

Документ подписан Министерством науки и высшего образования Российской Федерации
Информация о владельце:
ФИО: Макаренко Елена Николаевна
Должность: Ректор
Дата подписания: 06.11.2024 11:27:03
Уникальный программный ключ:
c098bc0c1041cb2a4cf926cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2dbd7c78

УТВЕРЖДАЮ
Директор Института магистратуры
Иванова Е.А.
«03» июня 2024г.

**Рабочая программа дисциплины
Электронный туризм**

Направление 43.04.02 Туризм
магистерская программа 43.04.02.01 "Проектирование в индустрии туризма"

Для набора 2024 года

Квалификация
Магистр

КАФЕДРА Антикризисное и корпоративное управление**Распределение часов дисциплины по курсам**

Курс Вид занятий	2		Итого	
	УП	РП		
Практические	8	8	8	8
Итого ауд.	8	8	8	8
Контактная работа	8	8	8	8
Сам. работа	60	60	60	60
Часы на контроль	4	4	4	4
Итого	72	72	72	72

ОСНОВАНИЕ

Учебный план утвержден учёным советом вуза от 26.03.2024 протокол № 13.

Программу составил(и): к.э.н., доцент, Синюк Т. Ю.

Зав. кафедрой: к.э.н., доц. Синюк Т.Ю.

Методическим советом направления: к.э.н., доц. Синюк Т.Ю.

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

- | | |
|-----|---|
| 1.1 | Цель - ознакомление обучающихся с основами и современными тенденциями электронного туризма, а также развитие навыков применения цифровых технологий в туристической отрасли, приобретение знаний о том, как использовать интернет-ресурсы, мобильные приложения и другие цифровые инструменты для планирования, организации и продвижения туристических услуг, анализировать электронные платформы, понимать предпочтения туристов и разрабатывать стратегии, способствующие развитию устойчивого и эффективного туризма. |
|-----|---|

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

УК-2:Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла

ПК-4:Способен осуществлять научно-аналитическое обоснование выбора организационно- управленческих инноваций для их применения на предприятиях сферы туризма

ПК-2:Способен разрабатывать проекты по внедрению организационно-управленческих инноваций на предприятиях сферы туризма

ПК-7:Готов к диагностике и анализу запросов потребителей, планированию, координации, контролю оптимального варианта процесса сервиса, соответствующего запросам потребителя в индустрии гостеприимства

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

методы управления проектами; этапы жизненного цикла проекта (соотнесено с индикатором УК-2.1.); основы экономики, организации труда и управления, виды организационно-управленческих инноваций, признаки отнесения инноваций к организационно-управленческим, методы управления инновациями и нововведениями, законы и иные нормативно-правовые акты РФ и субъектов РФ в сфере туризма, экскурсионного дела, отраслевые правила и стандарты (соотнесено с индикатором ПК-2.1.); Методы и способы научно-аналитического обоснования выбора организационно- управленческих инноваций для их применения на предприятиях сферы туризма (соотнесено с индикатором ПК-4.1.); алгоритмы проведения исследований российского и зарубежного опыта внедрения инноваций в сфере туризма с учетом запросов целевой аудитории (соотнесено с индикатором ПК-7.1.).

Уметь:

разрабатывать и анализировать альтернативные варианты проектов для достижения намеченных результатов; разрабатывать проекты, определять целевые этапы и основные направления работ (соотнесено с индикатором УК-2.2.); проводить анализ практики применения организационно-управленческих инноваций на предприятиях сферы туризма; проводить оценку экономической эффективности проектов по внедрению организационно-управленческих инноваций на предприятиях сферы туризма, проводить оценку состояния рынка экскурсионных и туристических услуг, разрабатывать программы экскурсионных услуг и проекты запуска туристского продукта (соотнесено с индикатором ПК-2.2.); применять научные методы исследования при проведении экспертизы организационно-управленческих инноваций, планируемых к применению на предприятиях сферы туризма (соотнесено с индикатором ПК-4.2.); разрабатывать рекомендации по внедрению инновационных клиентоориентированных технологий в сфере туризма (соотнесено с индикатором ПК-7.2.)

Владеть:

владеть навыками разработки проектов в избранной профессиональной сфере; методами оценки эффективности проекта, а также потребности в ресурсах (соотнесено с индикатором УК-2.3.); владеть технологиями представления и обоснования перед собственниками бизнеса видов работ по разработке и реализации проектов по внедрению организационно-управленческих инноваций на предприятиях сферы туризма, технологиями разработки и запуска новых туристских продуктов и проектов (соотнесено с индикатором ПК-2.3.); владеть методами проведения научно-аналитического исследования и представления выбора организационно- управленческих инноваций для их применения на предприятиях сферы туризма (соотнесено с индикатором ПК-4.3.); владеть навыками диагностики и анализа запросов потребителей в индустрии гостеприимства, методами совершенствования системы клиентских отношений (соотнесено с индикатором ПК-7.3.)

