является туризм, освоение детьми и подростками предпрофессиональных навыков в сфере туризма становится актуальной задачей образовательных организаций.

Ориентиром в мире перспективных профессий сегодня выступает разработанный Агентством стратегических инициатив Правительства России альманах «Атлас новых профессий». В каталог профессий, которые будут наиболее востребованы в 2020 году, входит бренд-менеджер пространства – организатор, который отвечает за наполнение виртуального пространства культурными символами, связанными с конкретной территорией, создаёт образ и легенду территории и вокруг этой легенды объединяет дизайн, информационное освещение, виды туристических сервисов и разнообразные мероприятия. Бренд-менеджера пространства отличает мультиязычность и мультикультурность. Специалист данного профиля должен обладать компетенциями в области социального проектирования, организации индустрии туризма, психологии делового общения, владеть иностранными языками, основами маркетинга и рекламы. Дополнительная общеобразовательная программа «Бренд-менеджер территории» нацелена на формирование у обучающихся предпрофессиональных навыков в сфере данной профессии.

**Цель программы** – освоение обучающимися предпрофессиональных навыков в сфере новых перспективных профессий индустрии туризма.

### **Задачи программы:**

- формировать у обучающихся представления о современном рынке труда и рынке образовательных услуг в сфере туристской индустрии,
- познакомить обучающихся с особенностями приоритетных профессий из перечня инновационного электронного ресурса «Атлас новых профессий»,
- формировать навыки проектирования, планирования, продвижения туристических продуктов,
- научить применять навыки исследовательской работы для разработки туристских продуктов, (проектов)
- создать условия для формирования у обучающихся метапредметных компетенций, таких как мультиязычность, мультикультурность, клиентоориентированность, управление проектами и др.
- формировать российскую гражданскую идентичность обучающихся средствами родной отечественной культуры и языка.

Программа «Бренд-менеджер территории» имеет туристско-краеведческую направленность.

Программа адресована обучающимся 6-11 классов (13-17 лет).

Реализовать программу возможно разными способами. 1-й вариант реализации - занятия с детским объединением в течение 1 года, занятия проводятся 1 раза в неделю по 2 часа, что составляет 72 часа в год.

Для обучения приглашаются подростки, интересующиеся экскурсионной и краеведческой деятельностью, проявляющие интерес к данной профессии. Набор ведется на принципах добровольности, при отсутствии противопоказаний по состоянию здоровья.

Возможен и другой вариант ее реализации. 2-й вариант предполагает организацию работы лагеря для групп переменного состава. В течение лагерной смены с обучающимися проводятся занятия, что позволяет школьникам познакомиться с особенностями профессии бренд-менеджера и получить навыки составления и реализации бизнес-проекта.

Данная дополнительная образовательная программа предназначена для реализации в сетевой форме, что позволяет объединить кадровые, информационные и материально-технические ресурсы организации общего, дополнительного образования в решении актуальных для региона задач. Учреждение дополнительного образования реализует модули «Социальное проектирование», «Психология делового общения», «Основы экскурсоведения». Модули «Иностранный язык», «Безопасность жизнедеятельности» осуществляет учреждение общего образования. Профессиональное образовательное учреждение реализует модули «Технология и организация туристского бизнеса», «Основы бизнес-планирования», «География туризма», «Основы маркетинга и рекламы», «Технология разработки индивидуальных туров», «Графический дизайн».

#### **Ожидаемые результаты и способы их проверки**

- сформирован образ современного рынка труда и рынка образовательных услуг в сфере туристской индустрии;
- умеют использовать инновационный электронный ресурс «Атлас новых профессий» для проектирования траектории своего профессионального образования;
- сформированы навыки проектирования, планирования, продвижения туристических продуктов;
- используют навыки исследовательской деятельности для разработки туристских проектов (продуктов);
- у обучающихся сформированы основы метапредметных компетенций, таких как мультиязычность, мультикультурность, клиентоориентированность, управление проектами;
- сформировано осознание себя как гражданина РФ, жителя Ярославской области.

