

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный гуманитарный университет»
(ФГБОУ ВО «РГГУ»)

ФАКУЛЬТЕТ ВОСТОКОВЕДЕНИЯ И СОЦИАЛЬНО-КОММУНИКАТИВНЫХ НАУК
Кафедра общественных связей, туризма и гостеприимства

**ЦИФРОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ И ЭЛЕКТРОННЫЙ БИЗНЕС В ИНДУСТРИИ
ТУРИЗМА**

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

43.03.02 «Туризм»

Код и наименование направления подготовки/специальности

«Комплексное развитие внутреннего и въездного туризма»

Наименование направленности (профиля)/ специализации

Уровень высшего образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная, очно-заочная*

РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Москва 2023

Цифровые инструменты и электронный бизнес в индустрии туризма
Рабочая программа дисциплины (модуля)

Составитель(и):

к.э.н., доцент, доцент кафедры ОСТиГ А.И. Мосалёв

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания кафедры

№ 7 от 27.02.2023 г.

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Пояснительная записка	4
1.1. Цель и задачи дисциплины	4
1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций	4
1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы	5
2. Структура дисциплины.....	5
3. Содержание дисциплины.....	5
4. Образовательные технологии	7
5. Оценка планируемых результатов обучения.....	7
5.1 Система оценивания	8
5.2 Критерии выставления оценки по дисциплине	8
5.3 Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	9
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.....	11
6.1 Список источников и литературы	11
6.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	12
6.3 Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы	12
7. Материально-техническое обеспечение дисциплины	12
8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов.....	12
9. Методические материалы.....	13
9.1 Планы семинарских/ практических/ лабораторных занятий	13
9.2 Методические рекомендации по подготовке письменных работ	15
9.3 Иные материалы	16
Приложение 1. Аннотация рабочей программы дисциплины	18

1. Пояснительная записка

1.1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины - формирование представления об основных тенденциях развития и сферах применения информационных технологий в индустрии туризма и гостеприимства; изучение современных Интернет-сервисов, IT-решений и приложений для туристического бизнеса; получение базовых знаний и навыков применения WEB-аналитики и Интернет-маркетинга для организации продаж туристических продуктов и услуг

Задачи дисциплины:

- ознакомление с основными тенденциями и процессами в туризме, трансформация которых обусловлена цифровизацией и внедрением цифровых технологий;
- формирование теоретических знаний в области внедрения цифровых технологий в туристской деятельности;
- изучение принципов работы основных цифровых технологий;
- формирование практических навыков внедрения цифровых технологий в сферу туризма новой бизнес-модели.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы компетенций (код и наименование)	Результаты обучения
ПК-4 - Способен организовывать работу исполнителей, принимать решение в организации туристской деятельности, в том числе с учетом социальной политики государства	ПК-4.1 - Осуществляет подбор персонала туристского предприятия в соответствии с профессиональными задачами деятельности	Знать: основы подбора квалифицированных кадров, понимающих принципы работы в цифровой среде с туристами Уметь: определять формы оказания услуг туристам Владеть: навыками выстраивания эффективной коммуникации с потребителями посредством цифрового инструментария
ПК-5 - Способен рассчитать и проанализировать затраты деятельности предприятия туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, обосновать управленческое решение	ПК-5.1 - Вырабатывает управленческие решения на основе результатов анализа деятельности туристского предприятия и предпочтений потребителя	Знать: теоретические основы и понятийный аппарат дисциплины Уметь: определять информационные системы для туристской деятельности Владеть: специальной терминологией электронного бизнеса в индустрии туризма
	ПК-5.3 - Участвует в разработке текущих и перспективных планов реализации туристских продуктов, изучением обслуживаемых направлений и объемов оказываемых услуг	Знать: бизнес-процессы электронной коммерции Уметь: использовать бизнес-модели электронной коммерции в сфере туризма Владеть: навыками построения различных графиков, моделей, схем, в том числе для определения эффективной стратегии электронной коммерции в туризме

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина (*модуль*) «Цифровые инструменты и электронный бизнес в индустрии туризма» относится к обязательной части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана.

