

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор, проректор по
УР

_____ А.Е. Рудин

«21» февраля 2023 года

Рабочая программа дисциплины

Б1.О.37

Информационно-коммуникативные технологии в туризме

Учебный план: 2023-2024 43.03.02 ИБК Тех и орг внутр и въезд тур в Рос ЗАО №1-3-116.plx

Кафедра: **51** Туристского бизнеса

Направление подготовки:
(специальность) 43.03.02 Туризм

Профиль подготовки: Технология и организация внутреннего и въездного туризма в России
(специализация)

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: заочная

План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоёмкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации	
	Лекции	Практ. занятия					
4	УП	8	8	88	4	3	Зачет
	РПД	8	8	88	4	3	
Итого	УП	8	8	88	4	3	
	РПД	8	8	88	4	3	

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 43.03.02 Туризм, утверждённым приказом Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 516

Составитель (и):

кандидат географических наук, Доцент

Воронцова Анна
Владиславовна

От кафедры составителя:

Заведующий кафедрой туристского бизнеса

Бабанчикова Ольга
Анатольевна

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой

Бабанчикова Ольга
Анатольевна

Методический отдел: Макаренко С.В.

1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Цель дисциплины: Сформировать компетенции обучающегося в области информационно-коммуникативных технологий в туризме

1.2 Задачи дисциплины:

- раскрыть понятие "информационно-коммуникативные технологии", рассмотреть их виды, применяемые в туризме;
- рассмотреть основные направления использования системы Интернет в сфере туристского бизнеса;
- раскрыть понятие электронной дистрибуции и электронной коммерции в туристском бизнесе, их способы и формы организации.

1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Предварительная подготовка предполагает создание основы для формирования компетенций, указанных в п. 2, при изучении дисциплин:

Информационные технологии

Производственная практика (технологическая практика)

Организация туристской деятельности

Специальные виды туризма

Деловые коммуникации в профессиональной сфере

Производственная практика (организационно-управленческая практика)

Маркетинг в туризме

Управление туристской деятельностью в регионах России

Технологии продаж в туристской индустрии

Организация предпринимательской деятельности в туризме

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ОПК-1: Способен применять технологические новации и современное программное обеспечение в туристской сфере

Знать: – содержание основных информационно-коммуникационных новаций в туристской сфере

Уметь: - проектировать туристский продукт с использованием инновационных и информационно-коммуникационных технологий

Владеть: – навыками применения современных информационно-коммуникационных технологий в реализации туристского продукта и предоставлении услуг
--

3 РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий	Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа		СР (часы)	Инновац. формы занятий
		Лек. (часы)	Пр. (часы)		
Раздел 1. Информационно-коммуникативные технологии как неотъемлемая составляющая индустрии туризма	4				
Тема 1. Понятие об информационных технологиях, история их развития, классификация. VUCA-мир и сквозные цифровые технологии.		1		8	ИЛ
Тема 2. Характеристика систем информационно-коммуникативных технологий в туристской индустрии. Использование современных цифровых продуктов для создания инфографики и презентаций. Применение VR/AR технологий в туризме: виртуальные экскурсии по городам, музеям, отелям. Электронные платежные системы: история развития, проникновения на российский рынок, классификация. Практические занятия: Анализ современных мультимедийных технологий в туризме, преимущества их использования. Мобильное приложение как средство коммуникации современного туриста. Инновационные информационные технологии туристского бизнеса: различия по регионам мира.		1	2	14	ИЛ
Раздел 2. Интернет как техническая система, сеть документов и среда передачи информации					
Тема 3. История становления и развития сети Интернет. Динамика развития и новые тренды сети Интернет. Интернет как неотъемлемая часть развития российского и мирового туризма. Использование современных цифровых технологий для коммуникации в сфере туризма. Практическое занятие: Преимущества использования мобильного Интернета для туристского предприятия. Способы коммуникации с клиентом по средствам сети Интернет.		1	1	8	ГД