Текущее отслеживание образовательных результатов систематически осуществляется посредством наблюдения, анализа выполненных практических заданий, ответов на вопросы викторин, тестов на выявления уровня знаний обучающихся.

Итогом реализации программы является разработка и защита бизнес-планов проектными группами обучающихся.

**Учебно-тематический план**  
**дополнительной общеобразовательной общеразвивающей программы**  
**«Бренд-менеджер территории»**

№	Раздел программы	Всего часов	Теория	Практика
1	Технология социального проектирования	12	6	6
2	Психология делового общения	12	4	8
3	Деловой английский	8	2	6
4	География туризма	6	4	2
5	Технология и организация туристского бизнеса	10	6	4
6	Основы безопасности жизнедеятельности	4	2	2
7	Основы бизнес-планирования	6	5	1
8	Основы маркетинга и рекламы	6	4	2
9	Графический дизайн	8	4	4
	Итого	72	37	35

**Краткое содержание программы**

**1. Технология социального проектирования**

Понятия: социальное проектирование, проект, программа, учебный и социальный проект, субъект и объект социального проектирования.

Методики социального проектирования: матрица идей, синектика, методика вживания в роль, мозгового штурма, методы аналогии, ассоциации.

Различные подходы к выделению этапов. Схема разработки социального проекта. Основные требования к проекту.

*Практические занятия:* работа по выявлению типичных ошибок социального проектирования. Разработка социального проекта.

**2. Психология делового общения**

Выявление и преодоление барьеров в общении. Деловое общение: приемы и техники эффективной коммуникации. Решение ситуационных задач.

Коммуникативные модели установления психологического контакта. Анализ индивидуальных реакций и психологического состояния человека по вербальным и невербальным признакам (жесты, поза, ориентация тела, интонации, темп и состав речи и др.). Способы формирования положительного отношения к себе. Теория комплиментов – «Правила эффективных комплиментов» и «Правила скрытых комплиментов (непрямое воздействие)». Приемы «активного слушания». Визуальные средства воздействия. Использование пауз, жестов, мимики, положения в пространстве. Подстройка и ведение собеседника. Приемы активизации внимания.

Психологическая подготовка к публичному выступлению. Особенности публичного выступления. Подготовка публичной речи: выбор темы, цель, психологические особенности состояния накануне и вовремя выступления. Основные этапы разработки публичной речи. Варианты произнесения речи: скорость и время чтения, метод А. Линкольна. Содержание речи и ее эмоциональная окраска.

Значение культуры речи. Языковая норма. Требования к правильной речи. Нормы произношения. Понятие об орфоэпии. Нормы ударения.

*Практические занятия:* тренинги, работа со словарем, справочный аппарат. Публичное выступление с сообщениями.

### **3. Деловой английский**

Деловое общение. Переговоры с клиентами. Визиты. Приглашения. Прием на работу. Деловое письмо (Структура. Оформление. Начало. Завершение). Разговор по телефону. Реклама. Будущая карьера.

*Практические занятия:* диалог этикетного характера. Оформление приглашения. Деловая игра «Прием на работу». Деловое письмо, оформление конверта. Диалог по телефону. Творческий проект по созданию рекламы фирмы. Создание веб-страницы для своей компании.

### **4. География туризма**

Рекреационный и туристский районы: понятие и основные признаки. Природные рекреационные ресурсы. Историко-культурные и социально-экономические рекреационные ресурсы. Основные туристские макрорегионы мира. География международных туристских потоков. Туристско-рекреационный потенциал. Всемирное наследие ЮНЕСКО.

Туризм в Российской Федерации. Туристское районирование территории РФ. Основные рекреационно-туристские зоны, выделяемые на территории РФ.

Характеристика туристского потенциала Ярославской области. Основные туристские ресурсы в регионе. Виды туризма. Туристская инфраструктура, степень рекреационной освоенности. Перспективы развития туризма в Ярославской области.