Для освоения дисциплины (*модуля*) необходимы знания, умения и владения, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин и прохождения практик: Ознакомительная практика, Управление кадровыми ресурсами в туризме, Введение в профессию, Адаптивные информационно-коммуникативные технологии в профессиональной деятельности.

В результате освоения дисциплины (*модуля*) формируются знания, умения и владения, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик: Технологии сервисной деятельности, Клиентоориентированность в туризме и процедуры обслуживания, Организационно-управленческая практика.

2. Структура дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 академических часа (ов).

Структура дисциплины для очной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
3	Лекции	18
3	Семинары/лабораторные работы	24
Всего:		42

Объем дисциплины (*модуля*) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 66 академических часа(ов).

Структура дисциплины для очно-заочной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
3	Лекции	8
3	Семинары/лабораторные работы	16
Всего:		24

Объем дисциплины (*модуля*) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 84 академических часа(ов).

3. Содержание дисциплины

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание
1	Цифровые инструменты и электронный бизнес в индустрии	Категории взаимодействия в электронных продажах: B2B, B2C, B2G, C2G, C2C. Форматы и

	туризма	протоколы электронной коммерции. Коммерческое использование интернета. Классификация по целям использования электронной торговли brick-and-click. Понятие о цифровой экономике. Роль и место туристической отрасли в цифровой экономике. Цифровая трансформация туристического бизнеса, понятие “Digital Tourism”
2	Туристские интернет - ресурсы	Классификация туристских интернет-ресурсов. Сайты общего назначения. Специализированные порталы и сайты. Порталы профессионалов турбизнеса. Сайты фирм-туроператоров. Сайты фирм турагентств. Взаимосвязь между информационными, интеллектуальными, социальными, культурными, психологическими аспектами при формировании туристического продукта в цифровую эру. Понятие о “цифровой бизнес-экосистеме” в туризме как мультидисциплинарной области знаний.
3	Направления электронного бизнеса в туристской индустрии	Деловая информация в туризме, уровни деловой информации. WEB- присутствие. Web для информирования клиентов об услугах и предложениях. Web консалтинг, партнерские отношения. Sales Promotion. Информационные процессы как часть логистической системы создания туристического продукта. Трансформация данных в знания в туристической отрасли. Понятие о digital user experience. Роль и место digital user experience в туристической отрасли. Формирование цифровой архитектуры в туристической отрасли.
4	Технологии взаимодействия с поставщиками услуг и материальных средств для обеспечения туристского бизнеса	Вопросы безопасности в интернет пространстве. Платежные системы. Финансовые услуги. Атсорсинг виртуальной торговой площадки. Основные преимущества использования Интернет в туристическом бизнесе. Анализ возможностей использования Интернет и электронной коммерции в туристической индустрии, особенности применения и эффективность. Обзор современных Интернет ресурсов – сайты туристических компаний, порталы, поисковые и рекомендуемые сети, социальные сообщества. Обзор систем управления сайтами (CMS).
5	Туристские серверные возможности	Сервера-посредники между туроператором и пользователями. SEO в поисковых системах. Полнофункциональные сервера. Сервера зарубежные. Сравнительный анализ по странам и континентам. Анализ данных в цифровом туризме: роль, место, значение. Понятие web mining. Понятие «рекомендательная система». Обзор существующих рекомендательных систем. Роль рекомендательных систем в современной туристической отрасли. Интеграция рекомендательных систем и социальных сетей.