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Раздел 1. Основы электронного туризма

№	Наименование темы / Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
1.1	Введение в электронный туризм: понятие и значимость Определение электронного туризма: Изучение ключевых терминов и	2	2	ПК-7,УК-2,ПК-2,ПК-	Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2, Л2.3,

	понятий, связанных с электронным туризмом, таких как e-tourism, онлайн-путешествия и цифровые туристические услуги. Значение для индустрии: Рассмотрение влияния электронного туризма на туристическую отрасль, включая увеличение доступности услуг и улучшение клиентского опыта. Трансформация потребительского поведения: Анализ изменения привычек туристов в эпоху цифровизации, включая онлайн-бронирование, отзывы и использование мобильных приложений. / Пр /			4	Л2.4, Л2.5, Л2.6
1.2	История развития электронного туризма и его ключевые элементы Этапы эволюции: Обзор основных этапов развития электронного туризма с конца 20-го века до сегодняшнего дня. Ключевые технологии: Изучение технологий, способствующих росту электронного туризма, таких как интернет, мобильные приложения и системы управления контентом. Формирование новых услуг: Как электронный туризм привел к появлению новых услуг и форматов (например, агрегаторы, онлайн-экскурсии). / Пр /	2	2	ПК-7,УК-2,ПК-2,ПК-4	Л1.1, Л1.4, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5, Л2.6
1.3	Информационные технологии в туристической индустрии Типы технологий: Рассмотрение различных типов информационных технологий, используемых в туризме, включая CRM-системы, системы бронирования и платформы для анализа данных. Искусственный интеллект и большие данные: Как AI и Big Data revolutionize туристическую отрасль, предлагают персонализированные рекомендации и улучшают обслуживание клиентов. Тренды в Технологиях: Изучение новых трендов, таких как виртуальная реальность (VR) и дополненная реальность (AR) в контексте туризма. / Пр /	2	2	ПК-7,УК-2,ПК-2,ПК-4	Л1.1, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5, Л2.6
1.4	Анализ рынка онлайн-туризма: тенденции и прогнозы Текущие тенденции: Изучение основных тенденций на рынке онлайн-туризма, таких как рост мобильного бронирования и изменение предпочтений потребителей. Конкуренция и крупнейшие игроки: Обзор ключевых компаний и платформ на рынке, их стратегии и влияние на индустрию. Будущее онлайн-туризма: Прогнозирование изменений в поведении туристов и развитии технологий в ближайшие годы. / Пр /	2	2	ПК-7,УК-2,ПК-2,ПК-4	Л1.1, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5, Л2.6

Раздел 2. Цифровые технологии в туризме

№	Наименование темы / Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
2.1	Цифровой маркетинг для туристических компаний Основы цифрового маркетинга: Знакомство с инструментами цифрового маркетинга, такими как SEO, PPC, контент-маркетинг и email-маркетинг. Стратегии привлечения клиентов: Методы привлечения и удержания клиентов через цифровые каналы, включая таргетированную рекламу. Оценка эффективности: Как измерять успех маркетинговых кампаний с помощью метрик и аналитики. / Ср /	2	8	ПК-7,УК-2,ПК-2,ПК-4	Л1.1, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5, Л2.6
2.2	Онлайн-ресурсы для планирования путешествий Мобильные приложения и веб-сайты: Обзор популярных приложений и платформ для планирования путешествий. Инструменты для сравнения цен: Как использовать агрегаторы для поиска лучших цен на авиабилеты и отели. Новые подходы: Рассмотрение новых ресурсов, предлагающих уникальные путешествия и опыт. / Ср /	2	10	УК-2,ПК-2	Л1.1, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5, Л2.6
2.3	Правовые аспекты и этика в электронном туризме Законодательство и регулирование: Обсуждение основного законодательства, касающегося электронного туризма, включая законы о защите потребителей и конфиденциальности данных. Этика в электронной коммерции: Вопросы этики и ответственности всех участников процесса — от туристических агентств до клиентов. Проблемы безопасности: Обсуждение вопросов безопасности данных и защиты от мошенничества в электронном туризме. / Ср /	2	6	УК-2,ПК-2	Л1.1, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5, Л2.6
2.4	Анализ успешных примеров использования больших данных. Разработка проекта по внедрению виртуальной реальности в	2	36	УК-2,ПК-2	Л1.1, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2, Л2.3,

	<p>туристический бизнес. Исследование влияния кибербезопасности на потребительские решения. Оценка устойчивости онлайн-платформ для бронирования. Изучение особенностей глобальной и локальной маркетинговой стратегии. Практическое применение ROI в рамках рекламных кампаний. Моделирование сценариев для применения инновационных технологий. Подготовка и защита индивидуальных проектов по улучшению услуг электронного туризма. / Ср /</p>				Л2.4, Л2.5, Л2.6
Раздел 3. Зачет					
№	Наименование темы / Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
3.1	Зачет / Зачёт /	2	4	УК-2, ПК-2	Л1.1, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5, Л2.6

4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Структура и содержание фонда оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации представлены в Приложении 1 к рабочей программе дисциплины.

