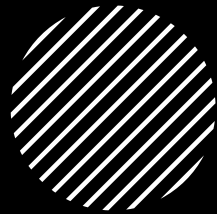




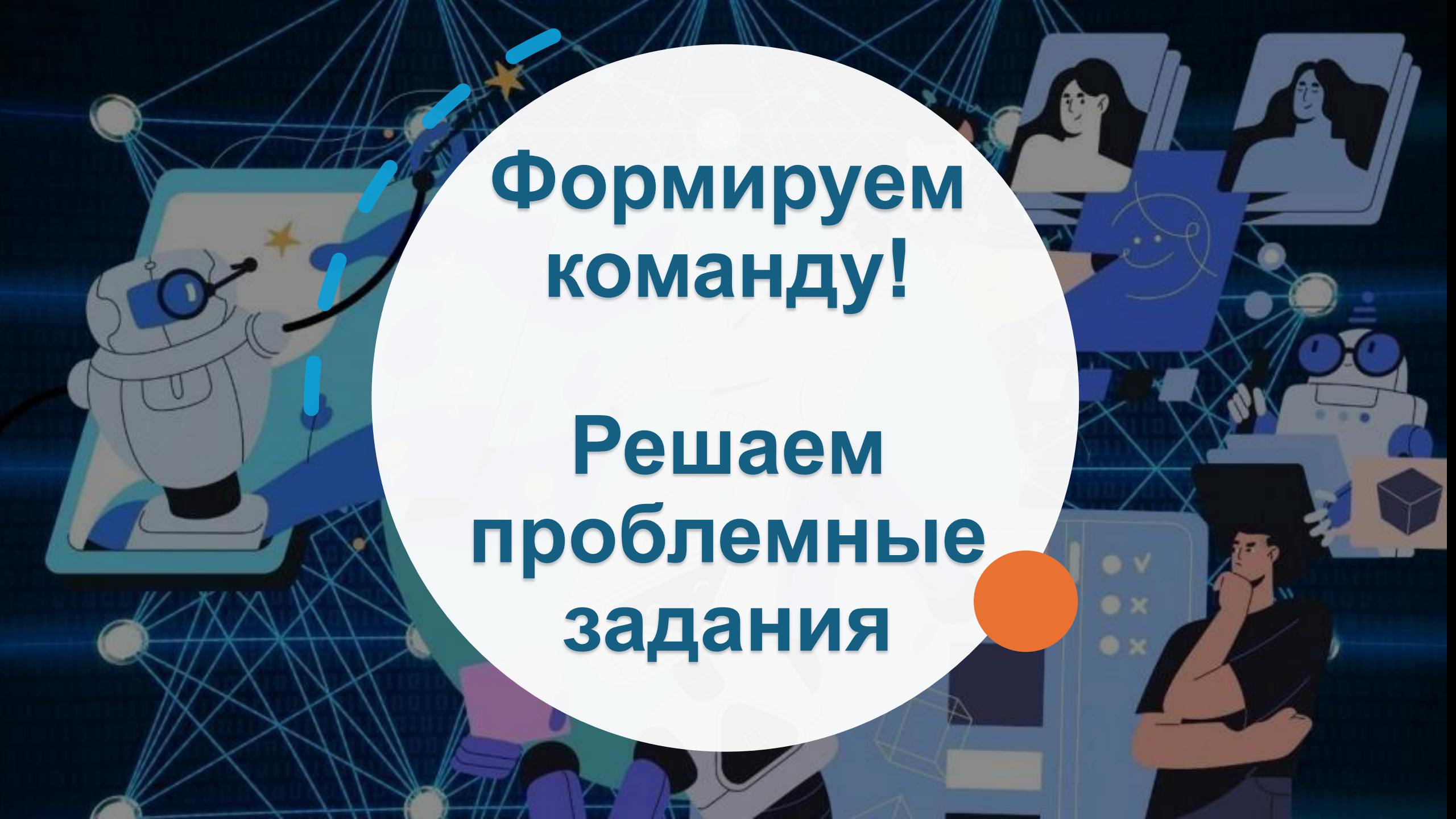
Маршрут
построен
!
**БИЗНЕС-
ИГРА**



Ключевые ПОЗИЦИИ работы



- Сначала разобьемся на команды. Каждый творческий коллектив придумывает свое уникальное название.
- Отработаем навыки работы в сложившемся творческом коллективе
- Поговорим о специфике разработки научно-популярного маршрута
- Придумаем концепцию уникального научно-популярного маршрута и презентуем ее



**Формируем
команду!**

**Решаем
проблемные
задания**

Ситуация 1. Убеждаем



Это НИИ в городе, где мы планируем развивать научно-популярный туризм. Мы хотим включить этот НИИ в наш маршрут, но в нем пока нет экскурсионного маршрута и туристической среды.