		Понятие «BI-система». Многомерный анализ данных (OLAP), прогнозирование в туристическом бизнесе. Современные средства поддержки принятия решения для туриндустрии.
6	Продающие он-лайн ресурсы	Технологии построения он-лайн ресурсов для побуждения к приобретению услуг туристской фирмы. Особенности конструирования продающих сайтов. Модули он-лайн бронирований на сайте. Интеграция модулей с целевыми сегментами туриндустрии. Формы оплаты он-лайн. Интеграция с PMS средств размещения. Функции e-mail, SMM маркетинга. Интеграция с картографическими ресурсами. Мобильная версия сайта. Обзор социальных сетей. Возможности и практические подходы использования социальных сетей и сообществ в туриндустрии. Понятие social media mining. Основные операционные системы для мобильных устройств. Основные отличия приложений для мобильных устройств. Тренды развития туристических приложений для мобильных устройств
7	Эффективное управление электронным бизнесом	Интегрирование Channel Manager с туроператорами и системами бронирования. Механизмы бизнес-правил в управлении гибкостью продаж (СТА, CTD, Closed, MinLOS, MinLOSArrival, Full Pattern LOS, MaxLOS, MaxAdvBooking и др.). Обновление информации в каналах. Интеграция с АСУ. Управление прямыми продажами на сайте. Интеграция модулей бронирования в поисковые системы Yandex, Google и других. Понятие digital-маркетинга в отеле: цели, задачи, методы реализации и оценка. Комплексная маркетинговая стратегия. Основные инструменты digital-маркетинга в отеле
8	Продвижение туристских услуг через интернет	Нижний уровень он-лайн рекламы. Верхний уровень рекламы – содержательная реклама. Требования к содержательной рекламе. Методы продвижения туристских интернет-ресурсов. Электронные туристские агентства: ADS, GDS, IDS. Оценка эффективности работы инструментов digital-маркетинга. Принципы работы с аналитикой. Инструменты digital-маркетинга для разных типов отелей. Особенности внедрения и оценки в туристическом, загородном, бизнес-отелях

4. Образовательные технологии

Для проведения учебных занятий по дисциплине используются различные образовательные технологии. Для организации учебного процесса может быть использовано электронное обучение и (или) дистанционные образовательные технологии.

5. Оценка планируемых результатов обучения

5.1 Система оценивания

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль:		
- опрос	5 баллов	30 баллов
- участие в дискуссии на семинаре	5 баллов	10 баллов
- контрольная работа (темы 1-2)	10 баллов	10 баллов
- контрольная работа (темы 3-4)	10 баллов	10 баллов
Промежуточная аттестация –зачёт		40 баллов
Итого за семестр		100 баллов

Полученный совокупный результат конвертируется в традиционную шкалу оценок и в шкалу оценок Европейской системы переноса и накопления кредитов (European Credit Transfer System; далее – ECTS) в соответствии с таблицей:

100-балльная шкала	Традиционная шкала		Шкала ECTS
95 – 100	отлично	зачтено	A
83 – 94			B
68 – 82	хорошо		C
56 – 67	удовлетворительно		D
50 – 55			E
20 – 49	неудовлетворительно	не зачтено	FX
0 – 19			F

5.2 Критерии выставления оценки по дисциплине

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
100-83/ A,B	отлично/ зачтено	Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации. Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения. Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе. Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».
82-68/ C	хорошо/ зачтено	Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей. Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами. Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе. Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне –

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
		«хороший».
67-50/ D,E	удовлетво- рительно/ зачтено	Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации. Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами. Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине. Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».
49-0/ F,FX	неудовлет- ворительно/ не зачтено	Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации. Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами. Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине. Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.

5.3 Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Вопросы для проведения зачёта

1. Понятие электронных рынков в туриндустрии, их виды и особенности.
2. Внутриорганизационные информационные системы: назначение и структура.
3. Отличительные черты бизнес-моделей электронного бизнеса.
4. Перспективы развития электронной коммерции в туризме.
5. Электронная коммерция: позитивные и проблемные стороны
6. Факторы, определяющие состояние и темпы развития электронного бизнеса.
7. Влияние глобализации экономики на формирование виртуальных тур. сообществ.
8. Роль электронной коммерции в решении социальных проблем.
9. Влияние электронной коммерции на трансформацию организационно-управленческих моделей бизнес-систем.
10. Виды бизнес-моделей электронного сбыта и их влияние на формирование электронных рынков.
11. Технология обслуживания покупателей в режиме реального времени.
12. Модели электронных туроператоров.
13. Виды платежных систем в электронной коммерции.
14. Модели защиты информации в электронной коммерции.
15. Влияние электронной коммерции на традиционные формы работы с индивидуальными туристами и группами.
16. Исследование сегментных туристских групп в электронной коммерции.