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.1	Чараев Г. Г., Барикаев Е. Н.	Информационный менеджмент: учеб. пособие для студентов высш. учеб. заведений, обучающихся по напр. подгот. "Информ. менеджмент"	М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012	10
Л1.2	Шубаева В. Г., Сердобольская И. О.	Маркетинговые технологии в туризме: учебник и практикум для спо	Москва: Юрайт, 2023	https://urait.ru/bcode/517928 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л1.3	Стахова Л. В.	Основы туризма: учебник для спо	Москва: Юрайт, 2024	https://urait.ru/bcode/534736 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л1.4	Боголюбов В. С.	Финансовый менеджмент в туризме и гостиничном хозяйстве: учебник для спо	Москва: Юрайт, 2024	https://urait.ru/bcode/542272 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

5.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.1	Медлик С., Инграм Х.	Гостиничный бизнес: учеб. для студентов высш. учеб. заведений, обучающихся по спец. сервиса (230000)	М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012	9
Л2.2	Сурова, Н. Ю., Косов, М. Е.	Искусственный интеллект: монография	Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2021	https://www.iprbookshop.ru/123354.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.3	Скобкин С. С.	Стратегический менеджмент в индустрии гостеприимства и туризма: учебник для спо	Москва: Юрайт, 2023	https://urait.ru/bcode/517932 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.4	Суртаева О. С.	Цифровизация в системе инновационных стратегий в социально-экономической сфере и промышленном производстве: монография	Москва: Дашков и К°, 2023	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=698538 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.5	Охотина Н. М.	Организация музейно-выставочных услуг в туризме: учебное пособие	Йошкар-Ола: Поволжский государственный технологический университет, 2023	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=703554 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.6	Моттола М., Котни М.	Экономика удаленки: как облачные технологии и искусственный интеллект меняют работу: практическое пособие	Москва: Альпина ПРО, 2022	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=707828 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

5.3 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

ИСС «КонсультантПлюс»

ИСС «Гарант» <http://www.internet.garant.ru/>

Федеральный образовательный портал «Экономика Социология Менеджмент» <http://ecsocman.hse.ru>

База статистических данных Росстата <http://www.gks.ru/>

Федеральное агентство по туризму <https://tourism.gov.ru/>

5.4. Перечень программного обеспечения

LibreOffice

5.5. Учебно-методические материалы для студентов с ограниченными возможностями здоровья

При необходимости по заявлению обучающегося с ограниченными возможностями здоровья учебно-методические материалы предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям здоровья и восприятия информации. Для лиц с нарушениями зрения: в форме аудиофайла; в печатной форме увеличенным шрифтом. Для лиц с нарушениями слуха: в форме электронного документа; в печатной форме. Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в форме электронного документа; в печатной форме.

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Помещения для всех видов работ, предусмотренных учебным планом, укомплектованы необходимой специализированной учебной мебелью и техническими средствами обучения:

- столы, стулья;

- персональный компьютер / ноутбук (переносной);

- проектор, экран / интерактивная доска.

7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Методические указания по освоению дисциплины представлены в Приложении 2 к рабочей программе дисциплины.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

1. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

1.1 Показатели и критерии оценивания компетенций:

