

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«ПЕНЗЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт экономики и управления наименование	Кафедра «Маркетинг, коммерция и сфера обслуживания» наименование
Направление подготовки	43.03.02 «Туризм» код и наименование
Профиль	«Туризм» наименование

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА
на тему

«Разработка туристских информационных материалов
по Пензенской области для молодёжи»

Студент	193ЭТ31 номер группы	20.01.2023 подпись, дата	Шишлова Алена Алексеевна ФИО полностью
Руководитель	К.Э.Н., доцент звание, должность		
	ФГБОУ ВО «ПГУ» наименование организации	20.01.2023 подпись, дата	Уткина Н.В. фамилия, инициалы
Нормоконтролёр	К.Э.Н., доцент звание, должность	30.01.2023 подпись, дата	Балахонова Е.В. фамилия, инициалы

Работа допущена к защите (протокол заседания кафедры от _____ № ____)

Заведующий кафедрой «Маркетинг,
коммерция и сфера обслуживания»

Гамидуллаева Л.А.
подпись
фамилия, инициалы

Работа защищена с отметкой _____ (протокол заседания ГЭК от _____ № ____)

Секретарь ГЭК

Балахонова Е.В.
подпись
фамилия, инициалы

Пенза 2023

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

ПЕНЗЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ

Кафедра «Маркетинг, коммерция и сфера обслуживания»

«УТВЕРЖДАЮ»

Зав. кафедрой «Маркетинг, коммерция
и сфера обслуживания»

д.э.н., профессор _____ Гамидуллаева Л. А.

ЗАДАНИЕ
по бакалаврской работе студенту
Шишловой Алене Алексеевне

(ФИО)

- 1. Тема работы:** Разработка туристских информационных материалов по Пензенской области для молодёжи.
- 2. Срок сдачи студентом законченной работы:** 20 января 2023 г.
- 3. Исходные данные к работе:** нормативно-правовые документы сферы туризма; научные и учебно-методические издания по теме работы; данные Росстата; материалы Пензенского ТИЦ, Министерства культуры и туризма Пензенской области, Welcome-центра ПГУ; данные маркетингового исследования, проведенного автором.
- 4. Содержание расчетно-пояснительной записки (перечень подлежащих разработке вопросов):** организация информационно-справочного обеспечения молодёжного туризма, разработка туристских информационных материалов по Пензенской области для молодёжи и рекомендаций по организации их распространения, расчет стоимости изготовления и распространения.
- 5. Перечень графического материала (с точным указанием обязательных чертежей):** демонстрационные слайды, раздаточный материал.

Дата выдачи задания: 3 октября 2022 г.

Руководитель: _____
(подпись)

Задание принял к исполнению: 3 октября 2022 г. _____
(дата) (подпись студента)

ВЫПОЛНЕНИЕ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

Наименование разделов	Срок исполнения		Подпись
	начало	конец	
Содержание	03.10.2022	04.10.2022	
Введение	05.10.2022	07.10.2022	
Анализ практического опыта организации информационно-справочного обеспечения молодёжного туризма	08.10.2022	13.10.2022	
Анализ деятельности туристско-информационного центра Пензенской области и туристско-информационных центров при образовательных учреждениях региона	14.10.2022	19.10.2022	
Исследование спроса на различные виды туристических информационных материалов по Пензенской области среди молодёжи	20.10.2022	30.10.2022	
Разработка чек-листа по Пензе и туристского буклета по Пензенской области для молодёжи	31.10.2022	10.12.2022	
Разработка макета экскурсионного путеводителя по ПГУ для молодёжи	11.12.2022	20.12.2022	
Разработка рекомендаций по организации распространения туристских информационных материалов среди молодёжи	21.12.2022	26.12.2022	
Расчет стоимости изготовления и распространения туристских информационных материалов	27.12.2022	04.01.2023	
Заключение	05.01.2023	07.01.2023	
Глоссарий	08.01.2023	11.01.2023	
Список использованных источников	12.01.2023	15.01.2023	
Приложения	16.01.2023	18.01.2023	

Руководитель бакалаврской работы _____ Н. В. Уткина
(подпись, ФИО)

Реферат

Тема бакалаврской работы: Разработка туристских информационных материалов по Пензенской области для молодёжи.

Автор бакалаврской работы: Шишлова Алена Алексеевна, группа 193ЭТ31.

Руководитель бакалаврской работы: к.э.н., доцент кафедры «МКиСО» Уткина Наталья Владимировна.

Год защиты бакалаврской работы: 2023.

Разработка туристских информационных материалов по Пензенской области для молодёжи является актуальной и практически значимой задачей поскольку в регионе наблюдается отсутствие современных путеводителей или каких-либо других видов туристских материалов, ориентированных на молодёжную целевую аудиторию, обеспечивающих качественное информационное сопровождение туристской деятельности и способствующих формированию комфортной информационной туристской среды.

Цель работы - разработка туристских информационных материалов по Пензенской области для молодёжи.

Поставленная цель обусловила необходимость решения следующих задач:

- провести анализ практического опыта организации информационно-справочного обеспечения молодёжного туризма, изучить виды туристических информационных материалов и особенности их распространения среди молодёжи;
- выполнить анализ деятельности туристско-информационного центра Пензенской области и туристско-информационных центров при образовательных учреждениях региона;
- провести маркетинговое исследование спроса на различные виды туристических информационных материалов по Пензенской области среди молодёжи;

- осуществить разработку туристских информационных материалов по Пензенской области для молодёжи;
- выполнить разработку рекомендаций по организации распространения туристских информационных материалов среди молодёжи;
- рассчитать стоимость изготовления и распространения туристских информационных материалов по Пензенской области для молодёжи.

Объект исследования – туристские информационные материалы.

Предмет исследования – виды и технологии проектирования туристских информационных материалов для молодёжи (на рынке молодёжного туризма).

В ходе выполнения работы были проанализированы виды информационных материалов, а также их применение на практике организациями индустрии туризма и гостеприимства. Были выявлены потребности молодёжи, как субъектов туризма, в отношении туристско-информационных материалов. Автором работы предложены макеты туристско-информационных материалов для молодёжи: макет путеводителя экскурсионной программы по ПГУ, туристический буклет с набором экскурсионных программ для студентов, чек-лист по интересным местам города Пензы.

Практическая значимость результатов работы заключается в возможности внедрения предложенных туристских информационных материалов в деятельность Welcome-центра ПГУ и туристско-информационного центра Пензенской области для создания большей осведомленности у молодёжи о Пензе и Пензенской области как туристской дестинации.

Объем бакалаврской работы составляет 66 страниц формата А4. Работа содержит 5 таблиц, 32 рисунка и 6 приложений, 42 использованных источника.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	7
1 Организация информационно-справочного обеспечения молодёж- ного туризма.....	10
1.1 Анализ практического опыта организации информационно- справочного обеспечения молодёжного туризма.....	10
1.2 Анализ деятельности туристско-информационного центра Пензенской области и туристско-информационных центров при об- разовательных учреждениях региона.....	23
1.3 Исследование спроса на различные виды туристических ин- формационных материалов по Пензенской области для молодё- жи.....	35
2 Разработка туристских информационных материалов по Пензенской области для молодё- жи.....	39

2.1 Разработка туристского буклета по Пензенской области и чек-листа по Пензе для молодёжной целевой аудитории.....	39
2.2 Разработка макета экскурсионного путеводителя по ПГУ.....	47
2.3 Разработка рекомендаций по организации распространения туристских информационных материалов среди молодёжи	55
2.4 Расчет стоимости изготовления и распространения туристских информационных материалов по Пензенской области для молодёжи	57
Заключение.....	60
Глоссарий.....	63
Список использованных источников.....	66
Приложения.....	70

ВВЕДЕНИЕ

Сфера туризма и гостеприимства в Российской Федерации в последние годы получила активное развитие, в том числе благодаря поддержке государства и переориентации спроса на внутренний туризм. Многие российские регионы стали полноценными туристскими дестинациями, создавая условия для комфортного и доступного по цене отдыха, открывая новые туристские объекты, предлагая интересные туристские продукты. При этом большинство регионов в качестве своей целевой аудитории рассматривают молодёжь, так как это быстрорастущий стратегически значимый сегмент туристского рынка.

С каждым годом рост процента активной молодёжи растёт, информации становится больше, но всегда есть возможность найти еще более обновленные источники информации. Например, самые популярные путеводители составляются на несколько лет вперед, при этом не обновляя какие-либо данные.

Так как молодёжь – это особо активная часть населения, стремящаяся к большему, получается, чтобы держать их внимание необходимо больше новых предложений, которые будут для них актуальны. К примеру, информации по студенческим объединениям очень мало и проблематично что-то найти на эту тему.

Таким образом, актуальность темы выпускной квалификационной работы обусловлена следующими причинами:

- недостаточный уровень информационного обеспечения, ориентированного на молодёжь, для осуществления туристской деятельности в Пензенской области;
- важностью решения задачи привлечения молодёжи к посещению новых мест в Пензе и Пензенской области;
- продвижение Пензенской области, как туристской дестинации, на российском рынке молодёжного туризма.

Цель работы - разработка туристских информационных материалов по Пензенской области для молодёжи.

Поставленная цель обусловила необходимость решения следующих задач:

- провести анализ практического опыта организации информационно-справочного обеспечения молодёжного туризма, изучить виды туристических информационных материалов и особенности их распространения среди молодёжи;
- выполнить анализ деятельности туристско-информационного центра Пензенской области и туристско-информационных центров при образовательных учреждениях региона;
- провести маркетинговое исследование спроса на различные виды туристических информационных материалов по Пензенской области среди молодёжи;
- осуществить разработку туристских информационных материалов по Пензенской области для молодёжи;
- выполнить разработку рекомендаций по организации распространения туристских информационных материалов среди молодёжи;
- рассчитать стоимость изготовления и распространения туристских информационных материалов по Пензенской области для молодёжи.

Объект исследования – туристские информационные материалы.

Предмет исследования – виды и технологии проектирования туристских информационных материалов для молодёжи (на рынке молодёжного туризма).

В работе использовались следующие методы: анализ, синтез и обобщение данных на основе изучения материалов специализированной периодической печати, научной литературы, Интернет-источников, официальной статистики.

Информационной базой исследования стали нормативно-правовые документы сферы туризма; научные и учебно-методические издания по теме

работы; данные Росстата; материалы Пензенского ТИЦ, Министерства культуры и туризма Пензенской области, Welcome-центра ПГУ; данные маркетингового исследования, проведенного автором в рамках работы.

Практическая значимость результатов работы заключается в возможности внедрения предложенных туристских информационных материалов в деятельность Welcome-центра ПГУ и туристско-информационного центра Пензенской области для создания большей осведомленности у молодёжи о Пензе и Пензенской области как туристской дестинации.

Новизна результатов работы состоит в создании туристских информационных материалов (макет путеводителя экскурсионной программы по ПГУ, туристический буклет с набором экскурсионных программ для студентов, чек-лист по интересным местам города Пензы), ориентированных на молодёжный сегмент.

Объем бакалаврской работы составляет 66 страниц формата А4. Работа содержит 5 таблиц, 32 рисунка и 6 приложений, 42 использованных источника.

1 Организация информационно-справочного обеспечения молодёжного туризма

1.1 Анализ практического опыта организации информационно-справочного обеспечения молодёжного туризма

Туризм представляет собой одну из важнейших сфер деятельности современной экономики, ориентированную на удовлетворение разнообразных потребностей людей и рост качества жизни населения. На туристском рынке особое и значительное место на сегодняшний день отводится молодёжному туризму.

Молодежный туризм – это вид туризма, где субъектом туризма выступает молодёжь. В Российской Федерации под молодёжным туризмом принято понимать путешествия молодых людей в возрасте от 18 до 35 лет [6]. С позиции организации работы на туристском рынке в составе молодёжного туризма выделяют студенческий туризм (рисунок 1), где потребителем туристских продуктов и услуг выступает учащаяся молодёжь, т.е. студенты. В развитии студенческого туризма важную роль играют вузы. Они способствуют формированию у молодых людей стремления к самореализации и желания путешествовать с целью изучения других регионов, стран и культур. Как правило, вузы принимают непосредственное участие в организации студенческих туров, сотрудничают с туристическими компаниями и сами разрабатывают специализированные туры для студентов [22].

В настоящее время в России молодёжный туризм получил новый виток развития. Причин этому несколько.

Во-первых, это связано с общей тенденцией развития внутреннего туризма, в том числе и благодаря активной поддержке государства.

Во-вторых, молодёжь – это одна самых активных путешествующих групп населения и при этом самая перспективная, так как с возрастом их платежеспособность, как правило, возрастает.

В-третьих, молодёжь – важная социальная категория населения, которая рассматривается государством как стратегический ресурс (кадровый, интеллектуальный, производственный и пр.). Для работы с молодёжью государство использует различные средства и инструменты, в том числе сопряженные с туризмом. Это и поощрение поездками по России в рамках различных конкурсов, и проведение молодёжных форумов и фестивалей (которые по сути своей являются событийным туристским продуктом), и стимулирование туристского бизнеса к разработке конкурентоспособного туристского предложения, ориентированного на молодёжь.

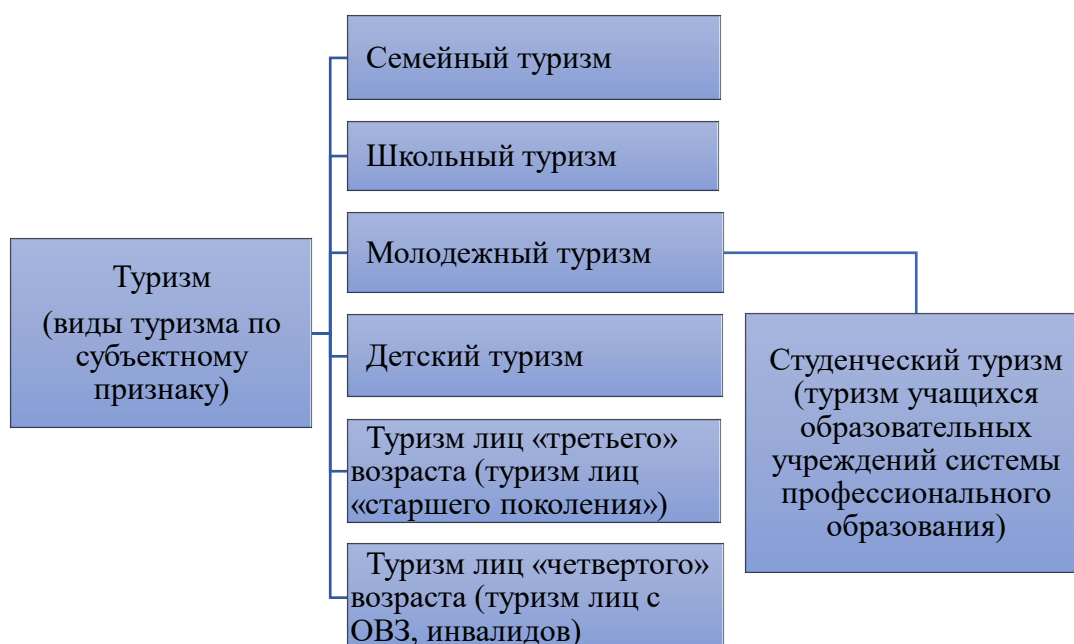


Рисунок 1 – Виды туризма по субъектному принципу

В настоящее время в Российской Федерации реализуется несколько проектов, направленных на популяризацию путешествий молодёжи по своей стране. В частности, на государственном уровне решение указанной задачи позволяют обеспечить следующие проекты:

1) «Больше, чем путешествие» – программа поощрительных поездок для активных участников, финалистов и победителей проектов и конкурсов президентской платформы «Россия – страна возможностей» и Российского общества «Знание» (рисунок 2) [22].

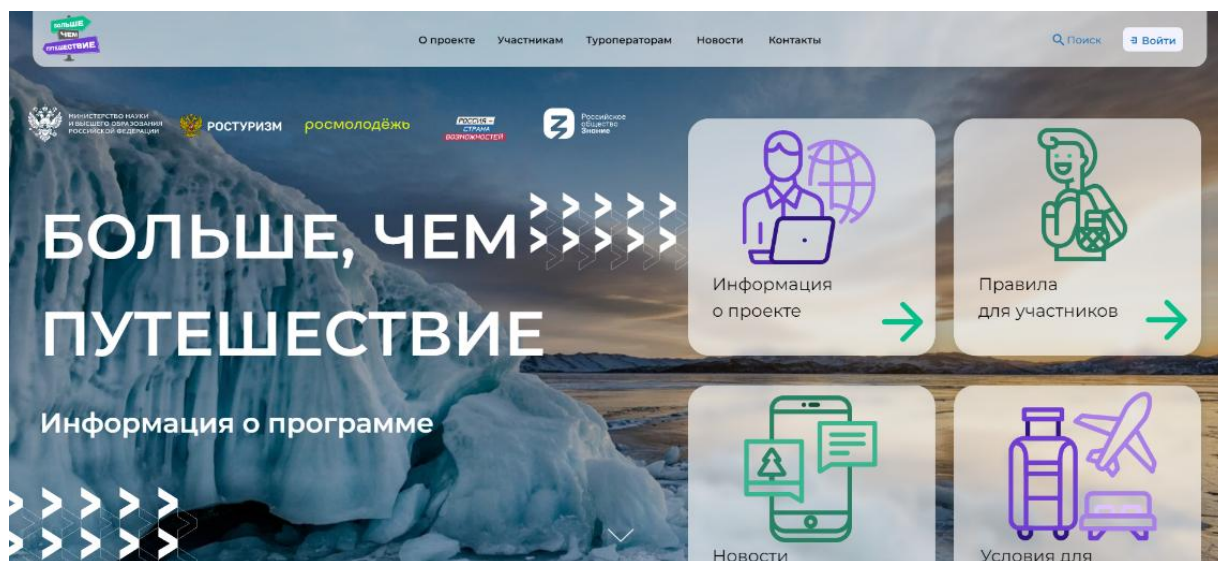


Рисунок 2 – Главная страница сайта «Больше, чем путешествие»

Программа отражает ценности современного человека и новую философию путешествий: потребность в самореализации, саморазвитии, возможности проявить себя, свой талант, сделать полезное дело для своего региона и страны, при этом активно получать опыт различных профессиональных навыков. Помимо знакомства с самыми интересными уголками и достопримечательностями нашей страны, программы туров включают встречи с выдающимися экспертами и лидерами мнений в различных сферах: от политики и бизнеса до общественной деятельности и науки [22].