17. Модели рекламы на сайтах, особенности их применения, преимущества и недостатки.
18. Основные принципы формирования стратегии рекламы в электронной коммерции.
19. Особенности рекламы рынков товаров и услуг в Интернет.
20. Использование электронной коммерции в индустрии услуг.
21. Технология принятия управленческих решений при использовании модели электронной коммерции B2B, B2C, B2G.
22. Влияние электронной коммерции на структуру промышленности и посредническое звено.
23. Интранет и экстранет: понятия, назначение, практика применения.
24. Стратегическое планирование в электронной коммерции.
25. Проблемы защиты интересов покупателя и продавца в электронной коммерции.
26. Инфраструктура электронной коммерции.
27. Особенности использования электронной коммерции в турагентской деятельности.
28. Перспективы глобализации электронной коммерции в туризме и гостеприимстве.

Примерная тематика контрольных работ

- История развития электронной коммерции.
- Перспективы развития электронной коммерции в России.
- Международные организации, регламентирующие порядок ведения электронной коммерции.
- В чём выражается актуальность проблемы правового регулирования интеллектуальной собственности в сети Интернет?
- Как сеть Интернет влияет на общественные отношения по поводу интеллектуальной собственности?
- В чём выражаются основные сложности защиты прав на объекты интеллектуальной собственности в сети Интернет и каковы возможные пути их преодоления? Что такое «цифровая дилемма»?
- Дайте общую характеристику объектов интеллектуальной собственности в сети Интернет.
- Перечислите основные законодательные акты РФ в области охраны интеллектуальной собственности. Соответствуют ли они современным задачам?
- Какие документы, регулирующие отношения по поводу интеллектуальной собственности, приняты за рубежом?
- В чём заключается основные проблемы правового регулирования объектов авторского права в сети Интернет?

Примерные варианты тестовых заданий

1. Какая категория потребительских товаров обладает высокой степенью продаж через Интернет?
 - А) товары особого спроса;
 - Б) товары повседневного спроса;
 - В) товары пассивного спроса;
 - Г) товары предварительного выбора.
2. К какому типу электронной коммерции относится электронный аукцион?
 - А) B2B;
 - Б) B2C;
 - В) C2C.
3. Провайдер интернет-услуг – это
 - А) коммерческая фирма, обеспечивающая доступ в Интернет за плату;
 - Б) коммерческая или некоммерческая фирма, управляющая web-страницами;
 - В) коммерческая фирма, обеспечивающая доступ в Интернет и оказывающая основные и дополнительные услуги.
4. Фирма-эквайер осуществляет

- А) электронные продажи;
 - Б) доставку товаров;
 - В) авторизацию и проведение платежей.
5. Специальные службы, предназначенные для управления банковским счетом – это
- А) электронные платёжные системы;
 - Б) системы интернет-банкинга;
 - В) системы платежей при помощи кредитных карт.
6. Для определения эффективности ЭК показатели сравниваются
- А) с установленной нормой;
 - Б) между собой;
 - В) с критерием эффективности.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1 Список источников и литературы

Источники

Основные

Решение Коллегии Евразийской экономической комиссии от 27.01.2015 N 5 "Об утверждении Правил электронного обмена данными в интегрированной информационной системе внешней и взаимной торговли".

Распоряжение Правительства РФ от 20.09.2019 N 2129-р «Об утверждении Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года»

Постановление Правительства РФ от 08.06.2019 N 747 "Об утверждении Правил создания и функционирования единой информационной системы электронных путевок, структуры единой информационной системы электронных путевок и условий предоставления содержащейся в единой информационной системе электронных путевок информации"

Федеральный закон "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации" от 24.11.1996 N 132-ФЗ ((с изм. и доп.).

Дополнительные

Морозов М.А. Информационные технологии в туристской индустрии: учебник для студентов вузов по напр. подгот. "Туризм" / М.А. Морозов, Н.С. Морозова; РЭУ им. Г.В. Плеханова - Москва: КноРус, 2017. - 276 с. - Текст: непосредственный. - Бакалавриат. - То же. - 2019. - ЭБС BOOK.ru. — URL: <https://book.ru/book/930429> (дата обращения: 14.10.2019). — Текст: электронный.