ЗУН, составляющие компетенцию	Показатели оценивания	Критерии оценивания	Средства оценивания
УК-2: Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла			
З: методы управления проектами; этапы жизненного цикла проекта.	осуществляет поиск и сбор необходимой литературы, использует различные баз данных, современные информационно-коммуникационные технологии и глобальные информационные ресурсы, проводит сбор и обработку данных необходимых деятельности гостиничных предприятий	соответствие проблеме исследования; полнота и содержательность ответа; умение пользоваться дополнительной литературой при подготовке к занятиям; соответствие представленной в ответах информации материалам лекции и учебной литературы	ВЗ – вопросы к зачету (1-27); КЗ- кейсовые задания (1-5); ДИ – деловая игра; Д – доклады (1-10); П – презентации (1-15)
У: разрабатывать и анализировать альтернативные варианты проектов для достижения намеченных результатов; разрабатывать проекты, определять целевые этапы и основные направления	выявляет проблемы, проводит анализ и использует различных источники информации для проведения анализа и оценки разрабатываемых и реализуемых проектов в гостиничном бизнесе	полнота и содержательность ответа; умение отстаивать свою позицию; умение пользоваться дополнительной литературой при подготовке к занятиям; соответствие представленной в ответах информации материалам лекции и учебной литературы, сведениям из информационных ресурсов Интернет	ВЗ – вопросы к зачету (1-27); КЗ- кейсовые задания (1-5); ДИ – деловая игра; Д – доклады (1-10); П – презентации (1-15)
В: владеть навыками разработки проектов в избранной профессиональной сфере; методами оценки эффективности проекта, а также потребности в ресурсах	выполнение заданий, решение поставленных задач в соответствие с проблемой исследования; оценка разрабатываемых и реализуемых проектов в индустрии гостеприимства	соответствие проблеме исследования; полнота и содержательность ответа; умение приводить примеры; умение отстаивать свою позицию; умение пользоваться дополнительной литературой при подготовке к занятиям; соответствие представленной в ответах информации материалам лекции и учебной литературы, сведениям из информационных ресурсов Интернет	ВЗ – вопросы к зачету (1-27); КЗ- кейсовые задания (1-5); ДИ – деловая игра; Д – доклады (1-10); П – презентации (1-15)
ПК-2: Способен разрабатывать проекты по внедрению организационно-управленческих инноваций на предприятиях сферы туризма			
З: основы экономики, организации труда и управления, виды организационно-управленческих инноваций, признаки отнесения инноваций к организационно-управленческим, методы управления инновациями и нововведениями, законы и иные нормативно правовые акты РФ и субъектов РФ в сфере туризма,	осуществляет поиск и сбор необходимой литературы, использует различные баз данных, современные информационно-коммуникационные технологии и глобальные информационные ресурсы, проводит сбор и обработку данных необходимых деятельности гостиничных	соответствие проблеме исследования; полнота и содержательность ответа; умение пользоваться дополнительной литературой при подготовке к занятиям; соответствие представленной в ответах информации материалам лекции и учебной литературы	ВЗ – вопросы к зачету (1-27); КЗ- кейсовые задания (1-5); ДИ – деловая игра; Д – доклады (1-10); П – презентации (1-15)

экскурсионного дела, отраслевые правила и стандарты	предприятий		
У: проводить анализ практики применения организационно-управленческих инноваций на предприятиях сферы туризма; проводить оценку экономической эффективности проектов по внедрению организационно-управленческих инноваций на предприятиях сферы туризма, проводить оценку состояния рынка экскурсионных и туристических услуг, разрабатывать программы экскурсионных услуг и проекты запуска туристского продукта	выявляет проблемы, проводит анализ и использует различных источники информации для проведения анализа и оценки разрабатываемых и реализуемых проектов в гостиничном бизнесе	полнота и содержательность ответа; умение отстаивать свою позицию; умение пользоваться дополнительной литературой при подготовке к занятиям; соответствие представленной в ответах информации материалам лекции и учебной литературы, сведениям из информационных ресурсов Интернет	ВЗ – вопросы к зачету (1-27); КЗ- кейсовые задания (1-5); ДИ – деловая игра; Д – доклады (1-10); П – презентации (1-15)
В: владеть технологиями представления и обоснования перед собственниками бизнеса видов работ по разработке и реализации проектов по внедрению организационно-управленческих инноваций на предприятиях сферы туризма, технологиями разработки и запуска новых туристских продуктов и проектов	выполнение заданий, решение поставленных задач в соответствие с проблемой исследования; оценка разрабатываемых и реализуемых проектов в индустрии гостеприимства	соответствие проблеме исследования; полнота и содержательность ответа; умение приводить примеры; умение отстаивать свою позицию; умение пользоваться дополнительной литературой при подготовке к занятиям; соответствие представленной в ответах информации материалам лекции и учебной литературы, сведениям из информационных ресурсов Интернет	ВЗ – вопросы к зачету (1-24); КЗ- кейсовые задания (1-5); ДИ – деловая игра; Д – доклады (1-10); П – презентации (1-15)
ПК-4: Способен осуществлять научно-аналитическое обоснование выбора организационно- управленческих инноваций для их применения на предприятиях сферы туризма			
З: методы и способы научно-аналитического обоснования выбора организационно-управленческих инноваций для их применения на предприятиях сферы туризма	осуществляет поиск и сбор необходимой литературы, использует различные баз данных, современные информационно-коммуникационные технологии и глобальные информационные ресурсы, проводит сбор и обработку данных необходимых деятельности гостиничных предприятий	соответствие проблеме исследования; полнота и содержательность ответа; умение пользоваться дополнительной литературой при подготовке к занятиям; соответствие представленной в ответах информации материалам лекции и учебной литературы	ВЗ – вопросы к зачету (1-24); КЗ- кейсовые задания (1-5); ДИ – деловая игра; Д – доклады (1-10); П – презентации (1-15)
У: применять научные методы исследования при проведении экспертизы организационно-управленческих инноваций, планируемых к применению на предприятиях сферы туризма; умеет производить выбор научных концепций и методов исследования	выявляет проблемы, проводит анализ и использует различных источники информации для проведения анализа и оценки разрабатываемых и реализуемых проектов в гостиничном бизнесе	полнота и содержательность ответа; умение отстаивать свою позицию; умение пользоваться дополнительной литературой при подготовке к занятиям; соответствие представленной в ответах информации материалам лекции и учебной литературы, сведениям из информационных ресурсов Интернет	ВЗ – вопросы к зачету (1-24); КЗ- кейсовые задания (1-5); ДИ – деловая игра; Д – доклады (1-10); П – презентации (1-15)
В: методами проведения научно-аналитического исследования и представления выбора организационно-управленческих инноваций для их применения на предприятиях сферы туризма	выполнение заданий, решение поставленных задач в соответствие с проблемой исследования; оценка разрабатываемых и реализуемых проектов в индустрии гостеприимства	соответствие проблеме исследования; полнота и содержательность ответа; умение приводить примеры; умение отстаивать свою позицию; умение пользоваться дополнительной литературой при подготовке к	ВЗ – вопросы к зачету (1-24); КЗ- кейсовые задания (1-5); ДИ – деловая игра; Д – доклады (1-10); П – презентации

