

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный гуманитарный университет»
(ФГАОУ 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

«Международный и национальный туризм (китайский язык)»

Наименование направленности (профиля)/ специализации

Уровень высшего образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная*

РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Москва 2025

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

№ 4 от 06.12.24 г.

ОГЛАВЛЕНИЕ

| | | |
|------|--|----|
| 1. | <u>Пояснительная записка</u> | 4 |
| 1.1. | <u>Цель и задачи дисциплины</u> | 4 |
| 1.2. | <u>Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций</u> | 4 |
| 1.3. | <u>Место дисциплины в структуре образовательной программы</u> | 5 |
| 2. | <u>Структура дисциплины</u> | 5 |
| 3. | <u>Содержание дисциплины</u> | 5 |
| 4. | <u>Образовательные технологии</u> | 7 |
| 5. | <u>Оценка планируемых результатов обучения</u> | 7 |
| 5.1 | <u>Система оценивания</u> | 7 |
| 5.2 | <u>Критерии выставления оценки по дисциплине</u> | 8 |
| 5.3 | <u>Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине</u> | 9 |
| 6. | <u>Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины</u> | 10 |
| 6.1 | <u>Список источников и литературы</u> | 10 |
| 6.2 | <u>Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</u> | 11 |
| 6.3 | <u>Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы</u> | 12 |
| 7. | <u>Материально-техническое обеспечение дисциплины</u> | 12 |
| 8. | <u>Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов</u> | 12 |
| 9. | <u>Методические материалы</u> | 13 |
| 9.1 | <u>Планы семинарских/ практических/ лабораторных занятий</u> | 13 |
| 9.2 | <u>Методические рекомендации по подготовке письменных работ</u> | 15 |
| 9.3 | <u>Иные материалы</u> | 16 |
| | <u>Приложение 1. Аннотация рабочей программы дисциплины</u> | 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).

3. Содержание дисциплины

| № | Наименование раздела дисциплины | Содержание |
|---|---|---|
| 1 | Цифровые инструменты и электронный бизнес в индустрии туризма | 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. 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 рекомендующие 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 туристической индустрии. |
| 6 | Продающие он-лайн ресурсы | Технологии построения он-лайн ресурсов для побуждения к приобретению услуг туристической 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. Обзор социальных сетей. Возможности и практические |

| | | |
|---|--|---|
| | | подходы использования социальных сетей и сообществ в туристической индустрии. 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, 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 и других. Понятие digital-маркетинга в отеле: цели, задачи, методы реализации и оценка. Комплексная маркетинговая стратегия. Основные инструменты digital-маркетинга в отеле |
| 8 | Продвижение туристических услуг через интернет | Нижний уровень он-лайн рекламы. Верхний уровень рекламы – содержательная реклама. Требования к содержательной рекламе. Методы продвижения туристических интернет-ресурсов. Электронные туристические 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 | <p>Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>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.</p> <p>Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».</p> |
| 82-68/ C | хорошо/ зачтено | <p>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.</p> <p>Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».</p> |
| 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</p> |

| Баллы/ Шкала ECTS | Оценка по дисциплине | Критерии оценки результатов обучения по дисциплине |
|-------------------------|-------------------------|--|
| | | <p>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 выставляются 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 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

учётom 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.
 Агсорсинг 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 туристической 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 туриндустрии. Перспективные направления информатизации туристической отрасли.

3. Понятие «стратегия фирмы». Каким образом информационные технологии могут оказывать влияние на стратегию предприятия туриндустрии?

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 исполняет 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.