Никольская, Е.Ю. Стандартизация и контроль качества гостиничных услуг: учебник / Е.Ю. Никольская, Л.А. Попов, А.П. Ковальчук. — Москва: КноРус, 2019. — 343 с. — (Бакалавриат). — ISBN 978-5-406-06681-2. — ЭБС BOOK.ru. - URL: <https://book.ru/book/929951> (дата обращения: 23.09.2019). — Текст: электронный.

Литература

Основная

Чудновский, А.Д. Информационные технологии управления в туризме: учебное пособие / А.Д. Чудновский, М.А. Жукова. — Москва: КноРус, 2019. — 101 с. — ISBN 978-5-406-06947-9. — ЭБС BOOK.ru. - URL: <https://book.ru/book/931116> (дата обращения: 14.10.2019). — Текст: электронный.

Дорофеев, А.Н. Электронный бизнес: учебное пособие / А.Н.Дорофеев. — Москва: КноРус, 2019. — 143 с. — (Бакалавриат). — ISBN 978-5-406-07172-4. — ЭБС BOOK.ru. - URL: <https://book.ru/book/932306> (дата обращения: 14.10.2019). — Текст: электронный

Дополнительная

Казаков С. П. Влияние социальных медиа на поведение потребителей в индустрии гостеприимства и в туризме: монография / С.П. Казаков. - Москва: Издательский Центр РИОР,

2017 - 98 с. – (Научная мысль). - ISBN 978-5-16-103390-6. - ЭБС Znanium.com. - URL: <http://znanium.com/catalog/product/907606>. - Текст: электронный.

Восколович Н.А. Маркетинг туристских услуг: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Н.А. Восколович - Москва: Юрайт, 2019 - 191 с. - Бакалавр и магистр. Академический курс. - Текст: непосредственный. - То же. — ЭБС Юрайт. — URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/424719> (дата обращения: 18.09.2019). - Текст: электронный.

6.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

Гарант. Информационно-правовой портал - [Электронный ресурс] - режим доступа: <http://www.garant.ru>

Официальный интернет-портал правовой информации - Режим доступа: <http://www.pravo.gov.ru>

Международный институт по унификации частного права (УНИДРУА) — Режим доступа: <http://www.unidroit.org>.

Всемирная туристская организация (ЮНВТО) — Режим доступа: <http://www.unwto.org>

Международная ассоциация гостиниц и ресторанов (IHRA).— Режим доступа: <http://www.ih-ra.com>

Ассоциация отелей, ресторанов и кафе Европейского союза (HOTREC).— Режим доступа: <http://www.hotrec.org>

Национальная электронная библиотека (НЭБ) www.rusneb.ru

ELibrary.ru Научная электронная библиотека www.elibrary.ru

Электронная библиотека Grebennikon.ru www.grebennikon.ru

Cambridge University Press

ProQuest Dissertation & Theses Global

SAGE Journals

Taylor and Francis

JSTOR

6.3 Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

Доступ к профессиональным базам данных: <https://liber.rsuh.ru/ru/bases>

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс
2. Гарант

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для обеспечения дисциплины используется материально-техническая база образовательного учреждения: учебные аудитории, оснащённые компьютером и проектором для демонстрации учебных материалов.

Состав программного обеспечения:

1. Windows
2. Microsoft Office
3. Kaspersky Endpoint Security

8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для слепых и слабовидящих: лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением; письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или могут быть заменены устным ответом; обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс; для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств; письменные задания оформляются увеличенным шрифтом; экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

- для глухих и слабослышащих: лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования; письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме; экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением; письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением; экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих: в печатной форме увеличенным шрифтом, в форме электронного документа, в форме аудиофайла.

- для глухих и слабослышащих: в печатной форме, в форме электронного документа.

- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме, в форме электронного документа, в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих: устройством для сканирования и чтения с камерой SARA SE; дисплеем Брайля PAC Mate 20; принтером Брайля EmBraille ViewPlus;

- для глухих и слабослышащих: автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих; акустический усилитель и колонки;

- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата: передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1; компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

-

9. Методические материалы

9.1 Планы семинарских/ практических/ лабораторных занятий

Тема 1 Электронная коммерция в индустрии туризма

Вопросы для обсуждения:

Категории взаимодействия в электронных продажах: B2B, B2C, B2G, C2G, C2C.
 Форматы и протоколы электронной коммерции.
 Коммерческое использование интернета.
 Классификация по целям использования электронной торговли brick-and-click.

Тема 2 Туристские интернет - ресурсы

Вопросы для обсуждения:

Классификация туристских интернет-ресурсов.
 Сайты общего назначения.
 Специализированные порталы и сайты.
 Порталы профессионалов турбизнеса.
 Сайты фирм-туроператоров.
 Сайты фирм турагентств.

Тема 3. Направления электронного бизнеса в туристской индустрии

Вопросы для обсуждения:

Деловая информация в туризме, уровни деловой информации.
 WEB- присутствие.
 Web для информирования клиентов об услугах и предложениях.
 Web консалтинг, партнерские отношения.
 Sales Promotion.

Тема 4. Технологии взаимодействия с поставщиками услуг и материальных средств для обеспечения туристского бизнеса

Вопросы для обсуждения:

Вопросы безопасности в интернет-пространстве.
 Платежные системы.
 Финансовые услуги.
 Атсорсинг виртуальной торговой площадки

Тема 5. Туристские серверные возможности

Вопросы для обсуждения:

Сервера-посредники между туроператором и пользователями.
 SEO в поисковых системах.
 Полнофункциональные сервера.
 Сервера зарубежные.
 Сравнительный анализ по странам и континентам.

Тема 6. Продающие он-лайн ресурсы

Вопросы для обсуждения:

Технологии построения он-лайн ресурсов для побуждения к приобретению услуг туристской фирмы.
 Особенности конструирования продающих сайтов.
 Модули он-лайн бронирований на сайте.
 Интеграция модулей с целевыми сегментами туристской индустрии. Формы оплаты он-лайн.
 Интеграция с PMS средств размещения.
 Функции e-mail, SMM маркетинга.
 Интеграция с картографическими ресурсами.
 Мобильная версия сайта.

Тема 7. Эффективное управление электронным бизнесом

Вопросы для обсуждения:

- Интегрирование Channel Manager с туроператорами и системами бронирования.
- Механизмы бизнес-правил в управлении гибкостью продаж (CTA, CTD, Closed, MinLOS, MinLOSArrival, Full Pattern LOS, MaxLOS, MaxAdvBooking и др.).
- Обновление информации в каналах.
- Интеграция с АСУ.
- Управление прямыми продажами на сайте.
- Интеграция модулей бронирования в поисковые системы Yandex, Google.

Тема 8. Продвижение туристских услуг через интернет

Вопросы для обсуждения:

- Нижний уровень он-лайн рекламы.
- Верхний уровень рекламы – содержательная реклама.
- Требования к содержательной рекламе.
- Методы продвижения туристских интернет-ресурсов.
- Электронные туристские агентства: ADS, GDS, IDS.

Материально-техническое обеспечение занятия:

- Компьютер с выходом в интернет.
- Устройство вывода изображения.
- Звуковые колонки.

9.2 Методические рекомендации по подготовке письменных работ

Студентам необходимо:

1. Ознакомиться с содержанием рабочей программы дисциплины (далее - РПД), с целями и задачами дисциплины, ее связями с другими дисциплинами образовательной программы. РПД, а также все методические разработки по данной дисциплине имеются на образовательном портале и сайте Департамента менеджмента.

2. Ознакомиться с графиком консультаций преподавателей Департамента менеджмента.

