

ЕЛЕЦКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ им. И.А. БУНИНА



«УТВЕРЖДАЮ»

Директор института истории и культуры

*[Signature]*

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Б1.О.04.15 Информационно-коммуникационные технологии в туристской деятельности**

**Направление подготовки:** 43.03.02 Туризм

**Направленность (профиль):** Организация туризма; инновационно-информационные технологии в туризме

**Квалификация (степень):** *бакалавр*

**Форма обучения:** *очная*

**Институт:** истории и культуры

**Кафедра:** туризма и гостиничного дела

	очная форма	очно-заочная форма	заочная форма
Курс	1,2		
Семестр/триместр	2,3		

Лекции	36		
Лабораторные занятия	-		
Практические (семинарские) занятия	54		
Консультации	2		
Форма(ы) промежуточной аттестации	Зачет с оценкой -0,2 Экзамен-0,3		
Контроль	18		
Иные формы работы	-		
Самостоятельная работа	69,5		

**Всего часов:** 180

**Трудоемкость:** 5 зачетных единиц.

Разработчик(и) рабочей программы:

Ст. преподаватель Г.Ю. Карасева

## I. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

**Цель изучения дисциплины:** формирование навыков использования технологических новаций и специализированных программных продуктов в сфере туризма и гостеприимства.

**Задачи изучения дисциплины:**

- изучение современных информационных технологий, которые позволяют создавать и реализовывать конкурентный туристский продукт;
- развитие умений и навыков студента по использованию прикладного программного обеспечения в туристской индустрии.

**Место дисциплины в структуре ОПОП:** реализуется в рамках обязательной части блока Б1. Дисциплины (модули).

**Планируемые результаты обучения по дисциплине:**

Код компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ОПК-4	<b>Знать:</b> основные каналы сбыта туристских продуктов и услуг, а также их продвижения, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет	<b>Знает:</b> основные информационные и коммуникационные технологии, применяемые в управлении туристским предприятием, а также при продвижении туристских продуктов и услуг, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет
	<b>Уметь:</b> - осуществлять маркетинговые исследования туристского рынка, потребителей, конкурентов, в т.ч. с целью обоснования и разработки системы новых экскурсионных маршрутов	<b>Умеет:</b> - использовать возможности информационно-коммуникационных технологий, применяемых при маркетинговых исследованиях туристского рынка, потребителей, конкурентов
	<b>Владеть:</b> навыками формирования каналов сбыта туристских продуктов и услуг, а также их продвижения, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет	<b>Владеет:</b> навыками использования информационно-коммуникационных технологий при формировании каналов сбыта туристских продуктов и услуг, а также их продвижения
ОПК-5	<b>Знать:</b> производственно-экономические показатели предприятий туристской сферы; показатели экономической эффективности организаций сферы	<b>Знает:</b> прикладные программы, позволяющие рассчитывать и анализировать затраты в соответствии с потребительским рынком и принятыми решениями;

	туризма	производственно-экономические показатели туристской фирмы
	<b>Уметь:</b> определять, анализировать, оценивать производственно-экономические показатели предприятий туристской сферы; принимать экономически обоснованные управленческие решения	<b>Умеет:</b> использовать существующие пакеты прикладных программ для решения конкретных задач профессиональной деятельности в туристской индустрии; принимать экономически обоснованные управленческие решения в области интернет-продаж туруслуг
	<b>Владеть:</b> навыками обеспечения экономической эффективности туристского предприятия	<b>Владеет:</b> навыками интернет-торговли туристскими услугами

## II. СОДЕРЖАНИЕ И ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу

### Очная форма обучения

№ п/п	Наименование разделов и тем	Всего	Аудиторные занятия			Сам. раб.
			ЛК	ПЗ	ЛБ	
1.	Тема 1. Понятие информационных технологий. Информационные технологии в туристской индустрии	16	4	4	0	8
2.	Тема 2. Государственные и муниципальные информационные системы в туризме	16	4	4	0	8
3.	Тема 3. Понятие электронной коммерции	24	8	8	0	8
4.	Тема 4. Классификация и характеристика туристских интернет-ресурсов	15,8	2	2	0	11,8
	<i>Зачет с оценкой</i>	0,2	-	-	-	-
	<i>Итого за 2 семестр</i>	72	18	18	0	35,8
5.	Тема 5. Западные системы бронирования	16	4	4	0	8
6.	Тема 6. Основные направления использования Интернета в туризме	16	4	4	0	8
7.	Тема 7. Характеристика основных специализированных российских и зарубежных туристских серверов	16	2	6	0	8
8.	Тема 8. Корпоративный веб-сайт.	21,7	6	14	0	8