		занятиям; соответствие представленной в ответах информации материалам лекции и учебной литературы, сведениям из информационных ресурсов Интернет	(1-15)
ПК-7: Готов к диагностике и анализу запросов потребителей, планированию, координации, контролю оптимального варианта процесса сервиса, соответствующего запросам потребителя в индустрии гостеприимства			
З: алгоритмы проведения исследований российского и зарубежного опыта внедрения инноваций в сфере туризма с учетом запросов целевой аудитории	осуществляет поиск и сбор необходимой литературы, использует различные баз данных, современные информационно-коммуникационные технологии и глобальные информационные ресурсы, проводит сбор и обработку данных необходимых деятельности гостиничных предприятий	соответствие проблеме исследования; полнота и содержательность ответа; умение пользоваться дополнительной литературой при подготовке к занятиям; соответствие представленной в ответах информации материалам лекции и учебной литературы	ВЗ – вопросы к зачету (1-24); КЗ- кейсовые задания (1-5); ДИ – деловая игра; Д – доклады (1-10); П – презентации (1-15)
У: разрабатывать рекомендации по внедрению инновационных клиентоориентированных технологий в сфере туризма	выявляет проблемы, проводит анализ и использует различных источники информации для проведения анализа и оценки разрабатываемых и реализуемых проектов в гостиничном бизнесе	полнота и содержательность ответа; умение отстаивать свою позицию; умение пользоваться дополнительной литературой при подготовке к занятиям; соответствие представленной в ответах информации материалам лекции и учебной литературы, сведениям из информационных ресурсов Интернет	ВЗ – вопросы к зачету (1-24); КЗ- кейсовые задания (1-9); ДИ – деловая игра; Д – доклады (1-10); П – презентации (1-15)
В: владеть навыками диагностики и анализа запросов потребителей в индустрии гостеприимства, методами совершенствования системы клиентских отношений	выполнение заданий, решение поставленных задач в соответствии с проблемой исследования; оценка разрабатываемых и реализуемых проектов в индустрии гостеприимства	соответствие проблеме исследования; полнота и содержательность ответа; умение приводить примеры; умение отстаивать свою позицию; умение пользоваться дополнительной литературой при подготовке к занятиям; соответствие представленной в ответах информации материалам лекции и учебной литературы, сведениям из информационных ресурсов Интернет	ВЗ – вопросы к зачету (1-24); КЗ- кейсовые задания (1-9); ДИ – деловая игра; Д – доклады (1-10); П – презентации (1-15)

1.2 Шкалы оценивания:

Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация осуществляется в рамках накопительной балльно-рейтинговой системы в 100-балльной шкале:

Зачет:

50-100 баллов (зачет)

0-49 баллов (незачет)