Выполнение письменной работы направлено на оценку качества усвоения студентами дисциплины, владения навыками решения практических заданий. При подготовке к выполнению работы студент должен изучить рекомендуемые нормативные правовые акты и учебную литературу, а также повторить ключевые положения и определения по изученным вопросам учебной дисциплины. В ходе выполнения работы студент должен проявить знания основных вопросов по темам учебной дисциплины, а также умения решать типовые задачи, формулировать четкие и содержательные ответы на вопросы, проводить сравнительную оценку. Письменная работа предполагает письменный ответ на вопрос, который должен отразить знание студентом понятийного аппарата. При работе учитывается правильность ответов на задания, отсутствие содержательных и терминологических ошибок, соответствие нормативным правовым актам.

Примерная тематика письменных работ

1. Понятие «информационная система». Роль информационных систем в современном мире.
2. Этапы и тренды развития информационных технологий в туристической индустрии. Перспективные направления информатизации туристической отрасли.
3. Понятие «стратегия фирмы». Каким образом информационные технологии могут оказывать влияние на стратегию предприятия туристической индустрии?
4. Конкуренция на рынке туристических услуг и взаимосвязь между конкурентоспособностью и информационными технологиями.
5. Интернет-технологии в индустрии туризма: этапы и основные направления взаимодействия, перспективные тенденции.

6. Электронная коммерция в индустрии туризма.
7. Современные Интернет-ресурсы для туристического бизнеса.
8. Системы управления сайтами (CMS-системы).
9. Применение Web-сервисов в индустрии туризма. Системы он-лайн бронирования.
10. Возможности использования социальных сетей в туристическом бизнесе.
11. Мировая и российская практика использования социальных сетей в туристической индустрии.
12. Понятия «рекомендательная система». Роль рекомендательных систем в современном туристическом бизнесе.
13. Взаимосвязь рекомендательных систем и социальных сетей в туристической индустрии. Основные тенденции развития рекомендательных и поисковых систем для турбизнеса.
14. Современные мобильные платформы. Мобильные приложения для туризма: основные особенности, практики использования.
15. Мобильные приложения для туризма: архитектура и технологии.
16. Понятие “business intelligence” и «BI-система». Методы анализа и прогнозирования в туристическом бизнесе.
17. Системы поддержки принятия решений в туристическом бизнесе.
18. Методы продвижения туристических услуг в Интернет: основные особенности, преимущества, эффективность.
19. Средства WEB-аналитики. Интернет-маркетинг туристических услуг.
20. Какие основные задачи стоят перед digital-маркетингом в независимом и сетевом отеле? 21. Какие маркетинговые методы используются для реализации digital-маркетинга?
22. С помощью каких инструментов аналитики можно оценить эффективность digital-маркетинга?
23. Что включает в себя комплексная маркетинговая стратегия?
24. Какие основные инструменты digital-маркетинга могут применяться в отеле?
25. Какие параметры работы с аналитикой можно выделить?
26. Какие инструменты digital-маркетинга могут применяться в разных типах отелей и других объектах гостеприимства (бизнес, загородный, курортный, санаторий, мини-отель, сеть отелей, хостел)?
27. Каковы алгоритмы внедрения digital-стратегии в туристическом, загородном и бизнес отелях?
28. Понятие эффективности digital-маркетинга в отеле.
29. Какие инструменты можно использовать для оценки эффективности digital-маркетинга в туристическом, загородном и бизнес-отелях?
30. Какие функции выполняет специалист по digital-маркетингу в отеле?
31. Какие основные требования к знаниям и компетенциям специалиста по digital-маркетингу?
32. Какие методы контроля специалиста по digital-маркетингу в отеле существуют?
33. Какие функции и возможности CRM-системы в работе отеля?

9.3 Иные материалы

Одной из форм самостоятельной работы студента является подготовка сообщений и докладов, для обсуждения их на семинарском занятии.

Цель сообщений и доклада - развитие у студентов навыков аналитической работы с научной литературой, анализа дискуссионных научных позиций, аргументации собственных взглядов. Подготовка научных докладов также развивает творческий потенциал студентов.

Темы докладов определяются преподавателем и распределяются между студентами с учетом их интересов. Доклад готовится под руководством преподавателя, который ведет практические (семинарские) занятия.