А это директор этого НИИ. Давайте расскажем ему о преимуществах вхождения в наш маршрут.



У Вас есть 3 минуты, чтобы обдумать речь.

У каждой команды 2 минуты на убеждение директора НИИ.

Ситуация 2. Преодолеваем возражения

Директор Вас послушал и говорит:

Туристы нам не нужны, у нас свой профиль деятельности, мы ведем серьезные научные исследования

*Говорим по очереди.
Повторять тезисы другой команды нельзя*



Ситуация 2. Преодолеваем возражения

Директор прислушался к Вашим аргументам, но по-прежнему не согласен:

У нас нет свободных средств для организации экскурсионной деятельности. У нас нет сотрудников способных организовать экскурсию или мероприятие

Говорим по очереди.

Повторять тезисы другой команды нельзя



Ситуация 2. Преодолеваем возражения

У нас опасное производство, и даже при организации маршрута есть риски. У нас нет возможности организовать экскурсионный маршрут

*Говорим по очереди.
Повторять тезисы другой команды
нельзя*



Ситуация 3. Помогаем!


Директор готов с Вами сотрудничать, но у него есть сложности:

На нашем оборудовании график научных исследований расписан на год вперед, мы не можем встроить в него экскурсионную группу, поэтому сейчас не рассматриваем возможность доступа туристов на наше предприятие. Но очень хотим!

Говорим по очереди.

Повторять тезисы другой команды нельзя





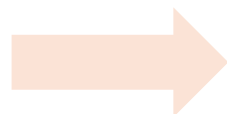
Мы справились!
Объект готов с
нами
сотрудничать!
Задача
выполнена!

Поговорим о специфике разработки научно-популярного маршрута

Шаг 1. Формулируем концепцию маршрута

Отвечаем на вопросы:

1. Кому мой продукт нужен?



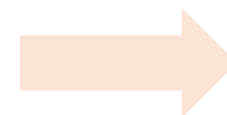
Целевая аудитория. Кто мой турист? Какой его возраст? Откуда он приедет? Зачем он поедет в мой город/регион?

2. Какие проблемы он решает?



Зачем турист купит мой тур? Зачем ему научные объекты? Понимает ли он их значение?

3. Чем он отличается от других таких же продуктов?




Что уже есть в моем регионе? Какие туры есть в других регионах? Каковы их преимущества и недостатки? Есть ли место для моего продукта? Каким должен быть мой продукт, чтобы он стал



Важно!

Помните, что в НПТ **потенциальные туристы** — это не только ученые и специалисты в конкретной научной отрасли. Наш **турист** — **не ученый**.

О науке ему нужно рассказывать **популярным**, т.е. **понятным** языком.






Важно!

Ваши потенциальные туристами и экскурсантами — это могут быть и местные жители.

В этом есть свои выгоды и недостатки.

Им многие объекты уже знакомы, их можно показать с альтернативной позиции.



МАРШРУТЫ В РЕГИОНАХ

Где искать конкурентов?



КАРАЧАЕВО-ЧЕРКЕССКАЯ
РЕСПУБЛИКА

ПУТЕШЕСТВИЕ В НАУКУ

ПАРК ТЕМНОГО НЕБА (ОДНОДНЕВНЫЙ МАРШРУТ)

Однодневный маршрут, позволяющий посетить уникальные объекты Специальной астрофизической обсерватории Российской академии наук (САО РАН): Большой Телескоп Альт-Азимутальный (БТА) и Радиотелескоп Академии Наук (РАТАН-600), планетарий и побывать на ночной экскурсии по звездному небу.

Забронировать тур



КАРАЧАЕВО-ЧЕРКЕССКАЯ
РЕСПУБЛИКА

ПУТЕШЕСТВИЕ В НАУКУ

ПАРК ТЕМНОГО НЕБА (ДВУХДНЕВНЫЙ МАРШРУТ)

Программа дает возможность посетить уникальные объекты Специальной астрофизической обсерватории Российской академии наук (САО РАН), планетарий, побывать на ночной экскурсии по звездному небу, а также насладиться красотой региона и отправиться в музей историко-культурного наследия САО РАН в Нижнем Архызе, являющееся памятником архитектуры X-XII веков и в Шоанинский храм – христианский собор, возведённый в конце X века в окружении величественного горного массива.

Забронировать тур



Шаг 2. Изучаем ресурсы

Отбираем объекты – ключевые аттракции, которые заставят, убедят туриста приехать в наш регион/город

Или выбираем форматы работы, которые привлекут местных жителей

Отбираем дополнительные объекты – не научные, а культурные или развлекательные. Определяем их место в нашем продукте.