2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Вопросы к зачету

1. Что такое электронный туризм и каковы его ключевые характеристики?
1. Какую роль играют онлайн-ресурсы в процессе выбора туристического продукта?
2. Какие социально-экономические факторы влияют на развитие электронного туризма?
3. Почему важна кибербезопасность в электронном туризме?
4. Как большие данные могут изменить подходы к маркетингу в туризме?
5. В чем заключаются основные вызовы для онлайн-туристических агентств?
6. Каковы самые эффективные методы привлечения клиентов в электронном туризме?
7. Какие технологии можно использовать для повышения пользовательского опыта?
8. Как можно проанализировать эффективность интернет-рекламы?
9. Почему устойчивость стала важным трендом в электронном туризме?
10. Практическое применение инструментов SEO в туризме
11. Анализ социальных сетей для продвижения туристических услуг
12. Каковы ключевые тренды в развитии веб-технологий для туризма?
13. Что такое цифровая трансформация в туристической отрасли?
14. Как правовые аспекты влияют на операционную деятельность туристических агентств?
15. В чем преимущества и недостатки онлайн-агентств по продаже туров?
16. Как оценить эффективность рекламной кампании в электронном туризме?
17. Какие факторы влияют на выбор туристами онлайн-ресурсов?
18. Как социальные медиа влияют на имидж туристического направления?
19. Кибербезопасность и защита данных в туристических онлайн-сервисах.
20. Интерактивные технологии: виртуальная и дополненная реальность в туристическом бизнесе.
21. Моделирование сценариев для применения инновационных технологий.
22. Использование интернет-технологий для планирования, бронирования и управления туристическими услугами.
23. Использование аналитических инструментов для отслеживания поведения пользователей и оценки эффективности маркетинговых кампаний.
24. Искусственный интеллект и большие данные: как эти технологии помогают в персонализации предложений и улучшении качества обслуживания.
25. Виртуальная и дополненная реальность: как VR и AR используются для создания новых форматов поездок и экскурсий.
26. Защита данных: правила защиты личной информации (например, GDPR в Европе).
27. Права потребителей: права и обязанности потребителей и туристических компаний в области онлайн-бронирования.

Критерии оценивания:

Оценки «зачтено» (от 50 до 100 баллов) заслуживает студент, обнаруживший всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного и нормативного материала, умеющий свободно выполнять задания, предусмотренные программой, усвоивший основную и знакомый с дополнительной литературой, рекомендованной кафедрой.

Также оценка «зачтено» выставляется студентам, обнаружившим полное знание учебного материала, успешно выполняющим предусмотренные в программе задания, усвоившим основную литературу, рекомендованную кафедрой, демонстрирующие систематический характер знаний по дисциплине и способные к их самостоятельному пополнению и обновлению в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности.

Наконец, оценкой «зачтено» оцениваются ответы студентов, показавших знание основного учебного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и в предстоящей работе по профессии, справляющихся с выполнением заданий, предусмотренных программой, но допустившим погрешности в ответе на экзамене и при выполнении контрольных заданий, не носящие принципиального характера, когда установлено, что студент обладает необходимыми знаниями для последующего устранения указанных погрешностей под руководством преподавателя.

Оценка «незачтено» (от 0 до 49 баллов) выставляется студентам, обнаружившим пробелы в знаниях основного учебного материала, допускающим принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий. Такой оценки заслуживают ответы студентов, носящие несистематизированный, отрывочный, поверхностный характер, когда студент не понимает существа излагаемых им вопросов, что свидетельствует о том, что студент не может дальше продолжать обучение

или приступать к профессиональной деятельности без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине

Кейсовые задания

Кейсовое задание 1: Анализ конкурентов

Задача: Выберите три онлайн-платформы для бронирования отелей (например, Booking.com, Airbnb, Agoda). Проведите анализ их функциональности, пользовательского интерфейса и предложений.

Вопросы для анализа:

Каковы ключевые отличия в их подходах к ценообразованию?

Какая платформа предлагает лучший пользовательский опыт?

Как каждая платформа реагирует на отзывы клиентов?

Кейсовое задание 2: Разработка цифровой маркетинговой стратегии

Задача: Вам необходимо создать цифровую маркетинговую стратегию для нового туристического стартапа, который предлагает уникальные путешествия по местам силы в вашем регионе.

Этапы разработки:

Определите целевую аудиторию.

Разработайте план использования социальных сетей для продвижения.

Опишите, как вы будете использовать SEO для привлечения клиентов на сайт.

Кейсовое задание 3: Оценка влияния отзывов

Задача: Исследуйте влияние онлайн-отзывов на репутацию гостиницы.

Вопросы для исследования:

Как отзывы влияют на количество бронирований в отеле?

Какие меры могут предпринять отели для управления отзывами?

Проанализируйте текущие отзывы на платформе TripAdvisor и выявите основные проблемы, с которыми сталкиваются клиенты.

Кейсовое задание 4: Использование данных для персонализации

Задача: Разработайте прототип системы, которая будет использовать большие данные для персонализации предложений туристических услуг для клиентов.

Вопросы для разработки:

Какие данные необходимо собирать для анализа?

Как использовать эти данные для создания индивидуальных предложений?

Опишите примеры успешной реализации таких систем в известных компаниях.