Рекомендации студенту:

- перед началом работы по написанию доклада с преподавателем согласовывается структура доклада, выделяются вопросы, на которые следует обратить особое внимание (при подготовке доклада по применению нормативных документов, регламентирующих отдельные вопросы реализации кризис- диагностики), по проблемным и дискуссионным теоретическим вопросам согласовать литературу, на основе которой будут выстраиваться основные положения доклада, а также обсудить ключевые вопросы, которые следует раскрыть в докладе;

выступить на семинарском занятии с 10-15 минутной презентацией своего доклада, ответить на вопросы студентов группы.

Требования:

- к оформлению доклада в форме презентации. На титульном листе указывается наименование учебного заведения, название кафедры, наименование дисциплины, тема доклада, ФИО студента;

- к структуре доклада - оглавление, введение (указывается актуальность, цель и задачи), основная часть, выводы автора, список литературы (не менее 5 позиций). Объем согласовывается с преподавателем. В конце работы ставится дата ее выполнения и подпись студента, выполнившего работу.

Общая оценка за доклад учитывает содержание доклада, его презентацию, а также ответы на вопросы.

Вопросы на самостоятельное изучение:

Система обмена данными EDI.

Система обмена данными TDCC.

Спецификации EDIFACT.

Туристские порталы и разделы mail.ru rambler.ru Yandex.ru google.com.

Проект Gismeteo.tourism.

Туристские порталы 100 дорог, .Трэвел ру.

Рынок электронных сделок.

Рынок сетевых коммуникаций в туризме.

Рынок программного обеспечения в туризме.

Системы анализа отраслевых рынков.

Обмены баннерами между партнерами.

Информация о маркетинговых программах турбизнеса.

Ресурсы обратной связи с потребителями туруслуг.

Протоколы SSL.

Протоколы SET.

Платежные системы туроперейтинга и турагентской деятельности.

Продающие платформы крупных российских туроператоров.

Сервисные возможности ТО стран СНГ.

Платформы ТО стран ЕС, Африки и Америки.

Российские и зарубежные продукты Channel Manager.

Агрегаторы и каналы продаж туристских услуг он-лайн.

Управление конверсией и посадочными модулями в поисковых машинах.

Особенности работы отдельных система ADS бронирования.

Особенности работы отдельных система GDS бронирования.

Особенности работы отдельных система IDS бронирования.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина (*модуль*) реализуется на *факультете востоковедения и социально-коммуникативных наук кафедрой общественных связей, туризма и гостеприимства*.

Цель дисциплины - формирование представления об основных тенденциях развития и сферах применения информационных технологий в индустрии туризма и гостеприимства; изучение современных Интернет-сервисов, IT-решений и приложений для туристического бизнеса; получение базовых знаний и навыков применения WEB-аналитики и Интернет-маркетинга для организации продаж туристических продуктов и услуг

Задачи дисциплины:

- ознакомление с основными тенденциями и процессами в туризме, трансформация которых обусловлена цифровизацией и внедрением цифровых технологий;
- формирование теоретических знаний в области внедрения цифровых технологий в туристской деятельности;
- изучение принципов работы основных цифровых технологий;
- формирование практических навыков внедрения цифровых технологий в сферу туризма новой бизнес-модели.

Дисциплина (*модуль*) направлена на формирование следующих компетенций:

ПК-4.1 - Осуществляет подбор персонала туристского предприятия в соответствии с профессиональными задачами деятельности

ПК-5.1 - Вырабатывает управленческие решения на основе результатов анализа деятельности туристского предприятия и предпочтений потребителя

ПК-5.3 - Участвует в разработке текущих и перспективных планов реализации туристских продуктов, изучением обслуживаемых направлений и объемов оказываемых услуг

В результате освоения дисциплины (*модуля*) обучающийся должен:

Знать: основы подбора квалифицированных кадров, понимающих принципы работы в цифровой среде с туристами

Уметь: определять формы оказания услуг туристам

Владеть: навыками выстраивания эффективной коммуникации с потребителями посредством цифрового инструментария.

По дисциплине (*модулю*) предусмотрена промежуточная аттестация в форме *зачета*.

Общая трудоемкость освоения дисциплины (*модуля*) составляет 3 зачетные единицы.