

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Макаренко Елена Николаевна

Должность:

Дата подписания: 30.06.2026 21:35:58

Уникальный программный ключ:

c098bc0c1041cb2a4cf926cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2dbd7c78

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

УТВЕРЖДАЮ

Начальник

учебно-методического управления

Т.К. Платонова

«25» мая 2026 г.

**Рабочая программа дисциплины
Электронный туризм**

Направление подготовки
43.04.02 Туризм

Направленность (профиль) программы магистратуры
43.04.02.01 Проектирование в индустрии туризма

Для набора 2026 года

Квалификация
Магистр

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

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	2 (1.2)		Итого	
	12 4/6			
Неделя				
Вид занятий	уп	рп	уп	рп
Практические	16	16	16	16
Итого ауд.	16	16	16	16
Контактная работа	16	16	16	16
Сам. работа	56	56	56	56
Итого	72	72	72	72

ОСНОВАНИЕ

Учебный план утвержден учёным советом Университета (протокол № 9 от 03.03.2026 г.).

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

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

Методический совет направления: к.э.н., доцент Т.Ю. Синюк

Директор института магистратуры: д.э.н., профессор Е.А. Иванова

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

ПК-2. Способен разрабатывать проекты по внедрению организационно-управленческих инноваций на предприятиях сферы туризма
ПК-4. Способен осуществлять научно-аналитическое обоснование выбора организационно-управленческих инноваций для их применения 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
УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла

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, краткое содержание	Вид занятия / работы / форма ПА	Семестр / Курс	Количество часов	Компетенции
1.1	Введение в электронный туризм: понятие и значимость Определение электронного туризма: Изучение ключевых терминов и 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	Практические занятия	2	4	ПК-2 ПК-4 ПК-7 УК-2

	услуг и улучшение клиентского опыта. Трансформация потребительского поведения: Анализ изменения привычек туристов в эпоху цифровизации, включая онлайн-бронирование, отзывы и использование мобильных приложений.				
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).	Практические занятия	2	4	ПК-2 ПК-4 ПК-7 УК-2
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.	Практические занятия	2	4	ПК-2 ПК-4 ПК-7 УК-2
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.	Практические занятия	2	4	ПК-2 ПК-4 ПК-7 УК-2

Раздел 2. Цифровые технологии в туризме

№	Наименование темы, краткое содержание	Вид занятия / работы / форма ПА	Семестр / Курс	Количество часов	Компетенции
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.	Самостоятельная работа	2	8	ПК-2 ПК-4 ПК-7 УК-2
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.	Самостоятельная работа	2	10	ПК-2 ПК-4 ПК-7 УК-2
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.	Самостоятельная работа	2	6	ПК-2 ПК-4 ПК-7 УК-2
2.4	Анализ успешных примеров использования больших данных. Разработка проекта по внедрению виртуальной реальности в 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.	Самостоятельная работа	2	28	ПК-2 ПК-4 ПК-7 УК-2

Раздел 3. Зачет

№	Наименование темы, краткое содержание	Вид занятия / работы / форма ПА	Семестр / Курс	Количество часов	Компетенции
3.1	Подготовка к промежуточной аттестации	Зачет	2	4	ПК-2 ПК-4 ПК-7 УК-2

4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

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

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Учебные, научные и методические издания

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Библиотека / Количество
1	Сургаева О. С.	Цифровизация в системе инновационных стратегий в социально-экономической сфере и промышленном производстве: монография	Москва: Дашков и К°, 2023	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
2	Охотина Н. М.	Организация музейно-выставочных услуг в туризме: учебное пособие	Йошкар-Ола: Поволжский государственный технологический университет, 2023	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
3	Васильева О. Н., Казакова А. В., Меркулина И. А., Пономарева М. А., Харитонова Н. А.	Бизнес-планирование в туризме: учебник	Москва: Дашков и К°, 2024	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
4		Современные проблемы сервиса и туризма, 2024, том 18, № 1: научно-практический журнал	Москва: Российский государственный университет туризма и сервиса, 2024	ЭБС «Znanium»

5.2. 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/>

5.3. Перечень программного обеспечения

Операционная система РЕД ОС
Офисный пакет Libre Office (кроссплатформенное свободно распространяемое программное обеспечение)

5.4. Учебно-методические материалы для обучающихся 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

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.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде.

7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

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 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 (1-27); 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	осуществляет поиск и сбор необходимой литературы, использует различные баз данных, современные информационно-коммуникационные технологии и глобальные информационные ресурсы, проводит сбор и обработку данных необходимых	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)

иные нормативно правовые акты РФ и субъектов РФ в сфере туризма, экскурсионного дела, отраслевые правила и стандарты	деятельности гостиничных 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 различные 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 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 (1-5); 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 различные 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 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 (1-5); ДИ – деловая игра; Д – доклады (1-10); П – презентации (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 литературу, рекомендованную кафедрой.

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 разделить 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 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; навыки 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.