*Практические занятия:* разработка нового тура по Ярославской области и его презентация.

### **5. Технология и организация туристского бизнеса**

Основные понятия туристской деятельности: туризм, турист, туристская услуга, туристский продукт, туристская индустрия. История развития туризма в России и за рубежом. Понятие туристского бизнеса, его значение в экономике, культуре и социальном развитии страны. Опыт развитых туристских стран. Классификация туризма по географическому признаку, направлению туристского потока, цели поездки, способу передвижения. Характеристика основных видов. Туристские ресурсы в России. Основные туристские центры России. Факторы развития туризма. Мировое развитие туризма. Состояние туристского бизнеса в России. Основные направления развития туризма в России. Классификация современного туризма. Различные подходы. Особенности различных видов программного туризма. Специальные виды туризма. Основные направления, определяющие перспективы инновационной проектной деятельности в сфере туризма. Специфические особенности инновационных процессов в туристской индустрии. Основные рекомендации по созданию конкурентного продукта культурно-познавательного туризма.

Сущность туроператорской и турагентской деятельности. Типология туристов и их мотивация. Функции, присущие туристскому отдыху. Виды и функции туроператоров и турагентов, их взаимосвязь. Туристские ресурсы. Природные, исторические, социально-культурные объекты, включающие объекты туристского показа. Туристская территория.

Экология и туризм. Национальные парки и резервации, заповедники, охраняемые территории. Тематические парки. Экологический туризм. Туристская индустрия и инфраструктура. Туристские технологии.

Средства размещения туристов: основные понятия, виды, классификация гостиниц в России. Требования, предъявляемые к средствам размещения. Характеристика рынка гостиничных услуг в России и Ярославской области. Правила предоставления гостиничных услуг в РФ. Технологическая схема обслуживания туристов в гостинице. Службы гостиницы: службы эксплуатации номерного фонда, служба бронирования номеров, автоматизированных расчетов, службы дополнительных услуг и т.д. Функциональное назначение, организация работ. Порядок приема и размещения туристов.

Классификация предприятий питания. Требования, предъявляемые к организации питания туристов. Условия питания и методы обслуживания. Технологическая схема обеспечения питания туристов. Виды меню и условия питания туристов. Кодирование информации о питании в турпутевках. Особенности питания и обслуживания иностранных туристов.

Транспортные средства для обслуживания туристов: основные понятия, структура, назначение. Виды и характеристика воздушных транспортных средств. Регулярные и чартерные рейсы. Виды классов, тарифов и скидок. Характеристика водных, железнодорожных, автотранспортных услуг. Правила перевозок пассажиров и багажа различными видами транспортных средств.

Понятие страхования в туризме, его виды и формы. Нормативно-правовая база страхования в России. Страхование обслуживания туристов. Содержание и назначение страхового полиса. Рекомендации турфирмам при выборе страховых компаний. Назначение и содержание страхового договора. Технология работы туристских предприятий со страховыми компаниями и клиентами.

*Практические занятия:* разработка турпродукта в соответствии с заданными параметрами. Туристские дестинации и их анализ (на выбор). Решение различных сложных, экстремальных и чрезвычайных ситуаций.

## **6. Основы безопасности жизнедеятельности**

Нормативно-правовое обеспечение пожарной безопасности в ходе проведения экскурсий, следования по туристическому маршруту. Пожарная безопасность в помещении. Эвакуация. Первичные средства тушения пожара.

Общие правила безопасности во время активного отдыха на природе, походов, экскурсий. Личная гигиена и оказание ПМП в природных условиях: при травмах, тепловом и солнечном ударах, обморожении. Оказание ПМП при укусах змей и насекомых (укусы насекомых и защита от них, клещевой энцефалит).

*Практические занятия:* подготовка и проведение пеших походов.

## **7. Основы бизнес-планирования**

Понятие и сущность предпринимательства. Функции деятельности. Правовые формы предпринимательских структур. Порядок и этапы создания нового предприятия. Развитие малого бизнеса в современной России.