В программе представлены туры по пяти тематикам:

- инновации и промышленность;
- наука и образование;
- туризм, культура и спорт;
- устойчивое развитие и экология;
- бизнес и предпринимательство.

2) Программа молодёжного и студенческого туризма (рисунок 3). Программа была запущена в 2021 году, став импульсом развития внутреннего студенческого туризма в России [26].

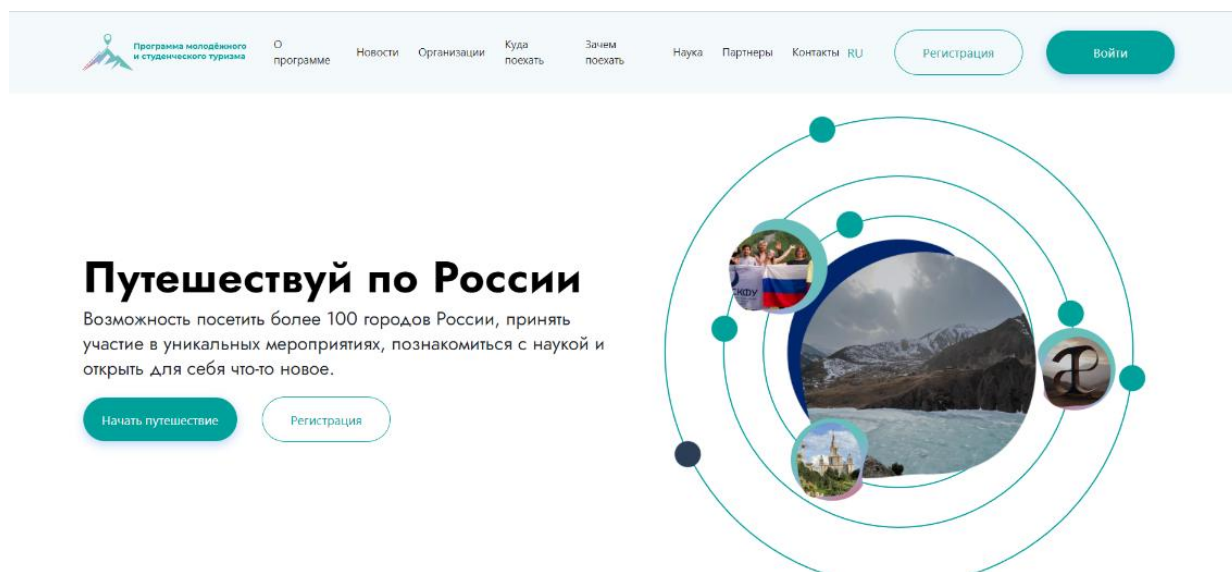


Рисунок 3 - Главная страница сайта «Студтуризм.РФ»

В 2021 году в программе принял участие 21 вуз в 19 регионах страны. Участникам было предложено более 170 уникальных культурно-познавательных туристических программ, разработанных в формате «студент-студенту» [26]. Цель программы – создание единого пространства для культурного, профессионального и личностного развития молодёжи в России. Стать участником программы, можно обучающимся университета; аспирантам или молодым учёным до 35 лет; победителям или активистам конкурсов или программ платформы «Россия – страна возможностей»; молодым специалистам до 35 лет. Путешествовать можно в составе организованных групп или самостоятельно [26].

Для молодёжи доступны следующие направления программы:

- научно-популярное – для участников, которые уже выбрали направление своего профессионального развития и осуществляют поездки с целью

стажировок на производствах, участия в научных мероприятиях, написания научных работ и т.д.;

– профориентационное – для путешествующих с целью краткосрочного погружения в интересующие специальности, смены направления обучения, специализации или образовательной организации, а также для освоения новых или дополнительных профессий, навыков и компетенций;

– культурно-познавательное – для тех, кто путешествует с целью культурного и личностного развития, а также в личных целях [26].

3) Студенческие экспедиции «Открываем Россию заново» (рисунок 4) – профессиональный конкурс, который предполагает отбор и проведение студенческих экспедиций в региональной повестке развития [27].

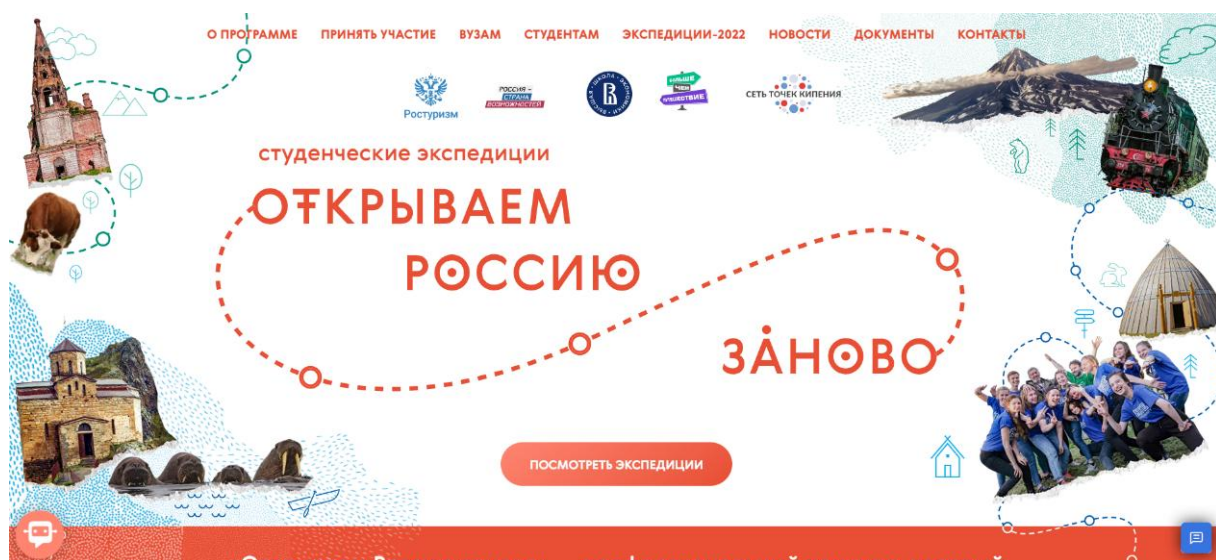


Рисунок 4 – Главная страница сайта «Открываем Россию заново»

В экспедициях студенты российских образовательных организаций высшего образования включаются в процесс профессиональной социализации, получая актуальный социальный и профессиональный опыт и меняют жизнь региона к лучшему. Для помощи в организации путешествий работают туроператоры, которые специализируются на молодёжных турах. В основном у туроператоров среди молодёжных туров представлены виды активного и

экстремального вида: альпинизм, сплавы по рекам, горно-пешеходные и вело-водные маршруты [27].

Указанные выше проекты учитывают особенности спроса молодёжи, как потребителей туристских продуктов и услуг, к которым можно отнести следующие характеристики:

- интерес к активному, познавательному и образовательному виду путешествий;

- экономичность туристических поездок, которая прослеживается во многих аспектах путешествия (питание, транспорт, проживание и другое);

- спрос молодёжи сконцентрирован на впечатления и эмоции, а не на классические модели путешествий, характерные для более возрастных поколений. Молодежь предпочитает активную деятельность с добавлением различных видов интерактива, в следствие чего именно молодые люди формируют тренды покупательского спроса в нишевых направлениях туризма. При этом спросом пользуются поездки, включающие нестандартные объекты показа. Так, например, в программе путешествий по Пермскому краю для молодёжи предлагаются такие объекты показа как [28]:

- труднодоступные места, необычные объекты: Широковская ГЭС, Молёбкинская аномальная зона, Бартымские виадуки;

- различные полуразрушенные строения: город-призрак Верхняя Губаха, где уже второй раз проходил фестиваль «Губаха Alive»;

- этно-ландшафтный фестиваль «Зов Пармы», который проходит в Чердыни;

- сплавы по рекам Усьва, Чусовая, Вишера и Сылва;

- посещение Каменного города, Усьвинских столбов, заповедника Басеги, камней Ветлана и Помяненного, Кваркуша и пещер Российской, Пашийской, Геологов-2.

Существует специфика работы с молодёжной аудиторией и в рамках организации информационного обеспечения туристкой деятельности. Так, например, при разработке информационно-справочных материалов необходимо придерживаться следующих рекомендаций [18]:

1) Делать акцент на привлечении внимания. Молодежь можно «зацепить» высказываниями, словами или провоцирующими словосочетаниями. Каждое сообщение, адресованное этой аудитории, должно быть ярким и дерзким.

2) «Говорить» на языке, понятном молодёжи; использовать меньше научных и профессиональных терминов.

3) Сообщение должно провоцировать молодых на дискуссию и обсуждение. Задача - добиться эффекта сарафанного радио, когда ваша идея распространяется самой аудиторией внутри себя.

4) Сообщение должно быть четким и понятным с первого раза, иначе оно вызовет только отторжение.

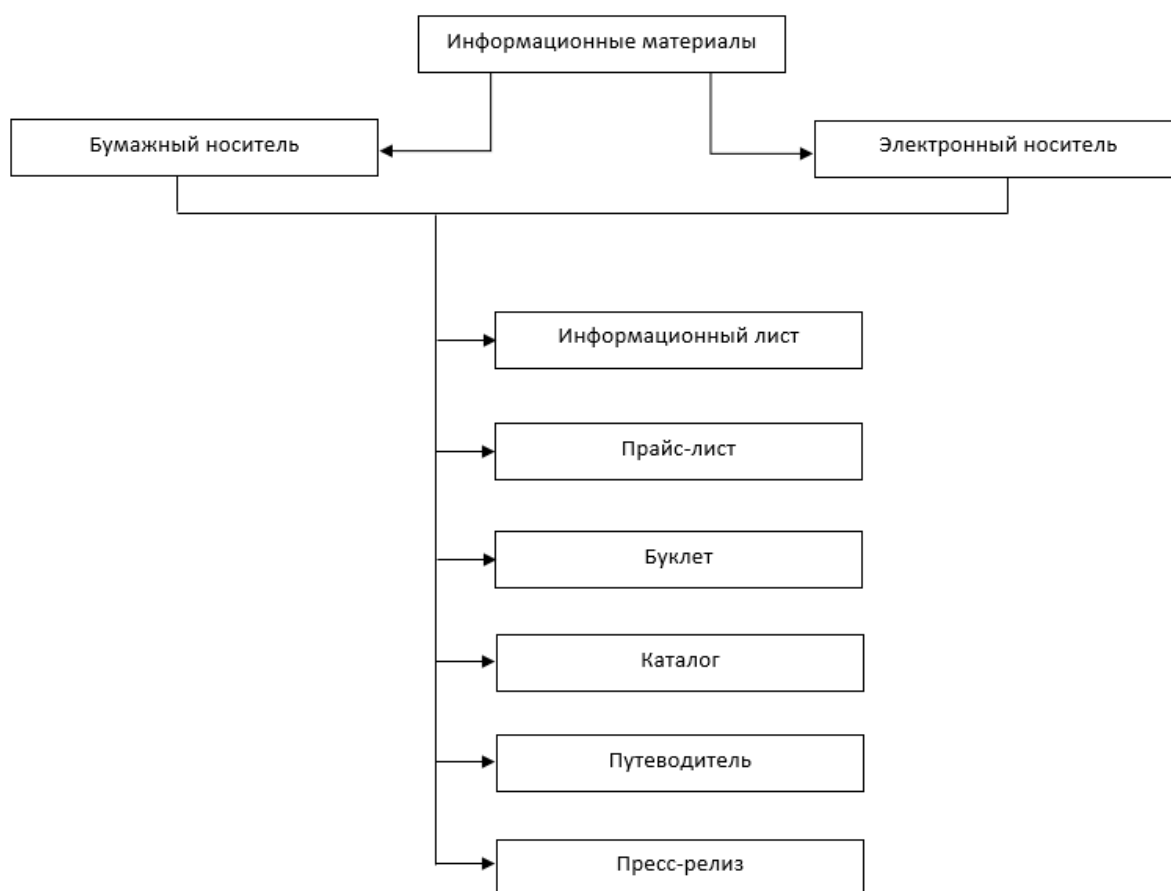
5) Взаимодействие с молодёжью, вовлечение их в работу вместе. Когда человек участвует в разработке идеи, ему – намного проще принять финальный вариант, чем в случае, когда ему будут просто навязывать готовое решение.

Используется множество вариантов информационно-справочных материалов, которые распространяются среди молодёжной аудитории на российском рынке молодёжного туризма. Туристско-информационные центры и компании туристских услуг (туроператорские фирмы, предприятия размещения, питания, развлечений и пр.) самостоятельно или объединяясь издают красочные брошюры, буклеты, каталоги, открытки и многое другое. Цель создания таких материалов – информирование молодёжной целевой аудитории туристов об имеющихся туристских ресурсах и возможностях приема и обслуживания в определенном месте, продвижение туристского потенциала территории (регион, город, туристский центр). Для повышения привлека-

тельности такой продукции используются красочные высококачественные фотографии ландшафтов, исторических памятников, отелей и других объектов туристского внимания, а также художественный ряд, поднимающий настроение или престижность мест или услуг [8]. Виды информационных материалов различаются по форме представления информации. Выделяют бумажные и электронные носители. Кроме того, по способу и целям подачи информации среди туристских информационных материалов выделяют: путеводители, информационный лист, прайс-лист, рекламный лист, буклет, каталог, пресс-релиз (рисунок 5).

Рисунок 5 – Классификация по видам информационных материалов

Ниже рассмотрим виды информационных материалов с применением



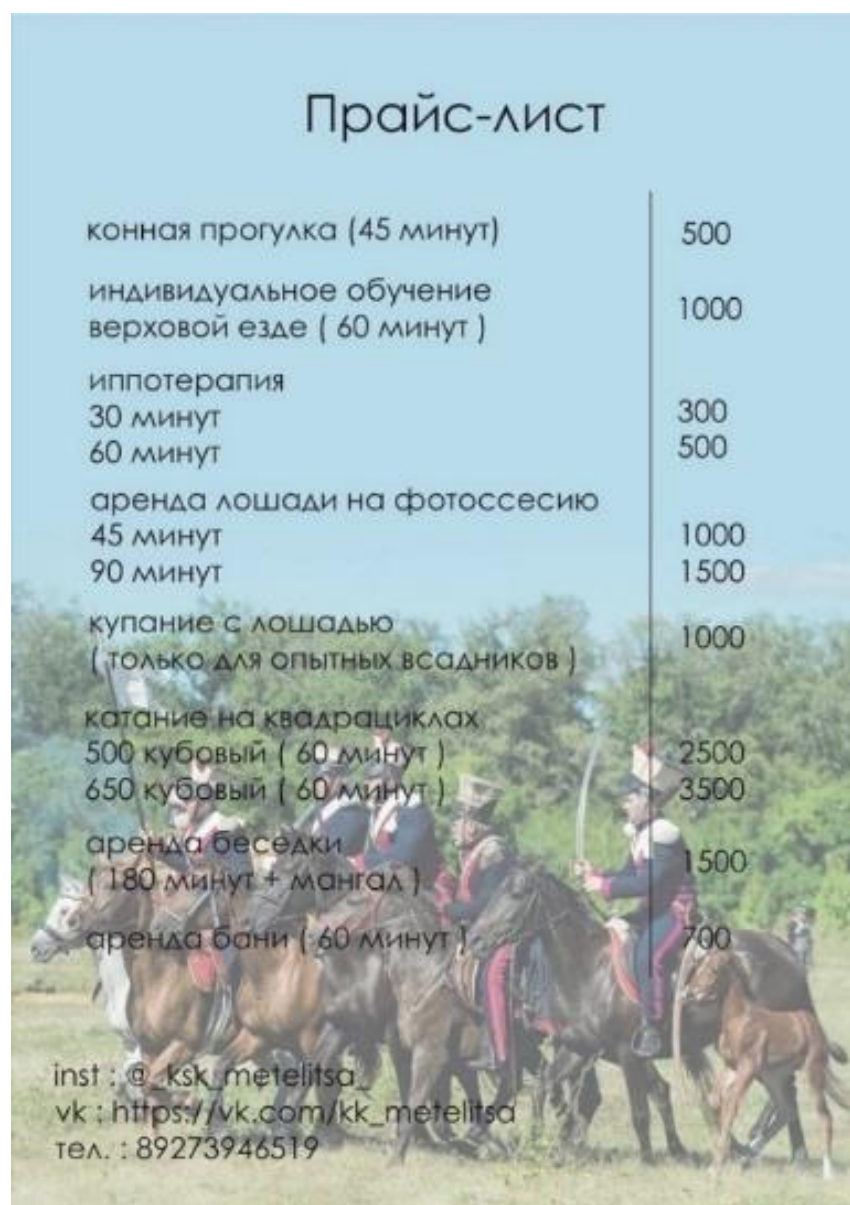
их на практике в различных формах (печатном и электронном вариантах).

