

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

«Технология и организация экскурсионных услуг (международный туризм)»

Наименование направленности (профиля)/ специализации

Уровень высшего образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная, очно-заочная*

РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Москва 2022

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

№ 8 от 31.03.2022 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	9
5.1 Система оценивания	9
5.2 Критерии выставления оценки по дисциплине	9
5.3 Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	10
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	12
6.1 Список источников и литературы	12
6.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» ...	13
6.3 Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы	13
7. Материально-техническое обеспечение дисциплины	13
8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов	13
9. Методические материалы	14
9.1 Планы семинарских/ практических/ лабораторных занятий	14
9.2 Методические рекомендации по подготовке письменных работ	18
9.3 Иные материалы	20
Приложение 1. Аннотация рабочей программы дисциплины	22

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 Pettern 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

№ п/п	Наименование раздела	Виды учебных занятий	Образовательные технологии
1	Цифровые инструменты и электронный	Лекция 1. Семинар 1. Самостоятельная	Обзорная лекция Развернутая беседа с обсуждением доклада Консультирование и проверка домашних

	бизнес в индустрии туризма	работа	заданий посредством электронной почты
2	Туристские интернет - ресурсы	Лекция 2. Семинар 2. Самостоятельная работа	Обзорная лекция Развернутая беседа с обсуждением доклада. Решение ситуационных задач. Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты
3	Направления электронного бизнеса в туристской индустрии	Лекция 3. Семинар 3. Самостоятельная работа	Обзорная лекция Развернутая беседа с обсуждением доклада. Решение ситуационных задач. Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты
4	Технологии взаимодействия с поставщиками услуг и материальных средств для обеспечения туристского бизнеса	Лекция 4. Семинар 4. Самостоятельная работа	Обзорная лекция Развернутая беседа с обсуждением доклада. Решение ситуационных задач. Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты
5	Туристские серверные возможности	Лекция 5 Семинар 5. Самостоятельная работа	Обзорная лекция Развернутая беседа с обсуждением доклада. Решение ситуационных задач. Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты
6	Продающие онлайн ресурсы	Лекция 6. Семинар 6. Самостоятельная работа	Обзорная лекция Развернутая беседа с обсуждением доклада. Решение ситуационных задач. Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты
7	Эффективное управление электронным бизнесом	Лекция 7. Семинар 7. Самостоятельная работа	Обзорная лекция Развернутая беседа с обсуждением доклада. Решение ситуационных задач. Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты
8	Продвижение туристских услуг через интернет	Лекция 8. Семинар 8. Самостоятельная работа	Обзорная лекция Развернутая беседа с обсуждением доклада. Решение ситуационных задач. Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты

В период временного приостановления посещения обучающимися помещений и территории РГГУ для организации учебного процесса с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий могут быть использованы следующие образовательные технологии:

- видео-лекции;
- онлайн-лекции в режиме реального времени;
- электронные учебники, учебные пособия, научные издания в электронном виде и доступ к иным электронным образовательным ресурсам;
- системы для электронного тестирования;
- консультации с использованием телекоммуникационных средств.

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 выставляется 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 выставляется 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	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».</p>
49-0/ F,FX	неудовлет- ворительно/ не зачтено	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.</p>

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 докладов

- 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.rsu.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 CE; 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.

Литература

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

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.

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.

Литература

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

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.

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.

Литература

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 ВООК.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 ВООК.ru. - URL: <https://book.ru/book/932306> (дата обращения: 14.10.2019). — Текст: электронный

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.

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

Литература

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 ВООК.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 ВООК.ru. - URL: <https://book.ru/book/932306> (дата обращения: 14.10.2019). — Текст: электронный

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.

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.

Литература

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

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.

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 туристической индустрии. Формы оплаты он-лайн.

Интеграция с PMS средств размещения.

Функции e-mail, SMM маркетинга.

Интеграция с картографическими ресурсами.

Мобильная версия сайта.

Литература

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

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.

Тема 7. Эффективное управление электронным бизнесом

Вопросы для обсуждения:

Интегрирование Channel Manager с туроператорами и системами бронирования.

Механизмы бизнес-правил в управлении гибкостью продаж (СТА, СТД, 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.

Литература

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

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.

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.

Литература

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

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.

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.