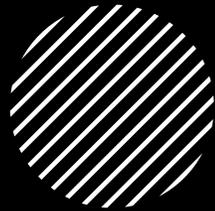




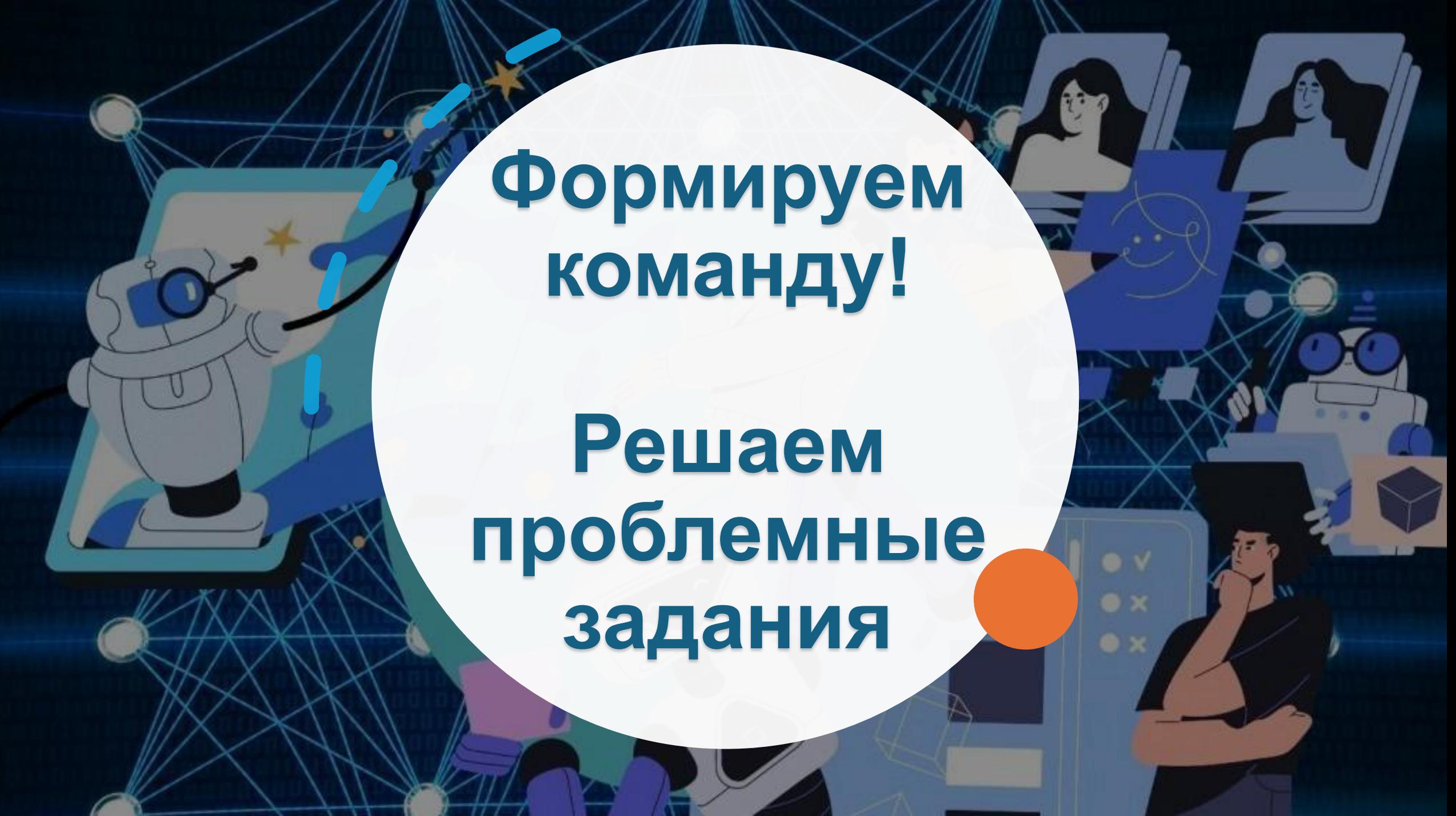
Маршрут  
построен  
!  
**БИЗНЕС-  
ИГРА**



# 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***





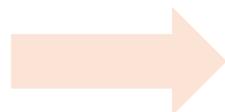
Мы справились!  
Объект готов с  
нами  
сотрудничать!  
Задача  
выполнена!

# Поговорим о специфике разработки научно-популярного маршрута

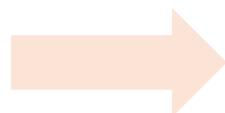
## Шаг 1. Формулируем концепцию маршрута

Отвечаем на вопросы:

1. Кому мой продукт нужен?
2. Какие проблемы он решает?
3. Чем он отличается от других таких же продуктов?



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



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



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

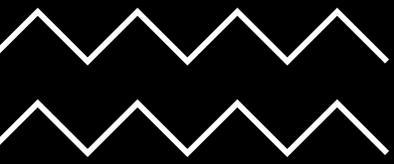


## Шаг 2. Изучаем ресурсы

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?