1) Информационный лист – материал, содержащий перечень новых товаров и услуг, информацию об открытии новой туристической точки и т. д. Фирменные бланки обычно не используются, формат может быть различным [8]. Пример информационного листа представлен на рисунке 6.



Рисунок 6 – Пример информационного листа

2) Самостоятельным видом специализированной печатной продукции являются прайс-листы, в которых публикуются цены и расценки на туристские товары и услуги (рисунок 7) [8]



Прайс-лист

конная прогулка (45 минут)	500
индивидуальное обучение верховой езде (60 минут)	1000
иппотерапия	
30 минут	300
60 минут	500
аренда лошади на фотосессию	
45 минут	1000
90 минут	1500
купание с лошадейю (только для опытных всадников)	1000
катание на квадрациклах	
500 кубовый (60 минут)	2500
650 кубовый (60 минут)	3500
аренда беседки (180 минут + мангал)	1500
аренда бани (60 минут)	700

inst : @ ksk_metelitsa
vk : https://vk.com/kk_metelitsa
тел. : 89273946519

Рисунок 7 – Пример прайс-листа

3) Буклет содержит информационное описание фирмы или конкретного продукта, услуги (иногда нескольких, относящихся к одному виду или направлению деятельности) [8]. Требования оформления буклетов представлены в приложение 1. На рисунке 8 представлен вариант туристического буклета по местам Саратовской области.



Рисунок 8 – Пример туристского буклета

4) Каталог содержит перечень всех товаров и услуг, предлагаемых данной фирмой (или товаров одного направления). Каталоги очень удобны в работе, особенно в том случае, если фирмы предлагают большой перечень услуг по нескольким направлениям [8].

На рисунке 9 представлен один из вариантов электронного каталога. В примере показан каталог туроператора Tez Tour объемом 153 страницы с информацией о горнолыжных курортах, вариантах прибытия в страны с возможностью занятия горнолыжным спортом (Австрия, Андорра, Италия) и размещения в них.

ском маршруте [8]. Используются туристами для ориентирования в незнакомой местности.

6) Пресс-релиз – это анонс прошедшего/предстоящего события или новости (рисунок 11) [8].

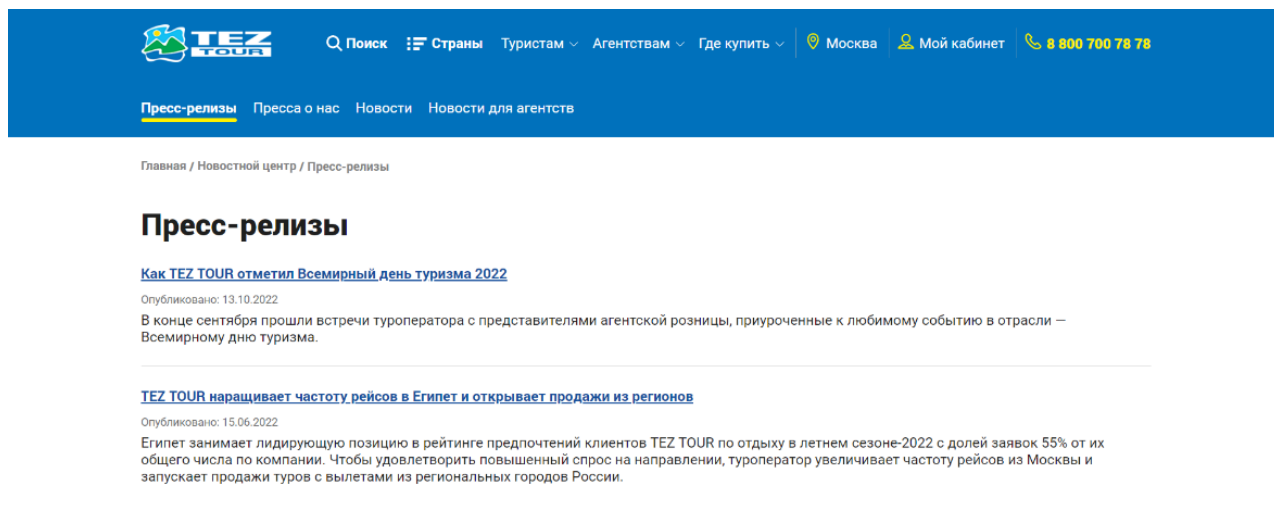


Рисунок 11 – Пример пресс-релиза в туризме

Пресс-релиз не рекламирует что-либо, а только информирует о том или ином мероприятии, событии, новости. Цель, которую преследует публикация – вызвать интерес к новости в среде журналистов и простых читателей [8].

Пользуясь всем разнообразием информационных материалов, каждое предприятие использует свои формы представления информации, методы и возможности для контактирования с целевой аудиторией. Проведенный анализ существующих туристских информационных материалов поможет понять, как работает каждый вид на практике. Благодаря этому в работе будут описаны более детальные средства распространения разработанных туристских информационных материалов.

1.2 Анализ деятельности туристско-информационного центра Пензенской области и туристско-информационных центров при образовательных учреждениях региона

Пензенская область расположена в центре Европейской части России, входит в состав Приволжского Федерального округа. Административный центр – город Пенза.

Пензенская область отличается удобным транспортно-географическим положением. На севере регион граничит с Республикой Мордовия и Рязанской областью, на востоке – с Ульяновской областью, на юге – с Саратовской областью, на западе – с Тамбовской областью (рисунок 12) [9].



Рисунок 12 – Пензенская область на географической карте

В соответствии с туристским районированием России Пензенская область входит в рекреационный район «Среднее Поволжье» зоны Центр России. В Национальном туристическом рейтинге область занимает 46 место,

постепенно улучшая свои позиции среди регионов второй группы с условным названием «Крепкие профи» (таблица 1) [23].

Таблица 1 – Показатели Пензенской области в Национальном туристическом рейтинге по годам за период 2015 – 2022 гг.

Показатели рейтинга	Годы							
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Занимаемое место	63	62	58	57	57	52	53	46
Количество баллов	30,8	39,9	47,1	46,6	47,8	56,8	55,4	61,7

Отличительной особенностью туристского потенциала Пензенской области является ее многообразное культурное наследие [21].

Отрасль туризма в Пензенской области в основном представлена субъектами малого и среднего бизнеса, государственными и муниципальными учреждениями.

В большинстве своем в Пензенскую область приезжают туристы эконом-сегмента, формирующие спрос на бюджетные туры, либо путешествующие самостоятельно. Значительный сегмент приезжающих в регион гостей составляют школьники из других регионов, приезжающие в составе организованных групп с культурно-познавательными целями, а также потенциальные абитуриенты – приезжающие самостоятельно для поступления в пензенские вузы.

Информационное обеспечение сферы туризма региона входит в сферу компетенций Министерства культуры и туризма Пензенской области, а также регионального туристско-информационного центра (далее ТИЦ) [9]. При этом министерство выполняет регулятивную функцию, а ТИЦ является исполнителем. Поэтому в работе более подробно рассмотрим особенности организации деятельности ТИЦ Пензенской области.

Туристско-информационный центр был образован в 2016 году при ГБУК «Пензенский областной Дом народного творчества». Руководитель ТИЦ – Плясунова Анна Михайловна [23]. В настоящее время в составе ТИЦ работают два сотрудника: специалисты по внутреннему туризму – Белугина Ольга Константиновна, которая является аттестованным экскурсоводом, и Ишонина Светлана Александровна (рисунок 13).



Рисунок 13 - Организационная структура ТИЦ Пензенской области при ГБУК «Дом народного творчества»

Туристско-информационный центр оказывает следующие услуги [23]:

- информационная поддержка гостей города на русском и английском языках в информационном туристическом центре, на временных информационных пунктах в рамках культурных и туристских мероприятий, а также по телефону: (8412) 56-12-38;
- предоставление услуг заказа такси и других транспортных перевозок;
- услуги размещения в Пензе — от небольших гостевых домов до комфортабельных отелей в центре города; онлайн-бронирование номеров;

- предоставление информационных материалов о городе, в том числе бесплатных путеводителей, туристских карт области и иного рекламного материала;
- различные варианты времяпрепровождения в Пензе: музеи и театры, рестораны, парки, клубы, досуг для любителей активного отдыха и развлечения для туристов с детьми;
- помощь в подборе групповых и индивидуальных экскурсий для ознакомления с достопримечательностями и историей города, а также организованные туры по Пензенской области;
- информационное обслуживание организаторов путешествий, в том числе предоставление новостей, фотографий и других материалов средствам массовой информации.

Помимо этого, одна из приоритетных задач туристско-информационного центра - реализация мероприятий по созданию и формированию имиджа России, как страны, благоприятной для туризма, созданию и развитию единого туристско-информационного пространства, объединяющего туристские ресурсы Пензенской области [25].

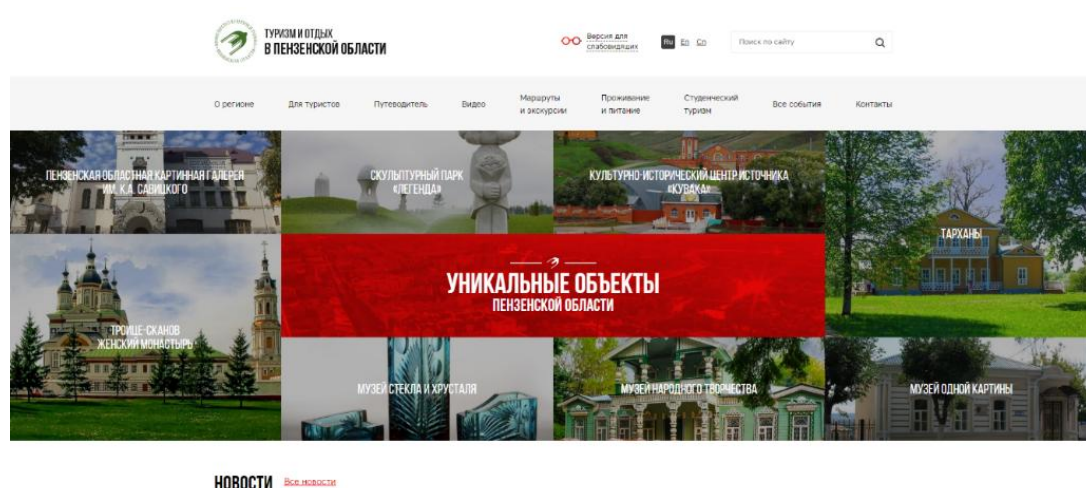
В целях активного позиционирования туристического потенциала Пензенской области на национальных туристических информационных порталах и в средствах массовой информации туристско-информационный центр сотрудничает с туроператорами, туристическими агентствами, предприятиями размещения и питания, музеями, расположенными на территории районов и городских округов. В данный момент ведется работа по сбору информации туристической направленности и заключению договоров об информационном сотрудничестве с туристическими объектами.

Организуя свою работу, ТИЦ при содействии Министерства культуры и туризма Пензенской области в каждом квартале текущего года проводит

обновление реестров туроператоров, туристических агентств, предприятий питания и размещения, санаториев, детских лагерей и баз отдыха Пензенской области. Реестры составляются по всем муниципальным районам Пензенской области. Среди всего многообразия туристических агентств, предприятий размещения, общественного питания в реестре выделено 12 туроператоров, с которыми сотрудничает ТИЦ и Министерство культуры и туризма Пензенской области. Информация о них представлена ниже в приложении 2.

Для осуществления информационной деятельности ТИЦ использует такие Интернет-ресурсы как: информационный сайт [welcome2penza](http://welcome2penza.ru), группу ВКонтакте «Туризм в Пензенской области», телеграмм-канал. Все социальные сети - в открытом доступе.

Сайт «welcome2penza» предоставляет туристам полную информацию по возможностям отдыха и путешествий на территории Пензенской области (рисунок 14). На сайте пользователи могут воспользоваться информацией на трех языках: русский, английский, китайский. Есть специальный раздел, который будет интересен особенно молодёжи, планирующей поступление и



ищушее проживание (студенческий туризм).

Рисунок 14 – Интерфейс главной страницы сайта [welcome2penza](http://welcome2penza.ru)

Группа Вконтакте «Туризм в Пензенской области» (рисунок 15) обновляется на постоянной основе, новыми фактами, конкурсами и объявлениями. На данный момент в группе 2900 подписчиков. Посты размещаются от одного до трех постов в день. Контент представлен следующими видами контента:

- информационная справка о грядущих культурных событиях (проведение выставок, ярмарок, представлений и т. д.);
- конференции и официальные мероприятия, проводимые для сотрудников сферы туризма (вручение наград, повышение квалификаций и др.);
- организация конкурсов среди подписчиков группы и вручение тематических призов.

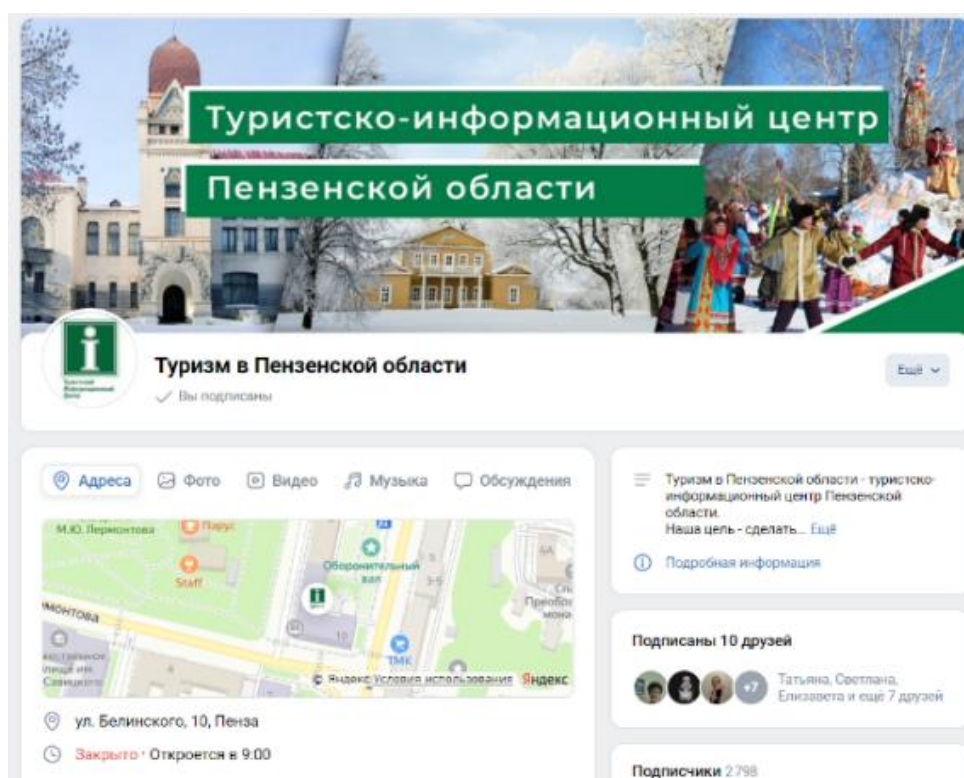


Рисунок 15 – Интерфейс группы ТИЦ Пензенской области в социальной сети «ВКонтакте»

На Телеграмм-канале дублируется все информация из группы ВКонтакте. Количество подписчиков – 346 человек.

Самым популярным и распространяемым печатным информационно-справочным материалом, который разработан при участии ТИЦ, являются туристский путеводитель по Пензе и туристский путеводитель по Пензенской области. Кроме того, создан и активно распространяется среди целевой аудитории детский путеводитель по Пензенской области. В офисе ТИЦ имеется специальный стенд с разнообразными буклетами, содержащими информацию о средствах размещения, предприятиях питания, интересных местах в Пензенской области.

Анализ деятельности ТИЦ Пензенской области показал, что на данный момент им не используются какие-либо информационно-справочные материалы, разработанные специально для молодёжи. Большинство материалов ориентированы на массового потребителя регионального туристского продукта.

Кроме ТИЦ Пензенской области в регионе работают туристско-информационные центры, созданные при ряде вузов и ссузов, общие данные о некоторых из них приведены в таблице 2.

Таблица 2 – Краткая информация о туристско-информационных центрах при вузах и ссузах города Пенза

Название	Вуз	Адрес	Год создания	Контакты (ссылка на Интернет-ресурс)
Welcome-центр ПГУ	Пензенский государственный университет	г. Пенза, ул. Чкалова 68, 9 корпус ПГУ	2019	https://vk.com/welcome_pnzgu
Волонтерский центр ПГУАС	Пензенский государственный университет архитектуры и строительства	г. Пенза, ул. Беляева, 12А	2013	https://vk.com/vol_pguas
Студенческий ТИЦ ПензГТУ	Пензенский государственный технологический университет	г. Пенза, проезд Байдукова/улица Гагарина, д. 1а/11	2021	https://vk.com/travel_penzgtu
Студенческий туристско-информационный центр -	ГАПОУ ПО «Пензенский социально-педагогический	г. Пенза, ул. Голая, 3	2021	https://vk.com/public211279959

"пТИЦа"	колледж»			
---------	----------	--	--	--

Рассмотрим особенности деятельности указанных организаций более подробно.

1) Welcome-центр ПГУ (рисунок 16) – добровольное студенческое объединение. Создано в 2019 году в Пензенском государственном университете в рамках реализации федерального проекта «Твой маршрут – Россия!», который под своей эгидой объединяет около 15-ти Welcome-центров по всей стране. Объединение осуществляет свою деятельность при поддержке АНО «Центр исследования и развития молодёжного туризма» на основании Соглашения о сотрудничестве между Пензенским государственным университетом и Центром исследования и развития молодёжного туризма [31].