ЛЕГКО ЛИ
ОРГАНИЗОВАТЬ
ПРОДУКТ НПТ В
НАУКОГРАДЕ?





- Большая часть объектов закрыта для самостоятельных туристов
- Демонстрационные площадки (корпоративные музеи) скучны и показывают документы и грамоты
- Визит-центр (ТИЦ) не адаптирован под научно-популярный туризм
- Нет средств размещения или заняты деловыми гостями, которые приехали вести научную деятельность или заключать контракт
- Местным жителям научные объекты своего города не интересны как досуговые места, они в них работают

Шаг 3. Планируем форматы работы

Как мы «покажем» науку нашим гостям?

Какие интерактивные формы будем использовать?

Кто и на каком этапе будет работать с нашими туристами?

Зачем нужен интерактив?
И есть ли у него обратная
сторона?



Зачем нужен интерактив?
И есть ли у него обратная
сторона?



Гидрокарбонат
Натрия

Лимонная кислота

Цитрат Натрия

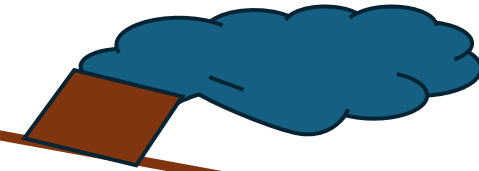
Сравним две программы. Какая из них наиболее эффективная?

Группа экскурсантов приехала из Москвы в Наугоград.

Экскурсия началась с игры на знакомство в автобусе. Потом экскурсанты отправились по местной реке на катере с развлекательной программой. После обеда был визит в центр с виртуальным квестом, программа завершилась в кинотеатре просмотром научно-фантастического фильма.

После встречи экскурсанты отправились в университет, где у них была лекция и осмотр лабораторий и аудиторий. Потом они поехали на обзорную автобусную экскурсию. После обеда был местный краеведческий музей. Далее экскурсантам было предоставлено свободное время

Форматы интерактивных продуктов



	Экскурсия-пробежка	Экс. с элем. спорт ориент.	Плоггинг		
Фотоэкскурсия	Экскурсия-пленер				
Реконструкция				Дегустация	
				Эксперимент	Мастер-класс
		«Мафия» в лаборатории	Сторителлинг ая экскурсия	Иммерсивный променад	Стендап экскурсия
Квест	Расследование	Поиск предателя	Квиз	Киноэкскурсия	Экскурсия с анимацией
Урок-экскурсия	Экспедиция	Проект	Мастер-класс экскурсия	Деловая игра	

Физическое развитие

Развлечение

Тренировка навыков

Обучение

Шаг 4. Определяем технические возможности

1. Какое оптимальное количество туристов в группе?

(Зависит от возможностей объекта, выбранных форматов работы и количества доступных сотрудников)

2. Где ночуем и где едим, и как выбранные места отвечают концепции тура? (Проверяем, не «выпадает» ли турист из создаваемой нами научной атмосферы).