Что такое бизнес-планирование: определение, период планирования, оформление идеи. Миссия и бренд компании.

Основная цель составления конкретного бизнес-плана. Перечень потребностей, при которых возникает необходимость разработки бизнес-плана. Виды бизнес-планов. Секреты эффективного бизнес-планирования.

Этапы бизнес-планирования. Требования к бизнес-плану. Этапы разработки типового бизнес-плана. Источники информации. Разделы и содержание бизнес-плана. Краткое описание каждого раздела

*Практические занятия:* разработать структуру и содержание бизнес-проекта.

## **8. Основы маркетинга и рекламы**

Основные понятия и задачи маркетинга. Современные тенденции в международном туризме и их влияние на маркетинг.

Покупательское поведение в индустрии туризма и факторы, его определяющие. Методы изучения спроса потребителя. Разработка анкет для опроса потребителей.

Комплекс маркетинга. Инструменты маркетинга туристских дестинаций. Методы ФОССТИС. Реклама и PR как средство продвижения туристского продукта.

*Практические занятия:* разработка и анализ рекламных обращений для различных средств рекламы.

## **9. Графический дизайн**

Основные понятия HTML. Структура документа HTML. Определение HTML, WWW, интернета, веб-сайта. Создание HTML-документа. Программное обеспечение для просмотра HTML –документа. Структура документа (заголовки, тело, парные теги).

Основные правила создания WEB-страниц. Правила создания WEB-страниц. Атрибуты тега «body».

Основные теги HTML для создания сайта. Форматирование текста. Вставка графики, анимации, фотографий. Создание таблиц. Создание форм. Создание гиперссылок. Вставка бегущей строки. Создание фреймов. Создание списков. Размещение объектов мультимедиа. Создание баннера.

*Практические занятия:* создание структуру документа HTML. Создание сайта с помощью языка HTML.

### **Условия реализации программы**

#### **1. Материально-техническое обеспечение:**

Наличие помещения, пригодного для проведения групповых занятий, соответствующего требованиям СанПиН, канцелярских и технических средств (экран, проектор, ПК, доступ в Интернет).

#### **2. Кадровое обеспечение:**

Данная дополнительная образовательная программа предназначена для реализации в сетевой форме. Для проведения занятий приглашаются специалисты организаций общего, дополнительного и профессионального образования, владеющими необходимыми знаниями по экскурсоведению, организации туристского бизнеса, а также опытом разработки индивидуальных туров.

### **Методическое обеспечение программы**

Образовательный процесс строится на основе дифференцированного обучения и учета индивидуальных возможностей каждого обучающегося. В процессе обучения дети делятся на проектные группы и под руководством представителей системы профессионального образования (студентов старших курсов или преподавателей организаций СПО) разрабатывают учебный бизнес-проект продвижения территории в соответствии с техническим заданием на данный туристический продукт. Занятия проходят в форме лекции, беседы, консультаций,

тренинга, решения кейсов, тьюториала, деловых и ролевых игр, творческих мастерских, экскурсий.

Особенностями организации подготовки обучающихся по данной программе являются: практико-ориентированный характер обучения; преобладание активных методов обучения (дискуссионные, ролевые игры, моделирование и анализ проблемных ситуаций и др.).

В учебном процессе рекомендуется использовать следующие образовательные технологии:

- информационно-коммуникационные;
- проблемно-поисковые;
- моделирование и проектирование;
- кейс-стади;
- тьюторство;
- дебаты.

Также целесообразно применять в работе по данной программе элементы дистанционных технологий и электронного обучения.

Педагог осуществляет отслеживание результатов образовательной деятельности следующим образом:

- текущий мониторинг проводится в процессе изучения основных тем программы в форме устного опроса или выполнения творческих заданий, решения кейсов;
- промежуточный мониторинг – оценка уровня достижения запланированных результатов по итогам освоения основных разделов программы в форме деловых и ролевых игр, дискуссий, экскурсий, защиты проектов;
- итоговый мониторинг проводится по окончании обучения по ДООП в форме защиты бизнес-проектов.