9.	Тема 9. Стандартное программное обеспечение офиса туристского предприятия	20	4	8	0	9,7
	Экзамен	0,3	-	-	-	-
	Контроль	18	-	-	-	-
	Консультация	2	-	-	-	-
	Итого за 3 семестр	110	18	36	0	33,7
	ИТОГО:	180	24	24	0	69,5

**Очно-заочная форма обучения не реализуется**

**Заочная форма обучения не реализуется**

### **III. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Текущая аттестация проводится в форме теста.

#### **Типовой вариант теста**

#### **1. Характеристика информационного общества:**

- а) информационные продукты имеют самостоятельную коммерческую значимость.
- б) глобальное информационное пространство влияет на повседневную жизнь.
- в) снижается зависимость от традиционных ресурсов.
- г) снижается необходимость получения формального образования.

#### **2. Тенденции информационных технологий:**

- а) снижение стоимости ИТ-оборудования.
- б) опережающий рост услуг по отношению к сегменту программного обеспечения.
- в) быстрый рост технологий в сфере информационной безопасности.
- г) усиление роли национальных разработок в ИТ-секторе.
- д) снижение зависимости от материальных носителей в ИТ-продуктах.

#### **3. Неконтактное информационное воздействие, создающее с помощью мультимедийной среды иллюзию присутствия в реальном времени в стереоскопически представленном «экранном мире»:**

- а) виртуальная реальность.
- б) иллюзия.
- в) коммуникация.
- г) социальные медиа.

#### **4. Установите соответствие:**

А. Информационная система туризма	а. совокупность информационной базы данных туризма и специализированных информационных технологий, предназначенных для ее обработки, которые обеспечивают эффективное функционирование туристской системы на различных уровнях управления туризмом.
Б. Информация	б. сведения (сообщения, данные) независимо от формы их представления
В. Информационное обеспечение туризма	в. совокупность информационной базы данных

	туризма, специализированных информационных технологий для ее обработки и технических средств.
--	---

### 5. Типы сайтов:

- а) ресурсный.
- б) интернет-представительства.
- в) трафик-система.
- г) облачное хранилище.

### 6. Оплата рекламы в интернете происходит:

- а) по кликам.
- б) по показам.
- в) по месту на сайте (центральная, боковая полоса и т.п.).
- г) по сложности объекта демонстрации.

### 7. Баннер – это:

- а) текстовый файл в папке временных файлов Интернета.
- б) графический файл в домашней папке пользователя.
- в) графический файл в папке Web-сервера.
- г) логическое понятие интернет-маркетинга.

### 8. Установите соответствие:

А. «Об информации, информационных технологиях и о защите информации»	а. Федеральный закон от 24 ноября 1996 г.
Б. «О защите прав потребителей»	б. Федеральный закон от 7 февраля 1992 г. № 2300-1
В. «О персональных данных»	в. Федеральный закон от 27 июля 2006 г. № 152-ФЗ
Г. «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»	г. Федеральный закон от 27 июля 2006 г. № 149-ФЗ

### 9. Установите соответствие:

А. К недобросовестной относится реклама относится, которая содержит не соответствующие действительности сведения	а. о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцам
	б. содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцам
Б. Недостоверной признается реклама	в. порочит честь, достоинство или деловую репутацию лица, в том числе конкурент
	г. об ассортименте и о комплектации товаров, а также о возможности их приобретения в определенном месте или в течение определенного срока

### 10. Перечислите все 5 направлений электронной коммерции.

Промежуточная аттестация обучающихся осуществляется в форме зачета с оценкой, экзамена с использованием следующих оценочных материалов: перечень вопросов к зачету с оценкой, перечень вопросов к экзамену.