Шаг 5. Считаем примерную стоимость нашего продукта

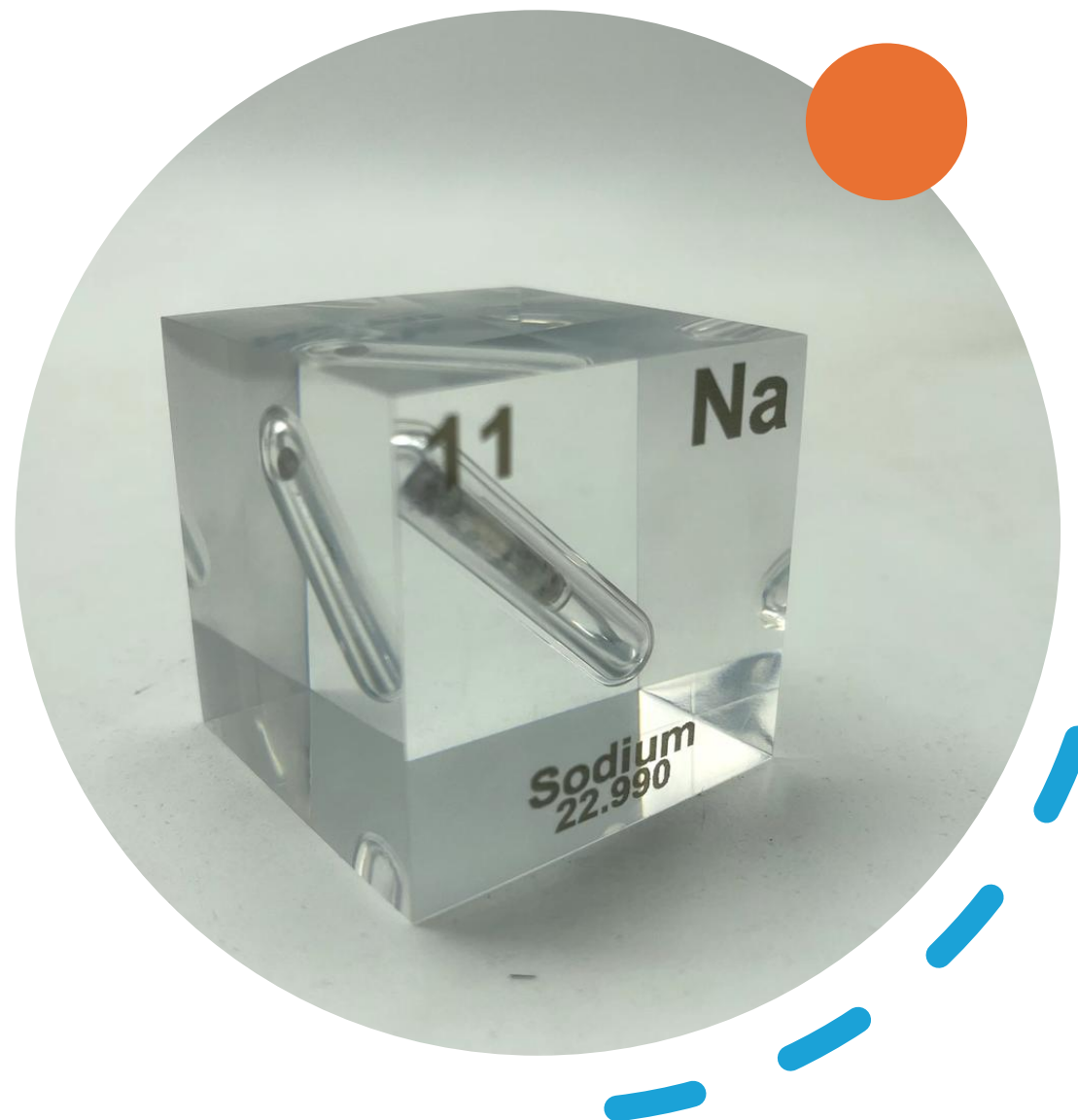
- Нужно посчитать все затраты:
 - Затраты на автобус, гостиницу, питание, входные билеты
 - Затраты на экскурсионное обслуживание
 - Затраты на вспомогательное оборудование
 - Затраты на зарплаты сотрудников, вовлеченных в реализацию продукта
 - Иные затраты и налоги

Убедитесь, что стоимость продукта адекватна возможностям Вашего туриста. Если нет, подумайте где и как можно оптимизировать или сократить себестоимость


$$\begin{array}{l} \text{Себестоимость} \\ + \text{прибыль} \\ = \\ \text{Стоимость продукта} \end{array}$$

Не забудьте усилить эффект

- Подумайте про эмоции и впечатления. Как их можно материализовать?
- Как Ваш турист сможет «увесть» впечатление с собой? Как Вы это осуществите в Вашем туре или на конкретной экскурсии?



Задания

есть у Вас в печатном виде

У тура должно быть оригинальное и уникальное название, которое отражает его концепцию.

Название НП маршрута		Идея (изюминка) тура. Зачем и почему нужно ехать в этот тур	
Целевая аудитория (кто наш турист)		Вам нужно обозначить конкурентное преимущество Вашего тура	
		Конкуренты (есть ли у кого-то такие же предложения и как от них отстроиться)	
Объекты маршрута	Основные (научные)	Чем интересен объект	Проблема включения объекта в маршрут
	Дополнительные (не научные)	Почему нужно включить (увязать с концепцией)	В каком виде туристы увезут впечатления с собой?
Интерактивные виды деятельности (экскурсии, эксперименты, квесты, квизы, лекции и пр.)		Кол-во человек в группе	Где ночуем (кратко)
Деятельность должна соответствовать ЦА		Стоимость тура ориентировочная _____ руб.	Цена продукта должна быть обоснованной

Ваша задача – разработать концепцию научно-популярного маршрута. Для этого у Вас уже есть проектные листы. В процессе работы над концепцией продукта Вы их заполняете

Ваш тур должен быть рассчитан на **2 дня** (то есть, должна быть **1 ночевка**). Тур должен быть оригинальный, обязательно с включением научного объекта и с научной составляющей.

На разработку концепции

отводится **30 минут**

Каждая команда презентует получившийся продукт.

На презентацию от каждой команды отводится не более **3 минут**



**Обсудим
!**



<https://cloud.mail.ru/public/tvwF/bmutE85kc>

**Полезные
ССЫЛКИ**