Итоговым продуктом реализации программы является разработка и защита бизнес-проекта.

При оценке итогового продукта учитываются следующие критерии:

1. Новизна идеи проекта, четкость постановки задачи

*Высокий уровень:* принципиально новый проект на данном рынке.

*Средний уровень:* проект обладает определенными преимуществами по сравнению с уже представленными на рынке.

*Низкий уровень:* слабые конкурентные преимущества проекта.

2. Качество маркетинговой проработки

*Высокий уровень:* полное и качественное исследование рынка, подтверждающее рыночную целесообразность бизнес-проекта.

*Средний уровень:* маркетинговая стратегия проработана, но требует доработки.

*Низкий уровень:* маркетинговая стратегия слабо проработана.

3. Обоснованность оценки рисков, финансовой устойчивости проекта

*Высокий уровень:* риски проекта низкие.

*Средний уровень:* риски проекта средние.

*Низкий уровень:* риски проекта высокие.

4. Качество финансово-экономического обоснования

*Высокий уровень:* сделаны полные и качественные расчеты, позволяющие сделать вывод об экономической целесообразности бизнес-проекта.

*Средний уровень:* представлены расчеты, требующие доработки.

*Низкий уровень:* не указаны источники финансирования бизнес-проекта.

5. Наличие ресурсов для реализации бизнес-проекта

*Высокий уровень:* проект полностью обеспечен ресурсами, проект реализуем.



*Средний уровень:* проект недостаточно обеспечен ресурсами, реализация проекта затруднена.

*Низкий уровень:* отсутствует описание ресурсов, необходимых для реализации проекта.

### Список литературы

1. Алексеева Т. Музейные бродилки // Прямая речь. - 2013. - №11.
2. Аношкина В.Л., Резванов С.В. Новаторство и традиции - две стороны развития культуры и образования // Образование. Инновация. Будущее (Методологические и социокультурные проблемы) - Ростов н/Д, 2001. - 67-70 с.
3. Безопасность туризма: учебник / А.Г. Бобкова, С.А. Кудреватых, Е.Л. Писаревский ; под общ. ред. д-ра юрид. наук Е.Л. Писаревского. - М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. - 272 с.
4. Бурков В.Н., Новиков Д.А. Как управлять проектами. - М., СИНТЕГ – ГЕО, 1997.
5. Викторова Т.Б. Социальное проектирование – социальное действие // Дополнительное образование. - №1, 2006. - С. 51-53.
6. География туризма: учебник / В.И. Кружалин, Н.С. Мироненко, Н.В. Зигерн-Корн, Н.В. Шабалина. - М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. - 336 с.
7. Государственное и муниципальное управление в сфере туризма: учебник / коллектив авторов; под общ. ред. Е.Л. Писаревского. - М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. - 192 с.
8. Дерманова И.Б., Сидоренко Е.В. Психологический практикум. Межличностные отношения. - Санкт-Петербург: «Речь», 2003.
9. Долженко Г.П. Экскурсионное дело: Учебное пособие. Издание второе, исправленное и дополненное. - Москва: ИКЦ «МарТ», Ростов н/Д: Издательский центр «МарТ», 2006.
10. Дьякова Р.А. Основы экскурсоведения: (Учебное пособие для факультетов общественных профессий педагогических институтов) / Р. А. Дьякова, Б.В. Емельянов, П. С. Пасечный: Под редакцией Б.В. Емельянова, - М.: Просвещение, 1985.
11. Емельянов Б.В. Экскурсоведение: Учебник. - 5-е изд. - М.: Советский спорт, 2004. - 216 с.
12. Иванов В.Н. Социальные технологии в современном мире. - М., 1996.
13. Информационное обеспечение туризма: учебник / Н.С. Морозова, Н.А. Морозов, А.Д. Чудновский, М.А. Жукова, Л.А. Родигин. - М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. - 288 с.
14. История туризма: учебник / коллектив авторов; отв. ред. и сост. Ю.С. Путрик. - М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. - 256 с.
15. Истратова О.Н. Практикум по детской психокоррекции: игры, упражнения, техники / О.Н.Истратова. - Ростов н/Л: Феникс, 2007. - 349 с.
16. Колодич Е.Н. Коррекция эмоциональных нарушений у детей и подростков. - Минск, 1999.
17. Колчина М.С. Социальный проект как средство развития гражданского сознания учащихся // Дополнительное образование. - №8, 2004. - С. 3-6.
18. Маркетинг туризма: учебное пособие / И.В. Гончарова, Т.П. Розанова, М.А. Морозов, Н.С. Морозова. - М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. - 224 с.
19. Менеджмент туризма: учебник / А.Д. Чудновский, Н.В. Королев, Е.А. Гаврилова, М.А. Жукова, Н.А. Зайцева. - М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. - 576 с.
20. Михеева Е.В. Информационные технологии в профессиональной деятельности: учебное пособие для студентов СПО – М.: Издательский центр «Академия», 2015.
21. Носакова Т.В. Роль проектных технологий в процессе социализации личности (на примере социальной подготовки учащихся к семейной жизни) // Дополнительное образование. - №3, 2005. - С. 41-42.
22. Организация санаторно-курортной деятельности: учебное пособие / А.М. Ветитнев, Я.А. Войнова. - М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. - 272 с.