Рисунок 16 – Логотип Welcome-центра ПГУ

Основные направления деятельности Welcome-центра ПГУ [31]:

- исследование и оценка туристского потенциала Пензенской области с позиции развития студенческого и молодёжного туризма;
- распространение информации о туристских возможностях Пензенской области, событийных мероприятиях, турмаршрутах региона среди студенческой молодёжи;

- разработка и организация экскурсионных программ, туристских поездок для студентов ПГУ;
- организация приема студентов из других ссузов и вузов на территории Пензенской области;
- организация и проведение мероприятий туристской тематики (на уровнях: вуз, город, регион).

Поскольку Welcome-центр ПГУ образован при участии кафедры «Маркетинг, коммерция и сфера обслуживания», которая ведет подготовку профессиональных кадров для индустрии туризма и гостеприимства, то основными резидентами (участниками) этого студенческого объединения являются студенты направления подготовки 43.03.02 Туризм.

Благодаря поддержке кафедры «Маркетинг, коммерция и сфера обслуживания», ее сотрудничеству со многими организациями индустрии туризма и гостеприимства, у Welcome-центра уже есть опыт организации и проведения welcome-туров для студентов ПГУ, а также вузов других регионов. В качестве одного из стратегических партнеров здесь выступает «Центр туристского сервиса Insertum» [38], при участии которого разрабатываются и организуются образовательные туры для студенческой молодежи по России и за рубежом, проводятся культурно-познавательные поездки по Пензенской области.

2) Волонтерский центр ПГУАС (рисунок 17) – добровольческое движение для студентов Пензенского государственного университета архитектуры и строительства, где все желающие могут получить навыки и компетенции культурного волонтера, чтобы потом применить их на практике – самостоятельно проводить экскурсии или становиться добровольцам в действующих проектах [32].



Рисунок 17 – Логотип волонтерского центра при ПГУАС

Основные направления деятельности центра [32]:

- проектная деятельность в добровольчестве – разработка и реализация проектов;
- участие в форумных кампаниях регионального и всероссийского уровней;
- работа со обучающимися школ г. Пенза и Пензенской области – разработка и проведение тренингов по пропаганде ЗОЖ,
- организация культурно-массовых мероприятий и продвижение добровольческой деятельности среди школьников;
- озеленение территорий, организация и реализация акций, разработка экологических проектов.

3) Студенческий ТИЦ ПензГТУ – добровольное студенческое объединение обучающихся Пензенского государственного технологического университета (рисунок 18).

Основные направления деятельности [33]:

- организация приема в регионе студенческих групп;
- позиционирование региона в информационном пространстве.

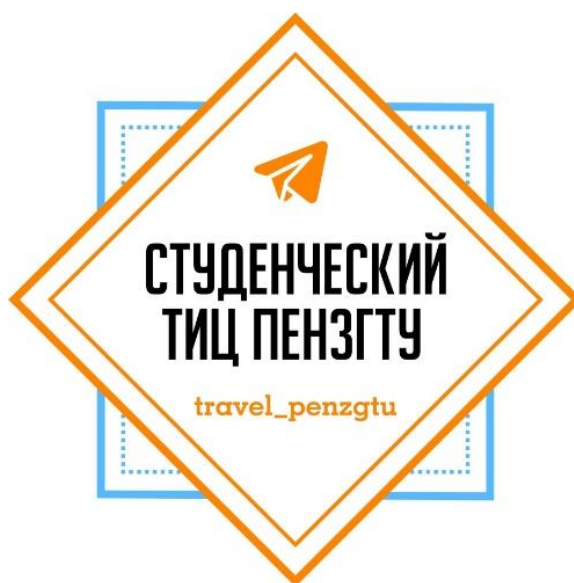


Рисунок 18 – Логотип студенческого ТИЦ ПензГТУ

4) Студенческий туристическо-информационный центр «пТИЦа» Пензенского социально-педагогического колледжа (рисунок 19) - первый ТИЦ среди учреждений среднего профессионального образования Пензенской области, открыт 15 декабря 2021 года. В числе основных задач студенческого ТИЦ – знакомство студентов колледжа с культурным наследием Пензы и Пензенской области, взаимодействие с учреждениями культуры региона, разработка новых туристических проектов [34].

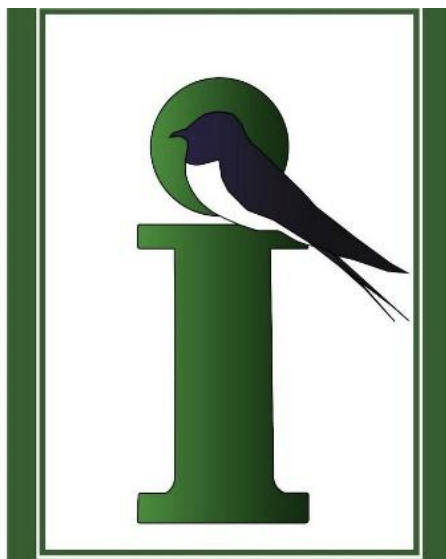


Рисунок 19 – Логотип студенческого ТИЦ «пТИЦа»

Кроме образовательных учреждений, в Пензе функционируют добровольческий центр «Волонтеры гостеприимства» (рисунок 20), который создан в лицее №14 в 2022 году. Приоритетные направления деятельности [39]:

- культурно-познавательный туризм;
- этнотуризм;
- сельский туризм;
- экологический туризм;
- спортивный туризм;
- инклюзивный туризм;
- социальный туризм



Рисунок 20 – Логотип «Волонтеров гостеприимства»

Анализ деятельности указанных выше ТИЦ при вузах и ссузах Пензенской области показал, что в их работе используются информационные материалы, ориентированные на молодёжную целевую аудиторию. Как правило, информационная работа ведется через социальные сети. В частности, через группы «ВКонтакте» и каналы в «Телеграмм». В большинстве своем в социальных сетях публикуется контент о проведения тематических мероприятий,

направленных на улучшение различных аспектов социальной жизни общества.

Анализ информационных материалов ТИЦ при вузах и ссузах показал, что информационные материалы для молодёжи представлены в ограниченном количестве и, как правило, на мало рекламируемых Интернет-ресурсах. Например, деятельность «Волонтеров гостеприимства» в Пензе практически никому не известна. Это связано не только с недавним созданием центра, но также и плохой осведомленностью студентов о деятельности различных молодёжных объединений в Пензе.

Таким образом, проведенный анализ показал, что на данный момент в Пензенской области существует ограниченное предложение туристских информационных материалов, ориентированных на молодёжную целевую аудиторию. Несмотря на наличие ТИЦ Пензенской области, а также ТИЦ при вузах и ссузах региона, ни один из них не предлагает системное решение по организации информационного обеспечения туристской деятельности в сфере молодёжного туризма. При этом указанные организации могут выступать каналами распространения информации для молодёжной целевой аудитории, что важно принимать во внимание при разработке вопросов продвижения туристских информационных материалов по Пензенской области для молодёжи.

1.3 Исследование спроса на различные виды туристических информационных материалов по Пензенской области для молодёжи

При выполнении работы было проведено исследование среди молодёжи на предмет выявления особенностей их спроса и предпочтений на туристские информационные материалы. Исследование проводилось в форме ан-

кетного опроса. В приложении 3 представлена форма анкеты с вопросами. Всего 7 закрытых вопросов с предложенными вариантами ответов. Анкета составлена при помощи сервиса Google-формы. Опрос проводился в сентябре - октябре 2022 года. В опросе участвовало 80 человек возрастной категории от 14 до 25 лет. Все - жители Пензенской области. Большая часть из опрошенных – это молодёжь в возрасте от 21 до 25 лет (38 человек). Сводная характеристика респондентов представлена в таблице 3.

Таблица 3 – Характеристика респондентов

Вопрос	Характеристика	Количество опрошенных, чел	Доля от общего количества респондентов, %
Возраст	14-16 лет	14	18
	17-20 лет	28	35
	21-25 лет	38	47
Пол	Женский	53	66
	Мужской	27	34
Социальный статус	Школьник	12	15
	Студент	43	53
	Работник госучреждений	25	32

В ходе опроса были получены следующие результаты:

1) Большинство респондентов (54 %, 42 человека) ответили, что используют туристические материалы (рисунок 21).

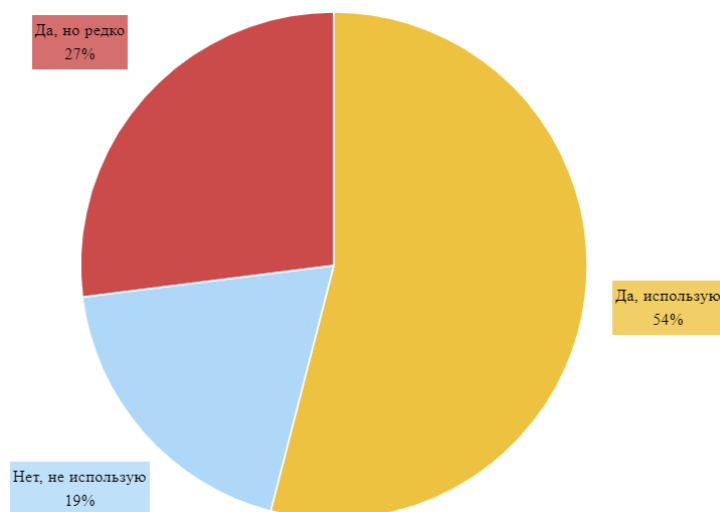


Рисунок 21 – Структура ответов на вопрос об использовании туристических информационных материалов

Однако, в настоящее время молодёжь является активным мобильным пользователем, поэтому большей популярностью пользуются электронные сервисы. Стоит учесть, что комбинирование печатного варианта с переходом в онлайн-пространство может стать выигрышным при формировании нового информационного продукта.

2) Большинство респондентов (62 %, 50 человек) указали, что им важно, чтобы в туристских информационных материалах присутствовали элементы интерактивных способов привлечения внимания (рисунок 22).

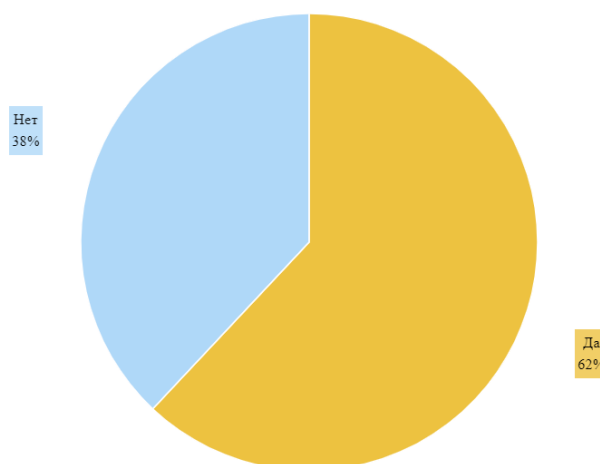


Рисунок 22 – Структура ответов на вопрос о важности интерактивных способов привлечения внимания

3) В результате опроса было выделено три наиболее популярных вида информационных материалов: буклет, путеводитель, статья. Два из которых – путеводитель (47 %, 39 человека) и буклет (35 %, 37 человека) были наиболее предпочитаемых (рисунок 23).

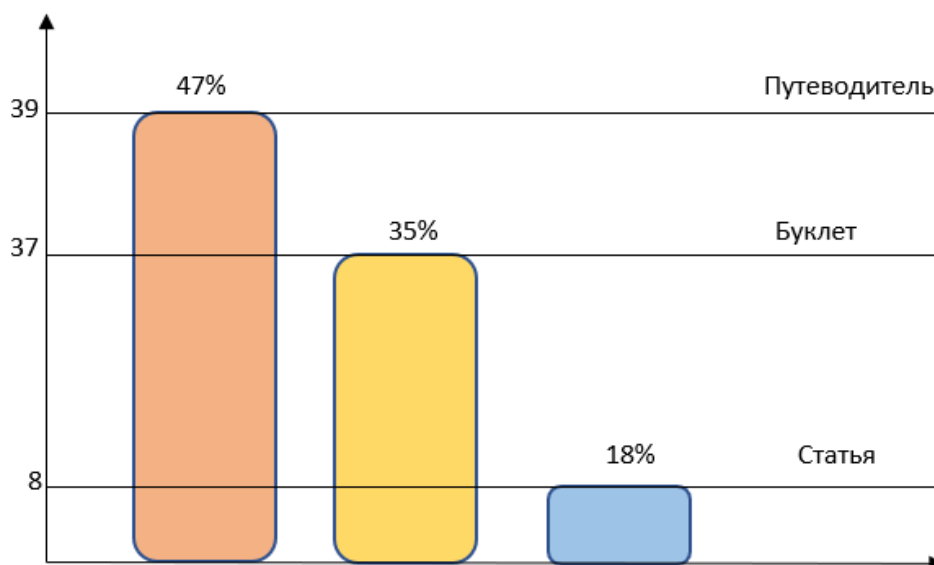


Рисунок 23 – Структура ответов на вопрос о предпочитаемом виде туристического информационного материала

Таким образом, по результатам проведенного опроса можно сделать следующие выводы:

- молодёжь склонна к использованию туристских информационных материалов;
- при разработке информационных материалов особое внимание необходимо уделить элементам интерактивных способов привлечения внимания.

Разрабатываемый информационный материал должен содержать:

- актуальную информацию об интересных точках в городе, которая будет интересна для молодёжи;
- умеренное наличие интерактивных элементов для привлечения большего внимания к информационному материалу;
- комбинирование информационной справки в печатном виде и переход в онлайн пространство, что будет представлять собой более современный и более доступный вид для молодёжи.

Таким образом, благодаря проведенному анализу деятельности ТИЦ и молодёжных объединений, а также опросу, были выявлены методы и направления создания нового туристского информационного материала для молодёжи. Что повлияет на количество предложений туристских информационных материалов, ориентированных на молодёжную целевую аудиторию в Пензенской области.

2 Разработка туристских информационных материалов по Пензенской области для молодёжи

2.1 Разработка туристского буклета по Пензенской области и чек-листа по Пензе для молодёжной целевой аудитории

В рамках деятельности студенческого объединения «Welcome-центр ПГУ» разработаны туристский буклет по Пензенской области и чек-лист по Пензе для молодёжной целевой аудитории.

При разработке туристского буклета использована информация о предлагаемых «Welcome-центром ПГУ» экскурсионных программах по Пензе и области, проводимых при участии Центра туристского сервиса «Insertum» (ИП Коротченко Елена Михайловна) для иностранных студентов ПГУ, а именно:

1) Обзорные экскурсии по историческому центру города Пенза «В Пензе вся история России» с посещением Спасского кафедрального собора, с возможностью включения в программу мастер-классов пензенских народных умельцев.

2) Экскурсионная программа «В гости к Лермонтову» с посещением Лермонтовского музея-заповедника «Тарханы», участием в театрализованных представлениях и мастер-классах старинных тарханских ремесел.

3) Экскурсионная программа «В город хрустальных башмачников» с посещением музея стекла и хрусталя, парка стеклянных скульптур города Никольск, с возможностью включения в программу интерактивной экскурсии в старинное мордовское село Карамалы для погружения в деревенскую жизнь, традиции и культуру мордвы эрзя.

4) Экскурсионная программа «Тайны Наровчата» с посещением Наровчата - одного из древнейших городов России, история которого окутана мифами и легендами и который является родиной русского писателя А. И. Kupрина.

5) Экскурсионная программа «По следам забытых усадеб» с посещением трёх совершенно разных, но невероятно живописных усадеб: усадьбы князя А. Б. Куракина «Надеждино» в селе Куракино, усадьбы князей Голицыных-Прозоровских в селе Зубрилово и имения дворян Устиновых в селе Беково.

6) Экскурсионная программа «Чембарские истории» с посещением музея-усадьбы литературного и театрального критика В. Г. Белинского и прогулкой по городу Белинский, который в 1836 году на целый месяц стал столицей Российской империи.

7) Экскурсионная программа «В гости к Юконскому ворону» с посещением историко-культурного комплекса «Михайловский редут» в селе Николаевка.

8) Экскурсионная программа «Эх, валенки!» с посещением историко-культурного центра имени Л. А. Руслановой в селе Ключи

Более полный перечень предлагаемых программ представлен в приложении 4.

Организацией экскурсионных поездок по Пензе и области занимается Центр туристского сервиса «Insertum» (ИП Коротченко Елена Михайловна), а в качестве сопровождающих гидов и помощников экскурсоводов выступают студенты «Welcome-центра ПГУ».

Туристский буклет по Пензенской области создан в цветовой гамме «Welcome-центра ПГУ» и путеводителя для иностранных студентов, разработанного Институтом международного сотрудничества ПГУ (рисунок 24). Предполагается, что туристский буклет по Пензенской области будет распространяться вместе с путеводителем для иностранных студентов, как вкладыш в него.

На внешней стороне туристского буклета по Пензенской области содержится вся основная контактная информация:

– названия объединений-организаторов (Welcome-центр ПГУ и Центр туристского сервиса «Insertum»);

– ссылка на сайт, на котором подразумевается публикация дополнительного информационного материала (новости о программах, интересные факты по теме экскурсий и т.д.), представленные ссылки перенаправляют в группы ВКонтакте: Центр туристского сервиса «Insertum» и Welcome-центр ПГУ;

– контактные номера для быстрой прямой связи;

– отличительные особенности (направленность практической части работы: ориентированность не только на русскоговорящую молодёжь, но и на иностранных студентов с трудностью понимания русской речи);

– блок информации, «призывающий» к посещению экскурсионных программ.



Рисунок 24 – Фото первой страницы путеводителя для иностранных студентов, разработанного Институтом международного сотрудничества ПГУ

На рисунке 25 представлен первый разворот туристского буклета по Пензенской области. Фотография, изображённая на туристском буклете, представляет современное здание филармонии. Она выбрана для того, чтобы изобразить развитие молодёжи, на примере усвоения как внешней, так и внутренней оболочки системы. Ведь в настоящее время молодёжь очень активна в создании и проведении различных тематических концертных представлений, социальных проектов и во многих других аспектах.