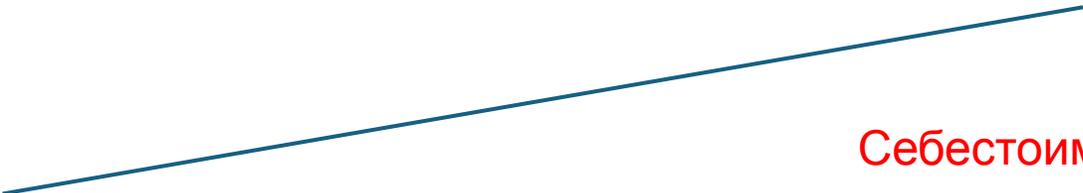
(Зависит от возможностей объекта, выбранных форматов работы и количества доступных сотрудников)

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

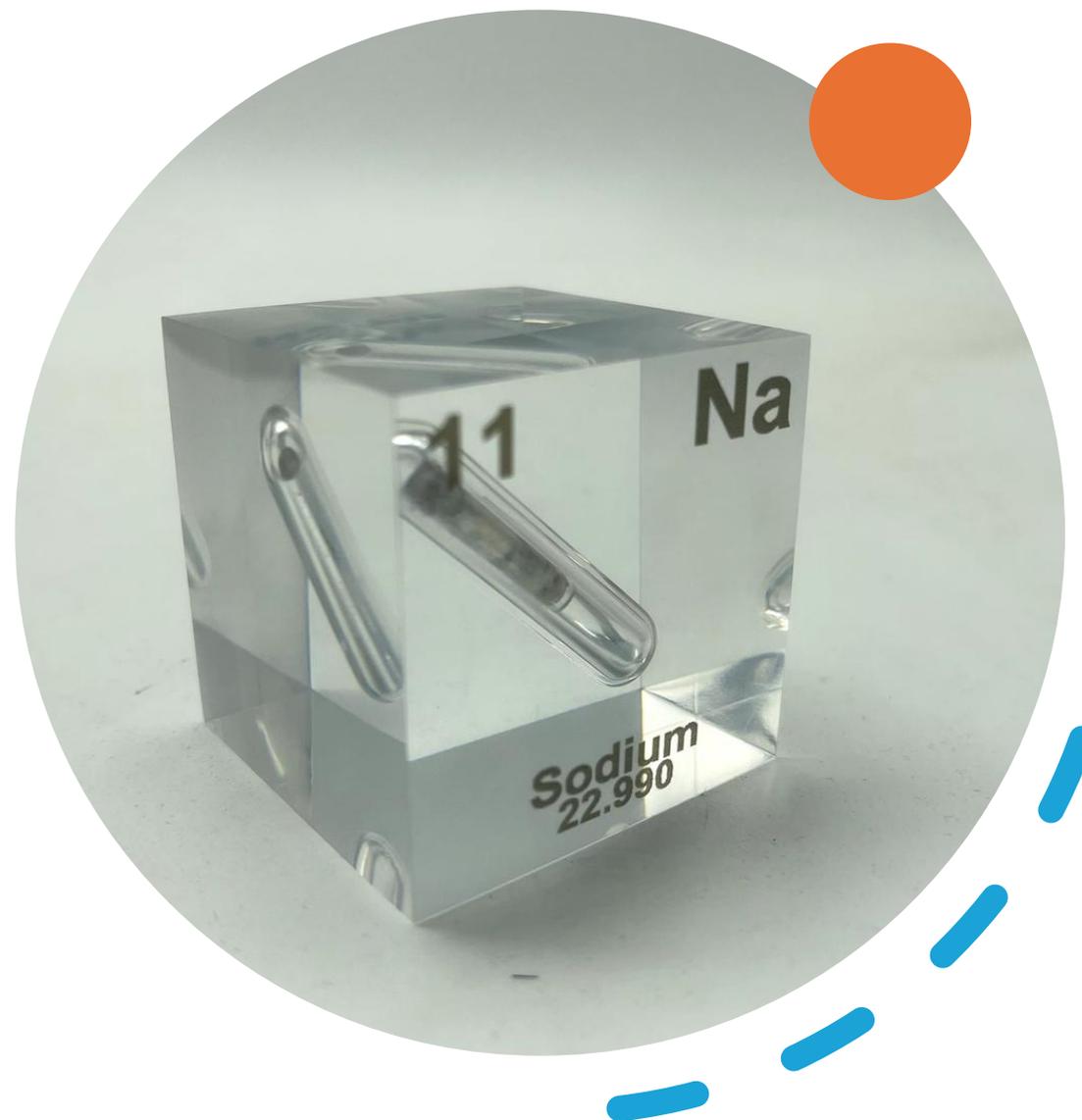
- Нужно посчитать все затраты:
  - Затраты на автобус, гостиницу, питание, входные билеты
  - Затраты на экскурсионное обслуживание
  - Затраты на вспомогательное оборудование
  - Затраты на зарплаты сотрудников, вовлеченных в реализацию продукта
  - Иные затраты и налоги

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


$$\begin{aligned} & \text{Себестоимость} \\ & + \text{прибыль} \\ & = \\ & \text{Стоимость продукта} \end{aligned}$$

# 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 <b>Вам нужно обозначить конкурентное преимущество Вашего тура</b>	
Целевая аудитория (кто наш турист)		Конкуренты (есть ли у кого-то такие же предложения и как от них отстроиться)	
Объекты маршрута	Основные (научные) 1. . 2. . 3. . 4. . 5. .	Чем интересен объект 1. . 2. . 3. . 4. . 5. .	Проблема включения объекта в маршрут 1. . 2. . 3. . 4. .
	Дополнительные (не научные) 1. . 2. . 3. . 4. . 5. .	Почему нужно включить (увязать с концепцией)	
Интерактивные виды деятельности (экскурсии, эксперименты, квесты, квизы, лекции и пр.)		Кол-во человек в группе Где ночуем (кратко)	Стоимость тура ориентировочная _____ руб. <b>Цена продукта должна быть обоснованной</b>
<b>Деятельность должна соответствовать ЦА</b>		Что включено	

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**