Кейсовое задание 5: Внедрение новых технологий

Задача: Исследуйте возможность внедрения технологий виртуальной и дополненной реальности для туристических компаний, предлагающих экскурсии.

Вопросы для анализа:

Как VR/AR может изменить опыт путешественников?

Какие инвестиции потребуются для внедрения этих технологий?

Опишите успешные примеры использования VR/AR в туристической индустрии.

Критерии оценивания:

- 20 - 25 баллов выставляется обучающемуся, если изложенный материал фактически верен, наличие глубоких исчерпывающих знаний в объеме пройденной темы дисциплины в соответствии с поставленными целями и задачами обучения; грамотное и логически стройное изложение материала при обосновании вывода;

- 14-19 баллов - наличие твердых и достаточно полных знаний в объеме пройденной программы дисциплины в соответствии с целями обучения, четкое изложение материала, допускаются отдельные логические и стилистические погрешности, обучающийся усвоил основную литературу, рекомендованную в рабочей программе дисциплины
- 8-13 баллов - наличие твердых знаний в объеме пройденного курса в соответствии с целями обучения, изложение ответов с отдельными ошибками, уверенно исправленными после дополнительных вопросов; правильные в целом действия по применению знаний на практике;
- 0-7 баллов - ответы не связаны с вопросами, наличие грубых ошибок в ответе, непонимание сущности излагаемого вопроса, неумение применять знания на практике, неуверенность и неточность ответов на дополнительные и наводящие вопросы.

ДЕЛОВАЯ ИГРА

Название игры: "Цифровые горизонты туризма"

Цели игры:

Развитие навыков командной работы.

Изучение основных инструментов и платформ электронного туризма.

Овладение методами продвижения туристических услуг в интернете.

Практическое применение полученных знаний на примере создания виртуального туристического продукта.

Участники:

Команды по 10-15 человек.

Продолжительность:

Игра проходит в течение 4-5 часов.

Описание игры:

Участникам предлагается разделиться на команды, каждая из которых будет представлять туристическое агентство. Задача команд – разработать и представить уникальный туристический продукт, используя электронные ресурсы и платформы.

Этапы игры:

Исследование рынка (1 час):

Команды изучают существующие предложения на рынке электронного туризма, анализируют целевую аудиторию и определяют потребности клиентов.

Создание продукта (1.5 часа):

Разработка концепции туристического продукта, включая описание маршрута, целевую аудиторию, добавление уникальных услуг (гидов, экскурсий, трансферов и т.д.).

Определение методов продвижения: создание лендинга, использование социальных сетей и email-рассылок.

Презентация продукта (1 час):

Каждая команда представляет свой продукт в формате 5-минутной презентации, включая визуальные материалы (например, слайды или рекламные буклеты).

Результаты работы группы презентуются ее представителем в виде короткого доклада, а затем подвергаются обсуждению.

Примечания и рекомендации. Данный вид работы проводится в группах. Число групп участников может быть любым, но не желательно, чтобы число студентов в одной группе выходило за рамки 5-10 человек. Работу группы рекомендуется оценивать не только по качеству представленных результатов, но и по степени участия ее в обсуждении, т. е. по содержанию задаваемых членами группы вопросов и по качеству ответов на задаваемые их докладчику вопросы. Вопросы представителю каждой группы могут задаваться только после того, как оно кончит свой доклад. Отвечать на вопросы может как сам докладчик, так и его команда.

Критерии оценивания:

17-25 баллов, если принимает активное участие в работе группы, предлагает собственные варианты решения проблемы, выступает от имени группы с рекомендациями по рассматриваемой проблеме либо дополняет ответчика; демонстрирует предварительную информационную готовность в игре

13 - 16 баллов, если принимает активное участие в работе группы, участвует в обсуждениях, высказывает типовые рекомендации по рассматриваемой проблеме, готовит возражения оппонентам, однако сам не выступает и не дополняет ответчика; демонстрирует информационную готовность к игре

7-12 баллов, если принимает участие в обсуждении, однако собственной точки зрения не высказывает, не может сформулировать ответов на возражения оппонентов, не выступает от имени рабочей группы и не дополняет ответчика; демонстрирует слабую информационную подготовленность к игре

0-6 балла, если не принимает участия в работе группы, не высказывает никаких суждений, не выступает от имени группы; демонстрирует полную неосведомленность по сути изучаемой проблемы.