Рисунок 25 – Туристский буклет с внешней стороны

Первый разворот туристского буклета дает основную информацию по его тематике, тогда как внутренняя сторона содержит более подробную информацию – ассортимент экскурсионных предложений (рисунок 26).



Рисунок 26 – Внутренний разворот туристского буклета

На внутренней стороне туристского буклета размещена информация по двум блокам:

- 1) обзорные экскурсионные программы для иностранных студентов;
- 2) экскурсионные программы, разделенные по сезонам (времени года).

Такой туристский буклет способствует повышению уровню осведомленности у молодёжи о экскурсионных программах таких направленностей.

Цветовая палитра туристского буклета выполнена в белых и светло-синих тонах. Такой цвет был выбран благодаря тому, что это является отлич-

чительной чертой на сайтах Пензенского государственного университета, а также Welcome-центра ПГУ. Из-за этого разработанный туристский буклет наглядно сочетается с тематикой, преподносимой ранее озвученным организационным структурам.

К туристскому буклету был разработан чек-лист по Пензе (рисунок 27).



Рисунок 27 – Чек-лист по Пензе для молодёжи

В чек-листе собраны 20 видов разнообразных активностей, которыми можно заняться в Пензе в разное время года. Варианты состоят из таких категорий как:

- посетить музей одной картины им. Г. В. Мясникова;
- сделать 10 фотографий на фоне различных стрит-арт;
- посетить выставку в картинной галерее им. К. А. Савицкого;
- прокатиться на 5-ти разных аттракционах в парке им. В. Г. Белинского;
- найти уличную книжную лавочку;
- прогуляться по набережные реки Сура;
- посетить экскурсию по ПГУ;
- встретить рассвет, гуляя по ночной Пензе;
- прокатиться на велосипеде по набережной в парке «Спутник»;
- посетить сувенирную лавку;
- сходить в Пензенский Драмтеатр на представление;
- посетить мастер-класс по абашевской игрушке;
- сходить на каток в «Высшую лигу»;
- сделать селфи с «Ювелиром» на ул. Московской;
- покататься на лыжах (роликах) на Олимпийской аллее;
- посетить чайную студию «Дерево»;
- послушать кукушку в сквере у Фонтанной площади;
- выпить ароматный фирменный кофе в «Шишках-орешках»;
- приготовить пряник по-пензенски в кулинарной студии «Трюфель»;
- прогуляться по ботаническому саду им. И. И. Спрыгина.

Чек-лист предлагает посещение как природных объектов (набережная, парки, ботанический сад), так и культурно-исторических объектов (картинная галерея, музеи, театры) для отдыха в Пензе. Так же стоит отметить наличие таких объектов как стрит-арты, гончарная мастерская с мастер-классом по абашевской игрушке. Эти объекты для посещения вносят разнообразие в стандартный список рекомендуемых объектов. Анализируя полученный спи-

сок, можно сделать вывод, что он будет актуален для молодёжи, тем самым расширяя их кругозор по интересным местам в Пензе.

Чек-лист предлагается распространять как отдельно, так и вместе с туристским буклетом по Пензенской области в составе путеводителя для иностранных студентов.

2.2 Разработка макета экскурсионного путеводителя по ПГУ

Разрабатываемый экскурсионный путеводитель по ПГУ может использоваться не только как дополнительный информационный материал при проведении экскурсий по территории университета, но также как самостоятельный туристский «справочник», раскрывающий историю создания и развития Пензенского государственного университета – ведущего вуза Пензенской области.

Экскурсионный путеводитель ориентирован на русскоязычных экскурсантов, посещающих университет в рамках профориентационных, культурно-массовых, просветительских и прочих мероприятий.

Структура экскурсионного путеводителя по ПГУ будет состоять из следующих разделов:

- вступление-приветствие;
- краеведческие очерки об учебных корпусах университета;
- известные личности университета;
- список интересных фактов из жизни университета;
- инфраструктура университета (библиотеки, общежития, медицинское обслуживание, возможности для занятий спортом);
- схема одного из экскурсионных маршрутов по территории университета.

Каждый раздел содержит конкурентную информацию и помогают туристам найти именно то, что для них интересно. Рассмотрим каждый раздел подробнее.

1) Вступление-приветствие.

На развороте путеводителя предлагается разместить краткую информационную справку об истории образования в Пензе и решении создания в городе первого высшего учебного заведения. На рисунке 28 представлен макет первой страницы путеводителя.



Рисунок 28 – Первая страница экскурсионного путеводителя по ПГУ

2) Краеведческие очерки об учебных корпусах университета.

Этот блок содержит следующую информацию:

- история учебных корпусов;
- описание организационных структур, находящихся в здании;
- описание современного состояния.

Например, на рисунке 29 показан разворот с исторической характеристикой первого учебного корпуса. Хронология выполнена в стиле инфографики, что позволяет не только дать информацию об истории, но также сделать эту подачу легче и интереснее.



Рисунок 29 – Страница из экскурсионного путеводителя с информацией об истории первого учебного корпуса

3) Известные личности университета.

Данный блок содержит небольшие информационные статьи, рассказывающие о людях, которые внесли вклад в развитие университета. Например, Петр Иванович Паршин, благодаря которому в Пензе был открыт Пензенский индустриальный институт. Этот раздел дает наглядную историю в лицах.

4) Список интересных фактов из жизни университета.

Список интересных фактов из жизни университета освещает не только исторически сложившиеся моменты (Один из домов - на углу современных улиц Чкалова и Красная, сохранившейся усадьбы Марии Киселевой, является частью территории ПГУ и носит статус памятника регионального значения), но также список интересных для посещения мест на территории университета.

5) Инфраструктура университета

В этом блоке дается информация об объектах инфраструктуры: библиотеки, общежития, медицинское обслуживание, возможности для занятий спортом. В данном разделе освещается информация о вспомогательных отделах, которые находятся в открытом пользовании у студентов Пензенского государственного университета.

6) Схема одного из экскурсионных маршрутов по университету.

Этот информационный раздел содержит карту-схему маршрута, по которому проходит одна из экскурсий по территории ПГУ и ее краткую характеристику.

Открывая данный раздел, читателя «встречает» информационный лист (рисунок 30), который также будет использоваться как раздаточный материал для продвижения предложения Welcome-центра ПГУ. Сканируя QR-код на

информационном листе, можно перейти на сайт университета и ознакомиться с welcome-турами и экскурсионными программами Welcome-центра ПГУ или связаться с организаторами поездок.

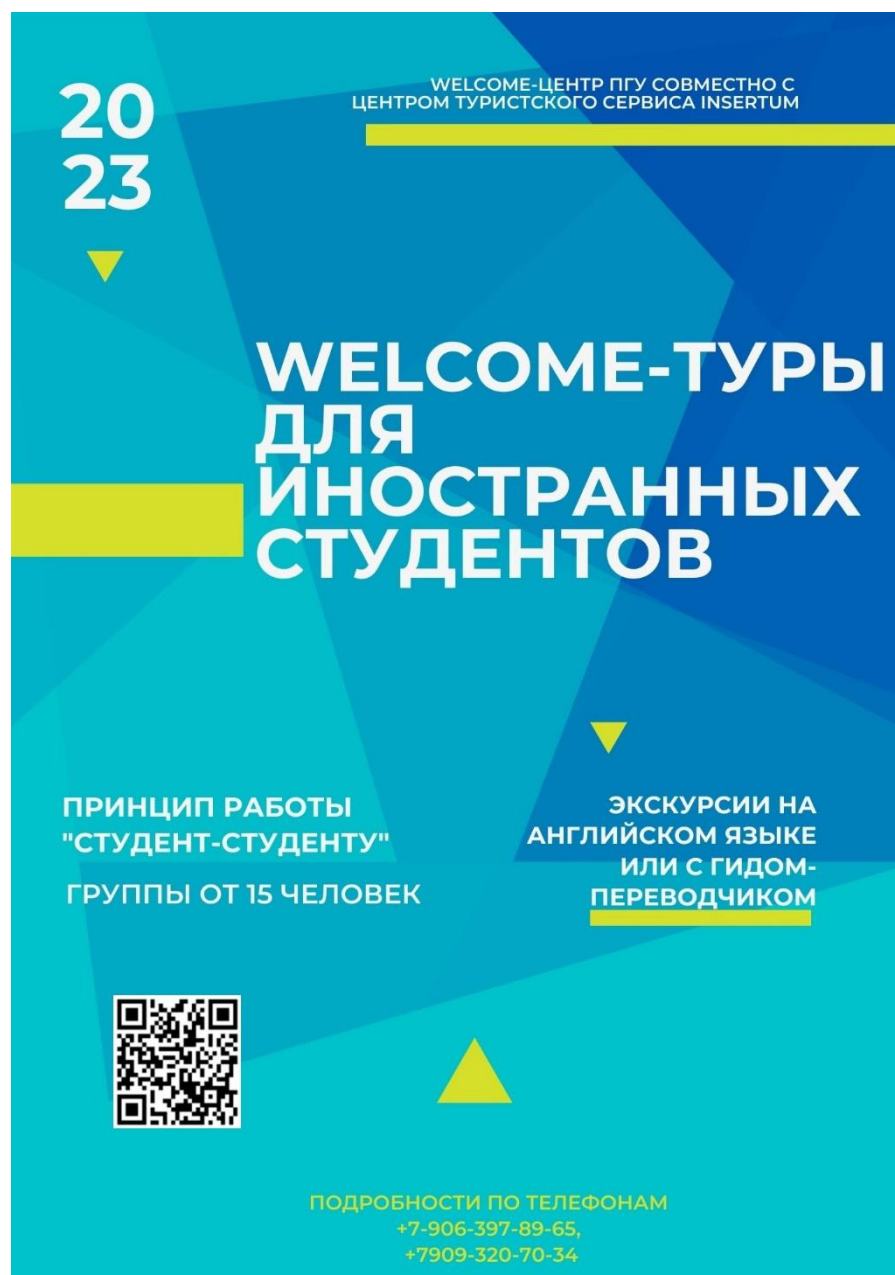


Рисунок 30 – Информационный лист экскурсионной программы

В рамках работы была предпринята попытка разработки экскурсии по территории университета, которая может быть предложена в экскурсионном путеводителе ПГУ. Экскурсия рассчитана на группу 8-15 человек. Целевой аудиторией экскурсии являются старшеклассники, студенты ссузов и вузов,

приезжающих в университет в рамках программ академической мобильности, стажировок, профориентационных и прочих мероприятий, проводимых в университете.

Цель экскурсии – способствовать восприятию Пензенского государственного университета как центра образовательной, научной и культурной жизни региона.

Задачи экскурсии:

- а) знакомство с историей создания и развития университета через призму истории Пензенской области и России в целом;
- б) знакомство с выдающимися учеными и выпускниками университета;
- в) «погружение» в студенческую среду университета.

Вид экскурсии:

- по содержанию – тематическая;
- по месту проведения – городская;
- по способу передвижения – пешеходная;
- по количеству участников – групповая.

Маршрут экскурсии: проходная у первого корпуса - первый учебный корпус - восьмой учебный корпус – арт-композиция «45-й меридиан» – третий учебный корпус.

На рисунке 31 изображена карта-схема маршрута экскурсии по ПГУ.



Рисунок 31 – Карта-схема маршрута экскурсии по ПГУ

Общие методические указания по проведению экскурсии:

- 1) Современный материал давать в неразрывной связи с историей.
- 2) Необходимым условием для глубокого раскрытия темы является взаимосвязь местного материала с общероссийским.
- 3) «Портфель экскурсовода позволит сделать рассказ и показ более полным и убедительным.
- 4) Желательным является использование цифрового материала.
- 5) В качестве дополнительного информационного материала в завершении экскурсии необходимо раздать экскурсантам путеводитель по ПГУ, содержащий информацию о маршруте.

Технологическая карта экскурсионного маршрута представлена в таблице 4.

Таблица 4 – Технологическая карта экскурсионного маршрута по ПГУ

Маршрут экскурсии	Остановки	Объекты показа	Подтемы и основные вопросы	Организационные указатели
Ул. Красная 40	Главный вход в университете	Информационный стенд	1.Правила поведения во время экскурсии.	Группа экскурсантов встречается у входа. Обговариваются

	первого корпуса		2.Общий рассказ о ПГУ, информация о количестве корпусов их предназначении.	правила поведения во время экскурсионного маршрута. Рассказывается краткая характеристика маршрута.
Ул. Красная 40	1-й корпус	Здание 1-ого корпуса ПГУ Доска почета	1. Историческая справка об усадьбе на месте 1-ого корпуса, дальнейшее использование комплекса. 2. Краткая справка о духовном семинарии. 3. Становление деятельности 1 корпуса до настоящего времени. 4. Выдающиеся личности.	Далее группа подходит к 1-ому корпусу и становится лицом к зданию.

Продолжение таблицы 4

Маршрут экскурсии	Остановки	Объекты показа	Подтемы и основные вопросы	Организационные указатели
Ул. Красная 40	8-й корпус	Здание 8-го корпуса	1. История создания корпуса 2. Характеристика структур корпуса	Группа переходит к 8-ому корпусу и становится лицом к зданию.
Ул. Красная 40	45-й меридиан	Арт-объект «45-й меридиан». Аллея Дружбы	1. Факты о числе стран, из которых приезжают студенты. 2. Характеристика Всемирного дня культурного разнообразия во имя диалога и развития (21 мая), учрежденного ООН. 3. Рассказ о студенте-организаторе установки памятника Д. Колыганове.	Переходя на следующую остановку, группа выстраивается полукругом перед памятником.
Ул. Красная 40	3-й корпус	Здание 3-го корпуса	1. Историческое значение здания в период военного времени. 2. Процесс образования 3-его корпуса до настоящего вида.	Группа располагается лицом к зданию 3-его корпуса. В конце экскурсионного рассказа экскурсантам предлагается посетить музей ПГУ или одну из его современных ИТ-

				лабораторий.
--	--	--	--	--------------

Для проведения экскурсии по территории ПГУ был разработан комплект технологической документации, который помимо технологической карты экскурсии (таблица 4), включает контрольный текст экскурсии, материалы «портфеля экскурсовода», карточки объектов показа. Указанные материалы представлены в приложении 6.

Разработанная экскурсия разработана по заказу Welcome-центра ПГУ и была частично апробирована при организации приёма студентов направления «Маркетинг» Полесского государственного университета (г. Пинск, Республика Беларусь) в Пензенском государственном университете в ноябре 2022 года [31].

2.3 Разработка рекомендаций по организации распространения туристских информационных материалов среди молодёжи

Распространение предложенных в работе туристских информационных материалов будет осуществляться в нескольких форматах: офлайн и онлайн. При этом применение онлайн-каналов продвижения (распространения) позволит привлечь большее количество потенциальных потребителей, то есть молодёжную аудиторию.

Размещение информации о предлагаемых экскурсионных программах, а также об интересных местах Пензенской области, городе Пенза и ПГУ будет осуществляться следующими способами:

1) Размещение новостных постов в официальных группах Пензенского государственного университета, группе Welcome-центра ПГУ, а также в группе «Туризм в Пензенской области» (ТИЦ Пензенской области). Так как

ТИЦ уже долгое время сотрудничает с учебными заведениями, продвижение по данному каналу является актуальным.

Новостные посты в группах ТИЦ и Welcome-центра будут представлены не как реклама, а в качестве информационного поста. Например, как показано на рисунке 32.

В конце тематических постов будет ссылка на экскурсионный маршрут по ПГУ, в котором можно узнать еще больше интересных фактов.

Темы новостей могут варьироваться от исторических фактов, до интересных мест в настоящее время.



Рисунок 32 – Информационный пост в группе Welcome-центра ПГУ

Периодичность с которой будут выходить посты – раз в две недели. Такой срок выбран для того, чтобы экскурсионная программа не потеряла интерес из-за частой осведомленности.

2) Размещение туристского буклета и информационного листа об экскурсионных программах Welcome-центра в местах скопления молодёжи (информационные стенды в колледжах, в кафе около университета), а также на информационных стойках в ПГУ и ТИЦ пензенской области.

3) Предоставление туристических путеводителей во время самой экскурсионной программы (в ее завершении, в качестве приятного сюрприза).

4) Разработанные туристские материалы могут также использоваться при презентации ТИЦ города Пензы как объекта туристской дестинации на тематических мероприятиях. Например, распространение будет проходить в процесс показа экскурсионных предложений.

Таким образом, туристские материалы будут иметь базу при начальном продвижению.

2.4 Расчет стоимости изготовления и распространения туристских информационных материалов по Пензенской области для молодёжи

Для изготовления в печатном виде разрабатываемых информационных материалов (туристского буклета, чек-листа, экскурсионного путеводителя по ПГУ и информационной листовки с экскурсионным предложением Welcome-центра ПГУ) необходимо учесть все затраты, связанные с их разработкой и изданием.

Для печати разработанных туристских информационных материалов будет использоваться типография «Gold card», расположенная по адресу: г. Пенза, ул. Гоголя, 58. Выбор был поставлен на данное место за счет большого вида профессионально выполненного материала. В перечне производимой продукции «Gold card» можно увидеть следующие позиции:

– афиши, плакаты;

- брошюры, журналы, книги;
- буклеты, каталоги;
- визитки и пластиковые карты;
- дипломы, грамоты;
- календари;
- конверты;
- листовки;
- наклейки, этикетки;
- открытки, приглашения;
- папки;
- блокноты;
- самокопирующиеся документы;
- флаги, настольные флажки.

Типография действует на рынке уже на протяжении нескольких лет, начиная с 2020 года.