23. Основы туризма: учебник / коллектив авторов ; под ред. Е.Л. Писаревского. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 384 с.
24. Пидкасистый П.И., Хайдаров Ж.С. Технология игры в обучении и развитии: учебное пособие. - М.6 МПУ, Рос. пед. агентство.-1996.- с. 269.
25. Правовое обеспечение туризма: учебник / коллектив авторов ; под общ. ред. Е.Л. Писаревского. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 336 с.
26. Психология делового общения в туризме и гостеприимстве: учебное пособие / коллектив авторов; под общ. ред. Е.С. Сахарчук. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 192 с.
27. Рукавишникова Е.В., Васильева Г.А., Жиркова М.В. Социальное проектирование как средство становления гражданской позиции школьников // Дополнительное образование. - №10, 2005. – С. 26-29.
28. Сбитнева В.Б. Возможности методики социального проектирования в формировании лидерской позиции подростков // Внешкольник. - №12, 2006. – С. 17-19.
29. Синькова С.А. Мой опыт по реализации личноно - ориентированного подхода в обучении школьников: музейный квест как разновидность игровой технологии // Литература. –2013. - № 9.
30. Социальное проектирование в сфере культуры: игровые методы. М., 1988.
31. Статистика туризма : учебник / коллектив авторов ; под ред. А.Ю. Александровой. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 464 с.
32. Степанов С. Язык внешности. – М: «Эксмо-пресс», 2001.
33. Столяров Б.А., Соколова Н.Д., Алексеева Н.А. Основы экскурсионного дела. Учебное пособие для педагогов ВУЗов. – СПб., 2002.
34. Томсон П. Самоучитель общения. – Санкт-Петербург: «Питер», 2002.
35. Управление потребительскими предпочтениями в сфере отечественного туризма и гостеприимства и основные направления реализации туристского продукта: учебное пособие / А.Д. Чудновский, М.А. Жукова. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 304 с.
36. Экономика туризма: учебник / М.А. Морозов, Н.С. Морозова, Г.А. Карпова, Л.В. Хорева. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 320 с.

#### Электронные ресурсы

1. <http://www.galau.com/ru/travelagent>
2. <https://www.englishclub.com/english-for-work/tour-guide.htm>
3. <https://volgaheim.com/school-young-guide/>
4. <https://sites.google.com/site/svetarassen/my/english-for-guides>