Перечень тем для доклада

1. Роль онлайн-ресурсов в процессе выбора туристического продукта?
2. Кибербезопасность в электронном туризме?
3. Эффективные методы привлечения клиентов в электронном туризме?
4. Анализ социальных сетей для продвижения туристических услуг
5. Ключевые тренды в развитии веб-технологий для туризма?
6. Моделирование сценариев для применения инновационных технологий.
7. Использование интернет-технологий для планирования, бронирования и управления туристическими услугами.
8. Использование аналитических инструментов для отслеживания поведения пользователей и оценки эффективности маркетинговых кампаний.
9. Искусственный интеллект и большие данные: как эти технологии помогают в персонализации предложений и улучшении качества обслуживания.
10. Виртуальная и дополненная реальность: как VR и AR используются для создания новых форматов поездок и экскурсий.

Критерии оценки:

- 20-25 баллов выставляется обучающемуся, если он перечисляет все существенные характеристики обозначенного в вопросе предмета и возможные варианты дальнейшего развития решения проблемы, если это возможно;
- 14-19 баллов, если студент раскрыл только часть основных положений вопроса, продемонстрировал неточность в представлениях о предмете вопроса;
- 8-13 баллов, если студент обозначил общую траекторию ответа, но не смог конкретизировать основные компоненты;
- 0- 7 баллов, если студент не продемонстрировал знаний основных понятий, представлений об изучаемом предмете.

Темы презентаций

1. Аналитические сервисы цифрового туризма
2. Примеры лучших практик применения IT решений и приложений в туризме
3. IT-технологии в маркетинге туристической деятельности
4. Роль IT-технологий для направлений smart-туризма, интерпретация в туризме и устойчивый туризм
5. Мировой рынок туристических сервисов
6. Особенности цифровизации туристической индустрии в России
7. Рутбуки – понятие, примеры, лучшие практики
8. Технологичные сервисы в гостиницах

9. Электронная путёвка - <https://eisep.ru/> (вход для туристов): общая характеристика, формат взаимодействия
10. Интерактивные достопримечательности: сервисы и практика применения
11. Электронный гид – лучшие практики и сервисы
12. Технологии идентификации объектов реального мира в информационном пространстве: понятие, описание, примеры
13. Виртуальные туры
14. Системы рекомендаций в туризме: сервис My City Way и его аналоги
15. Биометрический паспорт и практика его внедрения и использования в туризме

Критерии оценки:

- 20-25 баллов выставляется обучающемуся, если он перечисляет все существенные характеристики обозначенного в вопросе предмета и возможные варианты дальнейшего развития решения проблемы, если это возможно, а также максимально широко использует технические возможности программных продуктов и разнородные формы представления информации.
- 14-19 баллов, если раскрыл только часть основных положений вопроса, продемонстрировал неточность в представлениях о предмете вопроса
- 8-13 баллов, если обозначил общую траекторию ответа, но не смог конкретизировать основные компоненты
- 0-7 баллов, если не продемонстрировал знаний основных понятий, представлений об изучаемом предмете

3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Процедуры оценивания включают в себя текущий контроль и промежуточную аттестацию.

Текущий контроль успеваемости проводится с использованием оценочных средств, представленных в п. 2 данного приложения. Результаты текущего контроля доводятся до сведения студентов до промежуточной аттестации.

Промежуточная аттестация проводится в форме экзамена.

Экзамен проводится по расписанию промежуточной аттестации в письменном виде. Количество вопросов в экзаменационном задании – 2. Проверка ответов и объявление результатов производится в день экзамена. Результаты аттестации заносятся в экзаменационную ведомость и зачетную книжку студента. Студенты, не прошедшие промежуточную аттестацию по графику сессии, должны ликвидировать задолженность в установленном порядке.

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебным планом предусмотрены следующие виды занятий:

- практические занятия.

В ходе практических занятий углубляются и закрепляются знания студентов по ряду рассмотренных на лекциях вопросов, развиваются умения управления консалтинговой деятельностью, ее регулирование; навыками межпрофессионального взаимодействия.

При подготовке к практическим занятиям каждый студент должен:

– изучить рекомендованную учебную литературу;

– изучить конспекты лекций;

– подготовить ответы на все вопросы по изучаемой теме.

По согласованию с преподавателем студент может подготовить реферат или презентацию по теме занятия. В процессе подготовки к практическим занятиям студенты могут воспользоваться консультациями преподавателя.

Вопросы, не рассмотренные на практических занятиях, должны быть изучены студентами в ходе самостоятельной работы. Контроль самостоятельной работы студентов над учебной программой курса осуществляется в ходе занятий методом устного опроса. В ходе самостоятельной работы каждый студент обязан прочитать основную и по возможности дополнительную литературу по изучаемой теме, дополнить конспекты лекций недостающим материалом, выписками из рекомендованных первоисточников. Выделить непонятные термины, найти их значение в энциклопедических словарях.

Для подготовки к занятиям, текущему контролю и промежуточной аттестации магистры могут воспользоваться электронно-библиотечными системами. Также обучающиеся могут взять на дом необходимую литературу на абонементе университетской библиотеки или воспользоваться читальными залами.