Печать каждого выпуска путеводителя предлагается тиражом в 200 экземпляров на матовой бумаге форматом А5 148 мм на 210 мм. Объему путеводителя составит 20 листов.

Тираж туристского буклета – 250 шт.

Тираж чек-листа – 250 листов.

В таблице 5 представлена характеристика печати разработанных туристских информационных материалов по Пензенской области для молодёжи.

Таблица 5 – Характеристика разных вариантов печати путеводителя

Вид туристского информационного материала	Размер	Параметры печати	Кол-во страниц	Тираж, шт	Цена, руб.
Экскурсионный путеводитель по ПГУ	А5 (148 мм на 210 мм)	Мелованная бумага, 2-сторонняя цифровая печать	20	200	48 745
Информационный листок с экскурсионным предло-	А6 (105 мм на 148 мм)	Меловая бумага, печать с одной сто-	1	200	1 669

жением Welcome-центра ПГУ		роны			
Буклет с экскурсионными программами Welcome-центра совместно с INSERTUM	A4 (99 мм на 210 мм)	Мелованная бумага, 2-сторонняя цифровая печать	1	250	4 568
Чек-лист по Пензе	A5 (148 мм на 210 мм)	картон, печать с одной стороны	1	250	9 460

Общие затраты на печать туристских информационных материалы (путеводителя, информационного листа, буклета экскурсионных предложений, чек-листа) в количестве 200 экземпляров составят 64 442 руб.

Следует отметить, что приведенный расчет является примерным, поскольку в расценках не учитывается заработная плата сотрудникам, составляющим туристские информационные материалы и перед печатью сумма может измениться за счет редактирования текста с изображениями.

После пробного варианта издания ожидается:

- повышение уровня осведомленности студентов вузов о реализуемых программах на территории ПГУ;
- повышение привлекательности города Пензы и территории ПГУ для новых молодых туристов;
- совершенствование туристского путеводителя по ПГУ и раздаточного материала;
- увеличение тиража изготовления туристских информационных материалов.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В результате выполнения выпускной квалификационной работы были предложены практические рекомендации по разработке туристских информационных материалов для молодёжи по Пензенской области.

Для достижения поставленной цели были решены следующие задачи:

- проведен анализ практического опыта организации информационно-справочного обеспечения молодёжного туризма, изучены виды туристических информационных материалов и особенности их распространения среди молодёжи;
- выполнен анализ деятельности туристско-информационного центра Пензенской области и туристско-информационных центров при образовательных учреждениях региона;
- проведено маркетинговое исследование спроса на различные виды туристических информационных материалов по Пензенской области среди молодёжи;
- осуществлена разработка туристских информационных материалов по Пензенской области для молодёжи;
- выполнена разработка рекомендаций по организации распространения туристских информационных материалов среди молодёжи;
- рассчитана стоимость изготовления и распространения туристских информационных материалов по Пензенской области для молодёжи.

В результате выполнения работы было доказано, что на рынке туризма к настоящему моменту Пензенская область сочетает в себе множество различных туристических направлений. Однако многие остаются не освещенными для большего круга лиц. В этом помогают предоставляемые туристские информационные материалы, организации собирающие, комплектующие и

презентующие всю новую информацию для туристов всех возрастных категорий.

В целом были выделены следующие тенденции развития молодёжного туризма в мире, России и Пензенской области.

1) использование новых разнообразных информационных средств для предоставления информации в большей части в стандартном печатном виде;

2) российский туристический рынок развивается в сфере молодёжного туризма и предлагает варианты для путешествия туристов;

3) туристско-информационный центр ведет активную туристическую деятельность и предоставляет информацию о презентации новых проектов и идей;

4) многие вузы города Пенза активно поддерживают развитие туризма, создаются студенческие объединения ТИЦ, набирает обороты туристская осведомленность среди студентов из разных факультетов и специальностей;

5) молодёжь активно идет на помощь в опросах по улучшению состояния какой-либо проблемы;

6) туристские информационные материалы среди молодёжи являются востребованным средством получения основной информации;

7) разработка туристских информационных материалов для студентов является новизной в плане составления комплекса взаимодополняющих элементов;

8) повышению туристической посещаемости среди молодёжи является сочетание стандартных предложений с добавлением новых точек в маршруте;

9) востребованность путеводителей по учебным заведениям способствует повышению уровня осведомленности студентов о истории комплекса;

10) повышение туристической популярности одного или нескольких новых объектов может послужить увеличению основного туристического потока;

11) популярным направлением для продвижения разработанного продукта является рекламирование через социальные сети;

12) использование как электронных, так и текстовых носителей рекламной информации увеличивает шансы на распространение материала.

В рамках выпускной квалификационной работы было проведено исследование деятельности туристско-информационного центра Пензенской области и ТИЦ при вузах и ссузах региона в направлении развития молодёжного туризма. Исследование показало, что указанные структуры занимаются информированием молодёжи о туристских ресурсах и туристских возможностях путешествий по Пензе и области в основном через социальные сети, однако в своей работе не используют печатных туристских информационных материалов, разработанных с учётом интересов молодёжи.

В ходе выполнения работы были предложены макеты туристско-информационных материалов для молодёжи: макет путеводителя экскурсионной программы по ПГУ, туристический буклет с набором экскурсионных программ по Пензенской области для студенческой молодежи, чек-лист по интересным местам города Пензы. Предложены способы их распространения и рассчитана стоимость изготовления.

Практическая значимость результатов работы заключается в возможности внедрения предложенных туристских информационных материалов в деятельность Welcome-центра ПГУ и туристско-информационного центра Пензенской области для создания большей осведомленности у молодёжи о Пензе и Пензенской области как туристской дестинации.

ГЛОССАРИЙ

Буклет – рекламное издание, представляющее из себя, как правило, лист А4 или меньшего формата, сфальцованный (сложенный) на 2 или более частей.

Гид-переводчик – профессионально подготовленное лицо, свободно владеющее иностранным языком, знание которого необходимо для перевода и осуществления деятельности по ознакомлению экскурсантов (туристов) с объектами показа в стране (месте) временного пребывания.

Добровольцы (волонтеры) – физические лица, осуществляющие добровольческую деятельность в форме безвозмездного выполнения работ, оказания услуг (добровольческой деятельности).

Индустрия туризма – совокупность гостиниц и иных средств размещения, средств транспорта, объектов санаторно-курортного лечения и отдыха, объектов общественного питания, объектов и средств развлечения, объектов познавательного, делового, лечебно-оздоровительного, физкультурно-спортивного и иного назначения, организаций, осуществляющих туроператорскую и турагентскую деятельность, операторов туристских информационных систем, организаций, а также индивидуальных предпринимателей и физических лиц, применяющих специальный налоговый режим "Налог на профессиональный доход" и предоставляющих услуги экскурсоводов (гидов), гидов-переводчиков и инструкторов-проводников.

Молодежный туризм – туризм лиц в возрасте от 18 до 35 лет.

Продвижение туристского продукта – комплекс мер, направленных на реализацию туристского продукта (реклама, участие в специализированных выставках, ярмарках, организация туристских информационных центров, издание каталогов, буклетов и другое).

Программа обслуживания туристов (экскурсантов) – это набор услуг, предоставляемых туристам в соответствии с их потребностями и темати-

кой тура, заранее оплаченный и распределенный по времени проведения тура.

Путеводитель – справочник, содержащий сведения о каком-либо географическом пункте или культурно-просветительском учреждении (мероприятии), расположенные в порядке, удобном для следования или осмотра.

Реестр туризма – интегрированная база знаний, основанная на средствах и методах высоких информационных технологий, содержащая информацию о туристских ресурсах дестинации (региона, страны), природном и культурном наследии, банк данных о хозяйствующих субъектах туристской индустрии, статистические и аналитические данные мониторинга туристских ресурсов, индустрии туризма и туристской деятельности в дестинации (регионе, стране), управляемая уполномоченным органом по туризму.

Студенческий туризм – вид туризма, совершаемый учащими высших и средних специальных учебных заведений в возрасте 18-25 лет с познавательными, образовательными, рекреационными, развлекательными и иными целями.

Туризм – временные выезды (путешествия) граждан Российской Федерации, иностранных граждан и лиц без гражданства (далее - лица) с постоянного места жительства в лечебно-оздоровительных, рекреационных, познавательных, физкультурно-спортивных, профессионально-деловых, религиозных и иных целях без занятия деятельностью, связанной с получением дохода от источников в стране (месте) временного пребывания.

Турист – лицо, посещающее страну (место) временного пребывания в лечебно-оздоровительных, рекреационных, познавательных, физкультурно-спортивных, профессионально-деловых, религиозных и иных целях без занятия деятельностью, связанной с получением дохода от источников в стране (месте) временного пребывания, на период от 24 часов до 6 месяцев подряд или осуществляющее не менее одной ночевки в стране (месте) временного пребывания.

Туристская деятельность – туроператорская и турагентская деятельность, а также иная деятельность по организации путешествий.

Туристский информационный центр (ТИЦ) – организация, осуществляющая деятельность по информированию физических и юридических лиц о туристских ресурсах и об объектах туристской индустрии, а также продвижению туристских продуктов на внутреннем и мировом туристских рынках.

Туристский маршрут (трасса туристского похода) – маршрут следования туристов (экскурсантов), разработанный в соответствии с требованиями безопасности и включающий посещение различных исторических мест, культурных объектов, природных ландшафтов и т.п. в культурно-познавательных, оздоровительных, спортивных и других целях.

Туроператорская деятельность – деятельность по формированию, продвижению и реализации туристского продукта, осуществляемая юридическим лицом.

Чек-лист – это перечень, состоящий из пунктов, которые нужно выполнить либо проверить.

Экскурсант – лицо, посещающее страну (место) временного пребывания в познавательных целях на период менее 24 часов без ночевки в стране (месте) временного пребывания и использующее услуги экскурсовода (гида), гида-переводчика, инструктора-проводника

Экскурсия – 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 ними.

Экскурсовод (гид) – профессионально подготовленное лицо, осуществляющее деятельность по ознакомлению экскурсантов (туристов) с объектами показа в стране (месте) временного пребывания.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1 Государственная программа Пензенской области «Развитие культуры и туризма на 2014–2020 годы», утв. постановлением Правительства Пензенской области от 22 октября 2013 г. № 783.
- 2 ГОСТ 7.32–2001 «Отчет о научно-исследовательской работе. Структура и правила оформления»
- 3 ГОСТ 32611-2014 «Туристские услуги. Требования по обеспечению безопасности туристов»
- 4 Федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)», утв. Постановлением Правительства РФ от 2 августа 2011 г. № 644.
- 5 ФЗ «Об основах туристической деятельности в Российской Федерации» от 24.11.1996 г. № 132-ФЗ (с изменениями и дополнениями)
- 6 Распоряжение Правительства РФ от 20.09.2019 № 2129-р «Об утверждении Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года» (с изменениями и дополнениями)
- 7 Постановление Правительства Пензенской области от 22 октября 2013 г. N 783 Государственная программа Пензенской области «Развитие культуры и туризма Пензенской области»
- 8 Бове Л.К., Арене Ф.У. Современная реклама. Тольятти: Изд. Дом «Довгань», 1995.
- 9 Большаник П. В. География туризма. – М. : Альфа-М, НИЦ ИНФРА-М, 2016. – 304 с.
- 10 Быстров С. А. Организация туристской деятельности. Управление турфирмой : учеб. пособие. – М. : ФОРУМ : ИНФРА-М , 2014. – 400 с.
- 11 Виноградова Т. В., Закорин Н. Д., Тубелис Р. Ю. Технология продаж услуг туристской индустрии : учеб. для вузов. – М. : Академия, 2010. – 240 с.

- 12 Гойхман О. Я. Организация и проведение мероприятий : учеб. пособие. – М. : ИНФРА-М, 2008. – 120 с
- 13 Головина А.Ф. Благотворительность и культура: Великая благотельница М.М. Киселева // Отечественная культура и развитие краеведения /Тезисы Всероссийской научной конференции. Пенза, 2000. - С. 48 - 52.
- 14 Государственное и муниципальное управление в сфере туризма : учеб. / А. Г. Бобкова [и др.] ; под общ. ред. Е. Л. Писаревского. – М. : Федеральное агентство по туризму, 2014. – 192 с.
- 15 Джанджугазова Е. А. Маркетинг в индустрии гостеприимства : учеб. пособие. – М. : Академия, 2003. – 224 с
- 16 Кайманова Т. А. Экскурсоведение и экскурсоводческая практика : учеб. пособие для студентов специальности «Туризм». – Пенза : Изд-во ПГУ, 2012. – 654 с.
- 17 Университет, устремленный в будущее / под ред. А. Д. Гулякова, В. А. Мещерякова. – Пенза : Изд-во ПГУ, 2018. – 608 с.
- 18 Мельникова Т. Ф. Особенности молодёжного сегмента на рынке потребительских товаров / Т. Ф. Мельникова, А. В. Мельникова, М. Н. Евченко, А. В. Нияскина. // Молодой ученый. — 2014. — № 17 (76). — С. 301-304.
- 19 Морозов М. А., Морозова Н. С. Информационные технологии в туристской индустрии : учеб. – М. : КНОРУС, 2016. – 276 с.
- 20 Морозова Н. С., Морозов М. А. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме : учеб. – М. : Академия, 2003. – 336 с.
- 21 Потенциал и перспективы развития туризма в Пензенской области : моногр. / Л. Н. Семеркова, Л. Б. Есина, Н. В. Уткина, С. В. Латынова. - Пенза : Изд-во ПГУ, 2014. – 182 с
- 22 Таскаева Ю. А. Разработка комплекса мероприятий для развития студенческого туризма на базе Welcome-центра ПГУ: выпускная квалификационная работа по направлению подготовки «Туризм». – Пен-за, ПГУ, 2020. – 116 с.

- 23 Сайт «Национальный туристический рейтинг - 2022». [Электронный ресурс]. – URL: <https://rustur.ru/nacionalnyj-turisticheskij-rejting-2022> (Дата обращения: 20.10.2022)
- 24 Больше, чем путешествие [Электронный ресурс]. – URL: <http://morethantrip.ru/> (дата обращения: 14.11.2022)
- 25 Туризм в Пензенской области [Электронный ресурс]. – URL: <https://vk.com/public39141039> (дата обращения: 19.11.2022)
- 26 Официальный сайт Министерства культуры и туризма Пензенской области. – URL: <http://mincult.pnzreg.ru> (дата обращения: 20.11.2022)
- 27 Портал «Туризм и отдых в Пензенской области». – URL: <http://welcome2penza.ru> (дата обращения: 23.11.2022)
- 28 Программа молодёжного и студенческого туризма [Электронный ресурс]. – URL: <https://xn--d1agcrrehbhsc.xn--plai/> (дата обращения: 03.12.2022)
- 29 Открываем Россию заново [Электронный ресурс]. – URL: <http://openrussia.rsv.ru/> (дата обращения: 14.12.2022)
- 30 Национальный туроператор АЛЕАН [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.alean.ru/> (дата обращения: 17.12.2023)
- 31 Студенты кафедры провели экскурсию по ПГУ и историческому центру Пензы для студентов из Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – URL: https://dep_mkiso.pnzgu.ru/news/2022/11/12/8241225 (дата обращения: 20.12.2022)
- 32 Конструктор инфографики «Venngage» [Электронный ресурс]. – URL: <https://ru.venngage.com/> (дата обращения: 22.12.2023)
- 33 Проект «365done» [Электронный ресурс]. – URL: <https://365done.ru/> (дата обращения: 04.01.2023)
- 34 Welcome-центр ПГУ [Электронный ресурс]. – URL: https://vk.com/welcome_pnzgu (дата обращения: 11.01.2023)
- 35 Волонтерский центр ПГУАС [Электронный ресурс]. – URL: https://vk.com/vol_pguas

36 Студенческий ТИЦ ПензГТУ [Электронный ресурс]. – URL: https://vk.com/travel_penzgtu

37 Студенческий туристическо-информационный центр - "пТИЦа" [Электронный ресурс]. – URL: <https://vk.com/public211279959>

38 Типография «Gold card» [Электронный ресурс]. – URL: <https://card-gold.ru/> (дата обращения:13.01.2023)

39 INSERTUM - Центр туристского сервиса [Электронный ресурс]. – URL: <http://insertum.com/category/76/>

40 Волонтеры гостеприимства в Пензенской области [Электронный ресурс]. – URL: <https://vk.com/welcome.volunteerspnz>

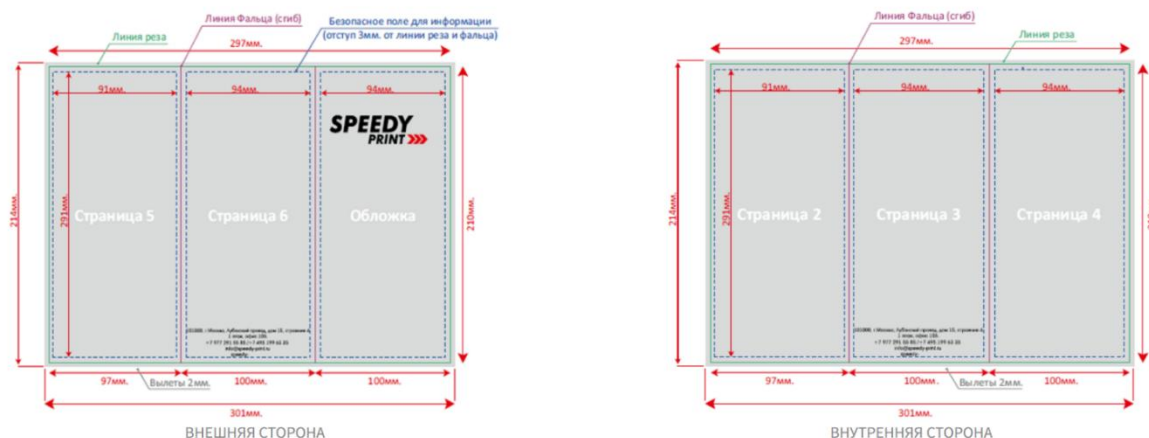
ПРИЛОЖЕНИЯ

ПРИЛОЖЕНИЕ А

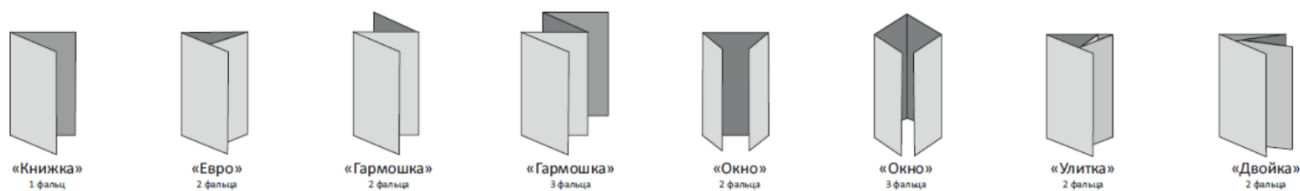
Требования к оформлению буклетов

Стандартный А4 буклет – лифлет на 6 страниц (297х210мм.), с учетом вылетов по 2мм., (301х214мм.) Не рекомендуется размещать информацию к линии реза ближе чем на 3-4мм., к линиям фальцовки (сложения) ближе 3мм. Разрешение картинок должно быть 300dpi для качественной печати, цветовая модель СМУК. Шрифты переведены в «кривые» «convert to curves» за исключением форматов (jpeg, tiff). Макет должен быть предоставлен готовыми разворотами, на первой странице внешняя сторона, на второй внутренняя. Рекомендуем предоставлять макет в формате PDF.