**Вопросы к зачету с оценкой  
(2 семестр, очная форма обучения)**

1. Общие сведения об информационных технологиях.
2. Классификация информационных технологий.
3. Основные направления использования Интернета в туризме.
4. Влияние информационных технологий на развитие туризма.
5. Понятие государственных информационных систем.
6. Государственные и муниципальные информационные системы в туризме.
7. Характеристика основных государственных информационных систем туризма.
8. Направления развития Интернета.
9. Характеристика туристских серверов Роль и место сети Интернет в туристическом бизнесе.
10. Состояние и перспектива использования Интернета в туристическом бизнесе.
11. Электронная коммерция.
12. Характеристика основных специализированных российских и зарубежных туристских серверов.
13. Анализ функциональных возможностей сайтов российских туристских фирм и их сравнительная характеристика.
14. Сайты и порталы общего назначения с туристическими разделами.
15. Классификация и функциональные возможности сайтов туристских фирм и гостиниц
16. Классификация электронная коммерция.

**Вопросы к экзамену  
(3 семестр, очная форма обучения)**

1. Система бронирования Amadus.
2. Система бронирования Galileo.
3. Система бронирования Worldspan.
4. Система бронирования Sabre.
5. Понятие и классификация веб-сайтов.
6. Жизненный цикл интернет-ресурса.
7. Методы и технологии создания сайта туристской фирмы.
8. Интернет-маркетинг в туристической индустрии.
9. Понятие электронной коммерции.
10. Основные рейтинговые туристские ресурсы в Рунете.
11. Эффективность поисковых средств Интернета.
12. Представительства туристских фирм в Рунете.
13. Преимущества и недостатки баннерной рекламы.
14. Категория спама.
15. Типы туристских рынков электронной коммерции.

16. Технологии рынка B2B.
17. Специфика туристских торговых площадок.
18. Специализированные туристические порталы и сайты.
19. Порталы для профессионалов турбизнеса.
20. Содержательная реклама. Внешняя реклама.
21. Практическое использование глобальной компьютерной сети Интернет в туризме.
22. Интернет как средство продвижения туристских и гостиничных услуг

#### **IV. ПЕРЕЧЕНЬ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

##### **4.1. Основная литература**

1. Тесля, Е.В. Отраслевые информационные ресурсы : учебное пособие / Е.В. Тесля. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2019. - 126 с. : ил., схем., табл. - Библиогр.: с. 82-85 - ISBN 978-5-4475-9898-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=498461>. (дата обращения: 01.09.2020).

##### **4.2. Дополнительная литература**

1. Ветитнев, А. М. Информационные технологии в туристской индустрии : учебник для вузов / А. М. Ветитнев, В. В. Коваленко, В. В. Коваленко. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 340 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07375-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/452006> (дата обращения: 01.09.2020).

#### **V. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

№ пп	Ссылка на информационный ресурс	Наименование разработки в электронной форме	Доступность
1.	<a href="https://www.russiatourism.ru/">https://www.russiatourism.ru/</a>	Ростуризм	Свободный доступ.

#### **VI. СОВРЕМЕННЫЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ БАЗЫ ДАННЫХ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ СПРАВОЧНЫЕ СИСТЕМЫ**

1.	<a href="http://www.biblioclub.ru">http://www.biblioclub.ru</a>	Электронно-библиотечная система (ЭБС) Университетская библиотека онлайн	Регистрация через любой университетский компьютер. В дальнейшем предоставляется неограниченный индивидуальный доступ из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет
2.	<a href="http://www.elibrary.ru">www.elibrary.ru</a>	Российский информационный портал в	Свободный доступ

		области науки, технологии, медицины и образования	
--	--	--	--

## **VII. ЛИЦЕНЗИОННОЕ И СВОБОДНО РАСПРОСТРАНЯЕМОЕ ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ**

При реализации учебной дисциплины применяется следующее лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

- Microsoft Windows;
- Microsoft Office;
- LibreOffice и др.

## **VIII. ОБОРУДОВАНИЕ И ТЕХНИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ОБУЧЕНИЯ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Учебные занятия проводятся в аудиториях, укомплектованных специализированной мебелью, в том числе стационарными или переносными техническими средствами обучения (проектор, экран, компьютер/ноутбук).

Самостоятельная работа проводится в кабинетах, оснащенных компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.