<p>Тема 4. Веб-сайты: виды, категории, дизайн, разработка. Веб-сайты индустрии туризма и гостеприимства. Характеристика и обзор туристских веб-сайтов: сайты общего назначения, специализированные порталы и сайты, порталы для профессионалов туристского бизнеса, сайты предприятий туристской индустрии. Характеристика и обзор сайтов индустрии гостеприимства. Конструкторы сайтов, представленные на российском рынке. Принципы работы в сервисах Tilda и Битрикс24.</p> <p>Практические занятия: Анализ сайтов туристских предприятий и предприятий индустрии гостеприимства. Порталы индустрии туризма и гостеприимства. Разработка сайта туристского предприятия в сервисе Tilda или Битрикс24.</p>		1	2	14	
<p>Тема 5. Геоинформационные порталы туристской индустрии. Понятие "геоинформационный портал", его свойства и функции, способы создания и распространения. Роль геоинформационных порталов в развитии туризма. Анализ геоинформационных порталов индустрии туризма федерального, регионального и локального уровня.</p>		1		8	ИЛ
<p>Раздел 3. Виды и технологии организации информационно-коммуникативной деятельности туристских предприятий и их контрагентов</p>					
<p>Тема 6. Понятия «электронная дистрибуция» и «электронная коммерция» туристских услуг. Применение систем искусственного интеллекта в сфере туризма и гостеприимства (чат-боты, тревел-боты, онлайн консьержи).</p> <p>Практическое занятие: Преимущества и недостатки использования электронной коммерции туристских услуг.</p>		1	1	10	ИЛ
<p>Тема 7. Прямые каналы электронной коммерции и дистрибуции туристских услуг. Социальные сети: понятие и сущность, история развития, виды.</p> <p>Практические занятия: Организация продаж через call-центр гостиничного предприятия. Специфика дистрибуции туристских услуг через через ВКонтакте, Telegram, ЯRUS, TenChat.</p>		1	1	14	
<p>Тема 8. Непрямые каналы электронной коммерции и дистрибуции туристских услуг.</p> <p>Практические занятия: Виртуальные сообщества как способ привлечения клиентов и повышения прибыли туристского предприятия. Преимущества и недостатки сайтов «on-line» бронирования авиабилетов и средств размещения.</p>		1	1	12	ИЛ

Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		8	8	88	
Консультации и промежуточная аттестация (Зачет)		0,25			
Всего контактная работа и СР по дисциплине		16,25		88	

4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Курсовое проектирование учебным планом не предусмотрено

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

5.1 Описание показателей, критериев и системы оценивания результатов обучения

5.1.1 Показатели оценивания

Код компетенции	Показатели оценивания результатов обучения	Наименование оценочного средства
ОПК-1	- описывает историю развития информационных технологий, анализирует мировой опыт применения информационных технологий в индустрии туризма и гостеприимства;	Вопросы для устного собеседования
	- характеризует виды информационно-коммуникативных технологий индустрии туризма и гостеприимства;	
	- развернуто излагает содержание основных информационно-коммуникативных новаций в туризме; -характеризует инструменты эффективного продвижения гостиничных услуг в глобальной сети Интернет.	Тестирование
	- отбирает, обрабатывает и анализирует справочные материалы по гостиницам с использованием информационных технологий;	Практико-ориентированные задания
	- разрабатывает алгоритм использования компьютерных технологий и ресурсов сети Интернет для поиска и анализа информации по гостиничному продукту;	
	- применяет информационно-коммуникационные технологии для поиска и формирования туристского продукта.	

5.1.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций	
	Устное собеседование	Письменная работа
Зачтено	<p>Полный, исчерпывающий ответ, явно демонстрирующий глубокое понимание предмета и широкую эрудицию в оцениваемой области. Критический, оригинальный подход к материалу.</p> <p>Ответ стандартный, в целом качественный, основан на всех обязательных источниках информации. Присутствуют небольшие пробелы в знаниях или несущественные ошибки.</p> <p>Обучающийся успешно прошел текущий контроль, выполнил все практические задания.</p>	
Не зачтено	<p>Ответ неполный, основанный только на лекционных материалах. При понимании сущности предмета в целом – существенные ошибки или пробелы в знаниях сразу по нескольким темам, незнание (путаница) важных терминов. Неспособность ответить на вопрос без помощи экзаменатора. Незнание значительной части принципиально важных элементов дисциплины. Многочисленные грубые ошибки. Попытка списывания, использования неразрешенных технических устройств</p>	

	или пользования подсказкой другого человека (вне зависимости от успешности такой попытки).	
	Обучающийся не прошел какой-либо из элементов текущего контроля, не выполнил больше 50% практических заданий, допустил серьезные ошибки при устном ответе.	