Пример правильной разлиновки Буклета А4 (297х210мм.)



Варианты фальцовки



ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Перечень туроператоров Пензенской области

Таблица Б.1 – Перечень туроператоров Пензенской области

Название ТО	Вид ТО	№ в реестре	Контакты
ООО «Альтаир»	Внутренний туризм	РТО 019004	Снежкина Елена Викторовна +79603174032, +79023542424 altair2go@yandex.ru 440062, г. Пенза, пр. Строителей, 36-12
ООО ТО Беркут	Внутренний туризм	РТО 013970	Зигунов Дмитрий Валерьевич (8412) 56-26-46, (8412) 56-07-06 penza@berkut-tour.ru 440000, г. Пенза, ул. Кирова, 43
ООО «Дискавери»	Внутренний туризм	РТО 019869	Фирсова Ольга Валерьевна (8412) 205-708, (8412) 205-707 diskavery-penza@yandex.ru 440000, г. Пенза, ул. Плеханова, 14, пом. 176
Каникулы	Внутренний туризм	РТО 003425	Малкина Ирина Александровна (8412) 52-10-80, (8412) 55-12-28 kanikuly58@mail.ru 440047, г. Пенза, пр-кт Победы, д. 97, офис 6
ООО "Лариэльтур"	Внутренний туризм	РТО 019741	Желудкова Лариса Владимировна + 79273858224, + 79273735552 larieltur@mail.ru 440071, г. Пенза, ул. Ладожская, 99, кв.117
ООО "Материк"	Внутренний туризм	РТО 022145	Храмкина Лариса Викторовна +79273757768, +79374244477, (8412) 257768 materikpenza@gmail.com 442960, г. Заречный, ул. Зеленая, д.29А-50

Продолжение таблицы Б.1

Название ТО	Вид ТО	№ в реестре	Контакты
ООО "Туристическая компания "СОБОЛЬ"	Внутренний туризм	РТО 023424	Соболев Михаил Евгеньевич 89050162276 mishany260704@mail.ru 442150, г. Нижний Ломов, ул. Ленина, д.119а, кв. 1
ООО ОЦ "Лингва"	Внутренний туризм, международный въездной	РТО 023703	Дятлова Екатерина Александровна +792770978441 lingua-center@mail.ru 440062, г. Пенза, ул. Хорошая, д.90
АНО ДО "Академия Ростум"	Внутренний туризм	РТО 023465	+7 (8412) 49-90-55 academy@rostum.ru 440028, г. Пенза, ул. Леонова, д. 32, к. А, оф.1
ООО «Максимум»	Внутренний туризм	РТО 023549	Златогорская Лариса Юрьевна +7 927 368 27 86 +7(999) 999-99-99 8 927 368 27 86 440052, г. Пенза, ул. Калинина, стр. 33А
ООО «Британия»	Внутренний туризм	РТО 023791	440066, г. Пенза, проспект Строителей, д.48 1. Пенза, пр-т Строителей, 48 2. Пенза, ул. Белинского, 10 3. Пенза, ул. Бакунина, 88а (лицей №2) (8412) 79-78-77, (8412) 754-999
ООО «Круиз»	Внутренний туризм	РТО 016385	Захарова Ольга Вячеславовна (8412) 65-45-46, (8412) 521-570 89273663900 krouz1@mail.ru 442960, Пензенская область, г. Заречный, ул. Спортивная, 1/6, кв.4

ПРИЛОЖЕНИЕ В

Анкета-опросник исследование спроса и предпочтений среди туристских информационных материалов для молодёжи

Приветствуем Вас, уважаемы участники опроса! Просим уделить немного времени для ответа на несколько вопросов, которые в дальнейшем будут полезны для создания туристского информационного материала для молодёжи.

Вопрос 1. Ваш возраст.

- 14-16 лет;
- 17-20 лет;
- 21-25 лет.

Вопрос 2. Ваш пол.

- женский;
- мужской.

Вопрос 3. Ваш социальный статус.

- школьник;
- студент;
- работник госучреждений.

Вопрос 4. Часто ли Вы прибегаете к использованию туристских информационных материалов в путешествия?

- да, часто;
- да, но редко;
- нет, не использую.

Вопрос 5. Какой вариант информационного источника Вы предпочитаете?

- печатный;
- электронный.

Вопрос 6. Важны ли интерактивные элементы (загадки, игры, фотоматериалы) в информационном источнике?

- да;
- нет.

Вопрос 7. Какой объем туристского информационного материала Вы предпочитаете?

- буклет, коротко и самое основное;
- путеводитель, больше информации;
- статья с топами для посещения, детальная тематическая информация.

Благодарим за отведенное время, каждый ответ играет важную роль!

ПРИЛОЖЕНИЕ Г

Информация о предлагаемых «Welcome-центром ПГУ» экскурсионных программах по Пензе и области, проводимых при участии Центра туристского сервиса «Insertum» для иностранных студентов ПГУ

Welcome-центр ПГУ и Центр туристского сервиса «Insertum» приглашают студентов Пензенского государственного университета в увлекательные путешествия по Пензенской области

Откройте для себя Пензенскую область – литературную империю, край с живописной природой, сохраняющий красоту уютной провинции, радушно встречающей гостей из разных регионов и городов.

Пензенская область – это Лермонтовский музей-заповедник «Тарханы» и единственные в России музеи В. Г. Белинского, А. И. Куприна, В. Э. Мейерхольда, В. О. Ключевского и А. Н. Радищева. Это прекрасные парки и усадьбы. Это чтимые храмы, монастыри, пещерные комплексы и святые источники. Это народные промыслы и любезные сердцу места как для отдыха, так и неспешных прогулок. Чтобы всё осмотреть, одних выходных будет мало!

Приглашаем вас в путешествие по Пензенской области. Не упускайте чудесную возможность открыть для себя Пензу с ее многовековой историей, постичь тайны и загадки литературных гениев, а также премудрости жизни в российской глубинке.

Мы предлагаем нестандартные экскурсионные программы и туры по городу Пенза и области. Программа путешествий всегда формируется индивидуально под ваш запрос. При организации путешествий мы используем принцип «студент – студенту», то есть прорабатываем программу с учетом интересов молодежной аудитории и активно привлекаем к ее составлению студентов университета, профессионально изучающих сферу туризма и индустрию гостеприимства (Travel&HoReCa).

Варианты экскурсионных программ по Пензе и области для групп иностранных студентов

1. *Обзорные экскурсии по историческому центру города Пенза «В Пензе вся история России» с посещением Спасского кафедрального собора, с возможностью включения в программу мастер-классов пензенских народных умельцев.*
2. *Экскурсионная программа «В гости к Лермонтову» с посещением Лермонтовского музея-заповедника «Тарханы», участием в театрализованных представлениях и мастер-классах старинных тарханских ремесел.*
3. *Экскурсионная программа «В город хрустальных башмачников» с посещением музея стекла и хрусталя, парка стеклянных скульптур города Никольск, с возможностью включения в программу интерактивной экскурсии в старинное мордовское село Карамалы для погружения в деревенскую жизнь, традиции и культуру мордвы эрзя.*
4. *Экскурсионная программа «Тайны Наровчата» с посещением Наровчата - одного из древнейших городов России, история которого окутана мифами и легендами и который является родиной русского писателя А. И. Куприна.*
5. *Экскурсионная программа «По следам забытых усадеб» с посещением трёх совершенно разных, но невероятно живописных усадеб: усадьбы князя*

А. Б. Куракина «Надеждино» в селе Куракино, усадьбы князей Голицыных-Прозоровских в селе Зубрилово и имения дворян Устиновых в селе Беково.

6. Экскурсионная программа «Чембарские истории» с посещением музея-усадьбы литературного и театрального критика В. Г. Белинского и прогулкой по городу Белинский, который в 1836 году на целый месяц стал столицей Российской империи.
7. Экскурсионная программа «В гости к Юконскому ворону» с посещением историко-культурного комплекса «Михайловский редут» в селе Николаевка.
8. Экскурсионная программа «Эх, валенки!» с посещением историко-культурного центра имени Л. А. Руслановой в селе Ключи.

Событийные экскурсионные программы:

Лето-осень:

1. Экскурсионная программа «В гости к русскому Вольтеру» с посещением «Тихвинской ярмарки» в музее А. Н. Радищева (возможна организация пикника на свежем воздухе).
2. Экскурсионная программа «Приглашает Даньшино» с посещением Всероссийского историко-культурного фестиваля «ДаньшиноFEST».
3. Экскурсионная программа «Тайны Золотарёвского городища» с посещением Всероссийского исторического фестиваля «Золотарёвское городище — перекрёсток цивилизаций» (возможна организация пикника на свежем воздухе).
4. Экскурсионная программа «Модные показы в Даньшино» с посещением этно-арт-шоу «Всероссийский показ Высокой мордовской моды «ДаньшиноFashion».

Зима-весна:

1. Экскурсионная программа «Пенза театральная» с экскурсией по Пензенскому драматическому театру и посещением спектакля.
2. Экскурсионная программа «Широкая Масленица» с посещением народного праздника на территории Лермонтовского музея-заповедника «Тарханы» в селе Лермонтово или музея А.Н. Радищева в селе Радищево.

Стоимость экскурсионных программ варьируется от выбора экскурсионной программы и количества участников. Минимальное количество участников в группе – 15 человек.

Для групп иностранных студентов, не владеющих русским языком, возможно организовать проведение экскурсий на английском языке, либо с гидом-переводчиком.

Кроме того, возможна организация нестандартных студенческих welcome-туров в рамках сотрудничества ПГУ с вузами-участниками Всероссийского проекта развития студенческого туризма и проекта «Твой маршрут – Россия!»: Республика Мордовия, Республика Башкортостан, Пермский край, Республика Татарстан, Оренбургская область, Республика Марий Эл и др.

По вопросам организации экскурсий и туров для групп иностранных студентов можно обращаться по телефонам: +7 906 397 89 65 (Уткина Наталья Владимировна) и +7 909 320 70 34 (Коротченко Елена Михайловна).

ПРИЛОЖЕНИЕ Д

Контрольный текст пешеходной экскурсии по территории Пензенского государственного университета

(Главный вход, начальная точка встречи группы.)

Добро пожаловать на нашу экскурсию. Меня зовут Алена. Сегодня я помогу вам приоткрыть завесу из истории жизни университета. Перед тем, как мы с вами начнем, обсудим несколько организационных вопросов. Мы с вами находимся на территории действующего Пензенского государственного университета, в котором активно кипит жизнь. Поэтому, стараемся не отделяться от группы, держаться вместе, чтобы не мешать потоку студентов. При возникновении интересующих вопросов, не стесняйтесь – задавайте, я постараюсь ответить на них в полном объеме.

Мало кто знает, но Екатерина II внесла значимый вклад в образовании Пензы. Императрица понимала важность развития образования и науки не только в столицах, но и в глубинке. Тот факт, что среди городов, выбранных для создания в них университетов, оказалась и Пенза, говорит о многом. Очевидно, наш город и в те далекие времена отличался высоким интеллектуальным потенциалом.

Указ царицы был воспринят с воодушевлением: в Пензенскую губернию поступил государственный реестр средств на создание университета. К сожалению, по разным причинам университеты, которые велела открыть Екатерина II, так и не стали реальностью.

Первый вуз, которому суждено было стать главным пензенским университетом, открылся в нашем городе лишь спустя 185 лет: в 1943 году в Пензе начал свою работу индустриальный институт, сейчас это – Пензенский государственный университет.

8 институтов, 11 факультетов (2 из них – в статусе институтов), 3 филиала, многопрофильный колледж – такова на сегодняшний день структура ПГУ, который является крупнейшим высшим учебным заведением области не только по числу обучающихся, но и по целому ряду других параметров.

3 июля 1943 г. – историческая дата для университета и для всего нашего города. Именно в этот день было принято решение о переводе в Пензу Одесского индустриального института.

Самый разгар Великой Отечественной войны. Прекрасный город на берегу Черного моря, воспетый поэтами и музыкантами всех времен, охвачен тяжелыми боями. Но даже в такой сложной ситуации советское правительство заботилось о будущем и стремилось сохранить один из наиболее значимых технических вузов СССР. Именно поэтому индустриальный институт решено было перевести подальше от боевых действий, в глубокий тыл.

Почему выбор был сделан в пользу Пензы? Город на Суре – один из тех небольших и на первый взгляд скромных городов, где в годы войны была создана мощная тыловая база. Неслучайно говорят, что победа ковалась в тылу! Именно такие города, как наша Пенза, обеспечивали советскую армию боеприпасами, снаряжением, продовольствием, воинскими формированиями, медицинским обслуживанием. Разумеется, для этого необходимо было укомплектовать местные предприятия квалифицированными, хорошо подготовленными инженерно-техническими кадрами. Этой задачей было обусловлено и само появление в нашем городе, и структура вновь образованного вуза. Его состав включал 3

факультета: механико-технологический, точной механики и теплотехнический; обучение проходило по 3 специальностям: технология машиностроения, металлорежущие станки и литейное производство.

Был в переводе индустриального института из Одессы в Пензу и еще один фактор – человеческий, личностный. История крупнейшего вуза региона неразрывно связана с именем Петра Ивановича Паршина, в 1943 г. – наркома минометного вооружения СССР. Он родился в самом конце XIX в. на станции Воейково Пензенской губернии – ныне это станция Белинская.

И хотя на своей малой родине Петр Иванович провел лишь детство и юность, он на протяжении всей своей жизни любил Сурский край и заботился о его развитии и процветании. Мысль о создании в Пензе технического вуза зародилась у него еще до начала Великой Отечественной войны. Паршин понимал, что без крупной промышленности, без больших предприятий с многочисленным штатом сотрудников милая Пенза так и останется тихим провинциальным городком с населением в полтора-два тысяч человек. Как истинный пензяк и патриот своей малой родины, он желал ей иной судьбы.

С началом войны в Пензу были перебазированы десятки крупных предприятий. На оборонные рельсы перешли и местные заводы, срочно перепрофилированные для военных нужд. Все эти предприятия нуждались в квалифицированных технических, в том числе инженерных, кадрах. И когда решено было перевести в глубокий тыл один из крупнейших технических институтов страны – Одесский индустриальный – Петр Иванович встал горой за любимый город. Эта идея поначалу воспринималась «на самом верху», мягко говоря, прохладно, но Паршин сумел убедить руководство страны в целесообразности такого переезда. Петр Иванович обладал огромным авторитетом: возглавляемый им наркомат минометного вооружения, несмотря на название, отвечал не только за производство минометного вооружения – собственно минометов, мин, ракетных установок и реактивных снарядов, но и за эвакуацию промышленных предприятий из оккупированных районов в глубокий тыл.

Нельзя не отметить, что благодаря Петру Ивановичу Паршину индустриальный институт не только переехал из Одессы в Пензу, но и остался здесь навсегда. Едва ли не с момента начала работы вуза на берегах Суры он стал добиваться преобразования Одесского вуза в Пензенский.

Этот вопрос был решен весной 1944 г. Сначала Пензенский обком ВКП(б) принял решение о переименовании и строительстве Индустриального института в г. Пензе, а 8 июня 1944 г. появилось и постановление совнаркома. Под этим документом стоит подпись заместителя председателя Совета народных комиссаров Лаврентия Берии. Парадокс: человек, известный как одна из самых черных фигур отечественной истории, сыграл положительную роль в истории вуза, который мы сегодня знаем как Пензенский государственный университет. Очевидно, настолько велика была уверенность в успехе и сила убеждения Петра Ивановича Паршина.

(Переход к первой остановке)

(история 1-ого корпуса)

История учебного корпуса № 1 начинается в 1889 г., когда местные власти выкупили здание старинной усадьбы помещицы Марии Киселевой.

В 1893 г. архитектор хозяйственного управления Святейшего синода Елкашев составил проект переустройства усадьбы под здание духовной семинарии. Чтобы здание простояло не одно десятилетие, строители применили архитектурскую хитрость. Около основного котлована была вырыта яма для гашения извести. По распоряжению губернатора и при активном содействии церковнослужителей со всей губернии к месту строительства свозились куриные яйца, скорлупа от которых сбрасывалась в эту яму. Считалось, что известковый раствор, замешанный на куриных яйцах, отличался особой крепостью и долговечностью. Уже в 1899 г. в здании начались первые занятия. В центральной части здания располагался храм, где особенно выделялся иконостас, иконы для которого являли собой копии с икон Владимирского собора в Киеве. Так как в церкви активно проходили богослужения, в здании было сооружено особое помещение для хора. Оно располагалось на нынешнем балконе зала заседаний.

Постепенно территория вокруг обрастала новыми постройками. Появились здание общежития (ныне корпус № 3), дом священнослужителей, прачечная. Некоторые здания соединялись между собой тайными подземными переходами, проходившими на глубине 3-5 м. Эти переходы соединялись с подземной галереей, проходящей и сейчас под улицей Красной и в свою очередь соединявшейся с сетью подземных тоннелей, находящихся и поныне под историческим центром города. В семинарии заботились не только о высоких учебных результатах, но и о комфорте обучающихся.

Здесь была проведена конвекционная система отопления, позволившая обогревать всё здание. Подогрев воздуха осуществлялся специальными печами, топки которых располагались в подвале. В каждое помещение внутри стен шел воздухопровод, и горячий воздух через вентиляционные решетки попадал в каждый уголок здания. Позднее здесь была оборудована система водяного отопления, отопительные печи были убраны, но сама система воздухопроводов стала работать как вентиляция, а бывшие печные трубы до сих пор располагаются на крыше здания. В 1918 г. семинария была закрыта. Начался новый виток в истории здания. В 1919-1920 гг. здесь располагался эвакуационный госпиталь. После революции здесь разместились совпартшкола и газетная краевая школа, а потом управление Пензенской железной дороги. И лишь в 1943 г. здесь был открыт индустриальный институт, эвакуированный из Одессы. В середине 1940-х гг. здесь началась большая реконструкция. К 1947 г. площадь учебного корпуса составляла 4120 м². В нем разместились административные, хозяйственные службы, клуб, библиотека с читальным залом, крупнейший в Пензенской области физкультурный зал, типография, столовая, квартиры учителей. По соседству продолжал функционировать телеграф Пензенского отделения железной дороги. Что касается учебных аудиторий, то в корпусе № 1 расположились 10 лабораторий, 12 кабинетов, огромный чертежный зал под куполом, механический цех. Чтобы всем хватало предоставленных площадей, студенты приходили заниматься в две смены. С первых же дней существования вуза здесь активно начала развиваться художественная самодеятельность, проводились танцы. Правда, тогда в первом корпусе не было фойе, где можно было бы танцевать, поэтому танцы проходили в аудиториях № 30 и 41. В летнее время в качестве танцпола использовалась площадка перед корпусом, на котором висел огромный репродуктор. Следующий виток в развитии корпуса – 1970-е гг.

В это время в зале заседаний появляются всем известные балкон и колонны, бывшая алтарная часть перекрывается, вырастает третий этаж. На внешней стороне здания появляется мемориальная доска с горельефом Виктора Пацаева (1972), а в вестибюле –

мозаичное панно из смальты (1977), на котором также легко узнать выдающегося космонавта. В 1972 г. в главном корпусе появился Музей университета, по традиции называвшийся комнатой боевой и трудовой славы. Постепенно историческое здание корпуса № 1 развивалось и преображалось. В 2009 г. в корпусе открылся зал Диссертационного совета с возможностью ведения онлайн-трансляции защиты. Современная аудитория № 217 (зал заседаний Ученого совета) была переоборудована из читального зала в 2013 г. и модернизирована в 2015 г. Сегодня в ней проходят конференции самого разного уровня и масштаба. Переоборудованная аудитория № 208 (сегодня это зал приема официальных делегаций) является гордостью вуза. Некогда в ней красовалось панно, изображающее покорение космического пространства. После ремонта панно перенесено на фасад корпуса № 4. Несомненный интерес вызывает подразделение библиотеки, расположившееся в аудитории № 308 корпуса № 1. Здесь студенты могут заняться самоподготовкой, получить доступ к ресурсам интернет-библиотеки и к глобальной Сети в целом. В их распоряжении ноутбуки. Здесь же проходят занятия в рамках инклюзивного образования. По периметру потолка под куполом закреплена особая система подачи света, который стимулирует умственную деятельность, способен подавлять вспышки проявления аутизма и, таким образом, является элементом цветотерапии.

Сейчас в корпусе расположены кабинеты ректора, проректоров, президента вуза; здесь базируются профком преподавателей и сотрудников, управление кадров, правовое управление, управление информационной политики и связей с общественностью, редакция «Университетской газеты», учебно-методическое, финансово-экономическое и научно-инновационные управления. Помимо административно-управленческих подразделений, в корпусе № 1 находятся 4 кафедры: «Транспортные машины», «Сварочное, литейное производство и материаловедение», «Компьютерное проектирование технологического оборудования», «Теоретическая и прикладная механика и графика».

На первом этаже корпуса – Информационно-выставочный центр, являющийся хранителем истории и достижений университета.

(около 45-меридиана)

18 мая 2017 г. в преддверии Всемирного дня культурного разнообразия во имя диалога и развития (21 мая), учрежденного ООН, состоялось открытие памятного знака в честь основания будущего памятника «45 меридиан». Прохождение эталонного меридиана по территории ПГУ установлено студентом ПГУ Д. Колыгановым.

Окончание строительства учебного корпуса № 8 в 1987 г. стало крупным событием в жизни вуза. На его открытие приехал секретарь Пензенского обкома КПСС Ф. М. Куликов. О пуске корпуса в эксплуатацию сообщили Центральное телевидение и центральные газеты. Была выпущена специальная цветная почтовая открытка с фотографией корпуса. Стройка корпуса продолжалась почти 10 лет. Для него было выбрано место между первым и третьим корпусами вуза. При рытье котлована был уничтожен скрытый подземный переход между этими корпусами. Особенностью корпуса был и остаётся массивный фундамент. Он является гарантией от возможного наклона высотного корпуса.

По проекту в фундамент корпуса необходимо было заложить несколько сотен тонн арматурного железа. Его собирали по всем предприятиям области.

Конечно, было очевидно, что по своему архитектурно-стилевому решению этот корпус плохо сочетается со старыми первым и третьим корпусами. Правда, проектиров-

щики и строители постарались найти архитектурные штрихи, чтобы как-то зрительно приблизить архитектурные решения всех трёх корпусов друг к другу. Это нашло отражение в форме фасадных окон цоколя здания.

Корпус был построен по проекту, разработанному для одного из вузов, расположенных в южной части страны. Он рассчитан на жаркую солнечную погоду. По этой причине университету впоследствии пришлось принимать меры к утеплению корпуса.

Сейчас это один из лучших корпусов университета. Здесь располагаются кафедры: «Техносферная безопасность», «Химия», «Физика», «Нано- и микроэлектроника», «Высшая и прикладная математика», «Математика и суперкомпьютерное моделирование», «Иностранные языки», «Общая и клиническая фармакология»; Институт непрерывного образования; Приемная комиссия; Управление стратегического развития и системы качества; Бизнес-инкубатор.

На 45 меридиане нет более крупного города, чем Пенза, поэтому по праву он может считаться пензенским. Работа по созданию арт-объекта велась с 2014 года.

С 1979 года исследователи делали попытки выяснить информацию про 45-й меридиан. С применением спутниковой и навигационной системы удалось выяснить, что 45-й меридиан восточной долготы проходит по центру Пензы. В Лондоне, в Гринвич-парке рядом с обсерваторией, стоит символ, обозначающий нулевой (гринвичский) меридиан. В Пензе же расположен «русский Гринвич» с разницей в три часа по британскому времени.

Подпись в историческом документе поставил первый пензенский космонавт Александр Самокутяев.

Таким образом, Пенза обозначила свое географическое расположение в мире нулевыми координатами, который обозначает географическое расположение города и самого меридиана.

(переход к 3-му корпусу)

Третий корпус был построен как общежитие для учащихся Пензенской духовной семинарии. Предыдущее здание общежития, располагавшееся на углу Дворянской и Никольской улиц (ныне улицы Красная и Карла Маркса), сгорело, и появилась необходимость в срочном строительстве нового. Как и главное здание семинарии, оно появилось на территории усадьбы г-жи Бекетовой.

Большинство зданий города в ту пору возводились по линии улиц, а вот здания Духовной семинарии были построены в глубине возвышающегося участка, за ажурной кованой оградой, с открытой эспланадой, хорошо просматриваемые с улицы. Подобная парадная композиция просторного ансамбля, использованная раньше при строительстве дворянского института и губернской больницы, больше не применялась в условиях центра города. Такая застройка и сейчас делает эти здания удивительными архитектурными объектами, настоящим украшением города.

Точная дата окончания строительства корпуса неизвестна. В Государственном архиве Пензенской области сохранились решение Пензенской городской думы от 18 апреля 1901 г. о рассмотрении ходатайства комитета по постройке Пензенского епархиального семинарского общежития, об отпуске для строительных работ воды по пониженной таксе и постановление о предоставлении «Комитету семинарского общежития пользоваться водой из городского водопровода на потребности постройки здания общежития за половинную по таксе плату – по 10 к. за 100 ведер». Водопровод был подведен в 1903 г.

В начале Первой мировой войны возникла острая потребность в госпиталях. Земский союз еще в начале 1914 г. пытался использовать для них здание семинарии. Духовное ведомство вынуждено было пожертвовать семинарским общежитием, разместив живших там воспитанников в учебном здании. Общежитие занял сводный эвакуогоспиталь. В архиве Пензенской области сохранилось письмо губернатора от 28 февраля 1917 г., адресованное горуправе, в котором он требует очистить от снега крышу сводного эвакуогоспиталя, занимающего помещение на ул. Дворянской в общежитии духовной семинарии. Письмом от 13 марта 1918 г. Пензенская духовная семинария уведомляет, что здание епархиального семинарского общежития занято под госпиталь.

Во время гражданской войны корпус продолжил служить медицине.

В январе 1919 г. он принял в полтора раза больше раненых и больных, чем мог вместить по существовавшим нормам.

Вскоре после окончания гражданской войны в этом корпусе разместился городской роддом. Через несколько лет ему было присвоено имя Н. К. Крупской. Это красивое здание с роскошной парадной лестницей и вестибюлем долгие годы служило благородной цели – здесь появлялись на свет новые жители города. В роддоме им. Н. К. Крупской родились многие преподаватели университета. Жизненный путь привел их прямо к месту рождения. Например, декан факультета радиоэлектроники Ю. Д. Пальченков, появившийся на свет в этом роддоме, работает в кабинете, расположенном на первом этаже корпуса № 3. Родильный дом просуществовал здесь более 30 лет.

В связи с финской кампанией и началом Второй мировой войны в городах началось развертывание медицинских учреждений, которые могли бы использоваться в случае военных действий. Под госпитали были заняты многие школы и техникумы. Приказом № 16 по Пензенскому облздравотделу от 3 июня 1942 г. решено было организовать госпиталь на 900 коек на территории института. «Как память о былом на втором этаже северного фасада осталось большое окно операционной, которое хорошо видно со стороны макаронной фабрики, – писал в книге «Пензенский государственный университет. Очерки истории и современной жизни. К 60-летию со дня основания» доцент В. Г. Пашенко в 2003 г. – Много лет по всем этажам висели неиспользуемые водопроводные и канализационные трубы, которые не разрешали снимать из-за возможного использования здания под госпиталь в случае чрезвычайных ситуаций. Теперь лишние трубы сняты». Да и того легендарного окна не осталось.

После окончания войны в здание вновь вернулся роддом.

В конце 40-х гг. XX в. ПИИ столкнулся с извечной проблемой большинства вузов: нехваткой учебных площадей. 15 апреля 1948 г. в совместном обращении в Совмин СССР к Молотову секретаря Пензенского обкома ВКП (б) К. Морщинина и председателя облисполкома М. Абрамова говорилось о необходимости укрепления материальной базы молодого вуза. В прилагаемом проекте постановления Совмина содержался следующий пункт: «Обязать Пензенский облисполком передать на баланс института помещение по Красной улице, дом № 44, занимаемое в настоящее время родильным домом».

Помощь в передаче здания роддома институту оказал министр машиностроения и приборостроения СССР П. И. Паршин, много сделавший для открытия в городе первого технического вуза. Он построил силами своего министерства новое здание роддома по ул. Пушкина.

В 1954 г. 3-й корпус стал, наконец, собственностью института. Но вступление во владение новым зданием задерживалось. Роддом фактически освободил корпус лишь в октябре. Только в декабре 1955 г. корпус № 3 был сдан в эксплуатацию.

Первые десятилетия пребывания в составе вуза как главный вход в этот корпус использовалось его южное крыльцо, но после строительства корпуса № 8 главным стал центральный вход. И тогда же из корпуса № 3 в специализированный корпус была переведена столовая вуза.

В освободившемся овощехранилище в подвале здания был оборудован студенческий клуб отдыха «Радуга» с танцзалом, буфетом и бильярдной.

После строительства учебного корпуса № 8 он был соединен переходом с корпусом № 3, и черная лестница, куда выходит переход и о которой большинство студентов ничего не знали, стала самой посещаемой. Раньше подобная лестница была и в северном крыле здания, но она была сломана и на ее месте образованы небольшие кабинеты (рядом с существующими сейчас кабинетами заведующих кафедрами). Черный выход с этой лестницы сохранился на первом этаже в библиотеке. В отличие от корпуса № 1 в корпусе № 3 сохранился оригинальный металлический навес над крыльцом, который украшает здание.

Сейчас в корпусе № 3 располагаются дирекция Политехнического института, деканат факультета машиностроения и транспорта, отдел по делам гражданской обороны и чрезвычайных ситуаций, две кафедры («Автоматика и телемеханика» и «Конструирование и производство радиоаппаратуры»), Политехнический институт, Межотраслевой региональный центр повышения квалификации и переподготовки кадров.

На этом наша экскурсия окончена. Спасибо за внимание.

В конце экскурсии, ответы на вопросы. Группе предлагается посетить один из музеев ПГУ или ИТ-лабораторию.

ПРИЛОЖЕНИЕ Е

Таблица Е.1 - Паспорт (карточка) экскурсионного объекта

	
Вид экскурсионного объекта	образовательное учреждение
Наименование экскурсионного объекта	учебный корпус № 1
События связанные с экскурсионным объектом	Открытие Духовной семинарии. Перемещение в здание индустриального института Одессы.
Место нахождения экскурсионного объекта	Ул. Красна, д. 40, г. Пенза
Описание экскурсионного объекта	учебный корпус представляет собой 3-х этажное кирпичное здание, в большей части сохранившее свой первоначальный исторический вид: крыльцо, небольшие балкончики. На внешней стороне здания появляется мемориальная доска с горельефом Виктора Пацаева (1972), а в вестибюле – мозаичное панно из смальты
Источники сведений об экскурсионном объекте	Университет, устремленный в будущее / под ред. А. Д. Гулякова, В. А. Мещерякова. – У59 Пенза : Изд-во ПГУ, 2018. – 608 с.
Ф.И.О. и должность составителя	

Таблица Е.2 - Паспорт (карточка) экскурсионного объекта

	
Вид экскурсионного объекта	образовательное учреждение
Наименование экскурсионного объекта	учебный корпус № 3
События связанные с экскурсионным объектом	
Место нахождения экскурсионного объекта	Ул. Красна, д. 40, г. Пенза
Описание экскурсионного объекта	3-х этажное здание. Главный вход представляет собой крыльцо, которое как известно, сохранилось с первой постройки сооружения.
Источники сведений об экскурсионном объекте	Университет, устремленный в будущее / под ред. А. Д. Гулякова, В. А. Мещерякова. – У59 Пенза : Изд-во ПГУ, 2018. – 608 с.
Ф.И.О. и должность составителя	

Таблица Е.3 - Паспорт (карточка) экскурсионного объекта

	
Вид экскурсионного объекта	образовательное учреждение
Наименование экскурсионного объекта	учебный корпус № 8
События связанные с экскурсионным объектом	
Место нахождения экскурсионного объекта	Ул. Красна, д. 46, г. Пенза
Описание экскурсионного объекта	9-этажное здание, самое позднее сооружение, поэтому архитектура сильно отличается от остальных корпусов по стилю. В 8-м учебном корпусе стиль является более модернизированным и современным.
Источники сведений об экскурсионном объекте	Университет, устремленный в будущее / под ред. А. Д. Гулякова, В. А. Мещерякова. – У59 Пенза : Изд-во ПГУ, 2018. – 608 с.
Ф.И.О. и должность составителя	

Таблица Е.4 - Паспорт (карточка) экскурсионного объекта

	
Вид экскурсионного объекта	
Наименование экскурсионного объекта	45-й меридиан
События связанные с экскурсионным объектом	Подпись в историческом документе поставил первый пензенский космонавт Александр Самокутяев.
Место нахождения экскурсионного объекта	Ул. Красна, д. 46, г. Пенза
Описание экскурсионного объекта	объект 45-й меридиан представляет собой металлическую конструкцию, которая с 2017 года находится в ухоженном сквере. В сквере не только появились мощеные дорожки и лавочки, но и стела, символизирующая географическую долготу.
Источники сведений об экскурсионном объекте	Университет, устремленный в будущее / под ред. А. Д. Гулякова, В. А. Мещерякова. – У59 Пенза : Изд-во ПГУ, 2018. – 608 с. Туризм и отдых в Пензенской области
Ф.И.О. и должность составителя	