5.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

5.2.1 Перечень контрольных вопросов

№ п/п	Формулировки вопросов
Курс 4	
1	Понятие об информационных технологиях, история их развития, классификация современных информационных технологий
2	Влияние информационных технологий на развитие сферы туризма (на конкретных примерах)
3	Характеристика систем информационно-коммуникативных технологий в туристской индустрии.
4	Электронные платежные системы: история развития, проникновения на российский рынок, классификация, правила пользования
5	Мультимедийные технологии: история развития, виды, особенности применения в туризме.
6	Применение мультимедийных технологий в индустрии туризма и гостеприимства (на конкретных примерах)
7	Рынок мобильных приложений для туристов.
8	Инновационные информационные технологии туристского бизнеса: различия по регионам мира.
9	История становления и развития сети Интернет в мире и России
10	Интернет как средство коммуникации с туристом
11	Веб-сайты: виды, категории, дизайн, разработка.
12	Туристские веб-сайты: классификация, развитие, проблемы, тенденции к улучшению
13	Характеристика, классификация и обзор сайтов индустрии гостеприимства
14	Порталы индустрии туризма и гостеприимства: особенности, специфика (на конкретных примерах)
15	Понятие электронной дистрибуции в туризме, ее цели и преимущества
16	Понятие электронной коммерции, модели электронного бизнеса: виды и краткая характеристика, факторы ценности
17	Преимущества интернет-маркетинга в сфере предоставления туроператорских и турагентских услуг (на примере конкретных сайтов)
18	Преимущества интернет-маркетинга в сфере предоставления гостинично-ресторанных услуг (на конкретных примерах)
19	Роль электронной дистрибуции в туризме (на примере крупного туроператора/гостиничной цепи)
20	Дистрибуция туристских услуг через социальные сети
21	Преимущества и недостатки сайтов «он-лайн» бронирования авиабилетов
22	Преимущества и недостатки сайтов «он-лайн» бронирования средств размещения
23	Виртуальные сообщества как способ привлечения клиентов и повышения прибыли предприятия
24	VUCA-мир и цифровая экономика. Виды сквозных технологий, их краткая характеристика.
25	Понятие геоинформационная система (ГИС), ее виды, составные части, функции и задачи.
26	Специфика туристских геопорталов. Обзор туристских геопорталов регионального и локального уровня.

5.2.2 Типовые тестовые задания

- Выберите правильное определение для термина «информационно-коммуникативные технологии»
 - совокупность информационных ресурсов, технологий, программ и услуг, предоставляемых для решения организационных, технических и управленческих задач, возникающих в процессе туристской деятельности;
 - способы получения, обработки, хранения и распространения информации с помощью современных технических машин и программных продуктов;
 - средства сообщения и связи, информационные контакты
- Совокупность программ и документации на них, реализующие основные функции информационной системы:
 - техническое обеспечение

- б) правовое обеспечение
- в) программное обеспечение
- г) информационное обеспечение

3. Установите этапы развития ИТ в правильной последовательности:

- А) этап компьютерной технологии сбора и обработки информации
- Б) этап ручной технологии сбора и обработки информации
- В) этап электронной технологии сбора и обработки информации
- Г) этап механической технологии сбора и обработки информации

4. Установите эры развития ИТ в правильной последовательности:

- А) эра информационных систем управления
- Б) эра создания данных
- В) эра сетей
- Г) эра систем стратегической информации

5. Какой из структурных компонентов не является составляющей туристского геопортала?

- а) Топооснова
- б) Объекты инженерно-технической инфраструктуры
- в) Объекты транспортной инфраструктуры
- г) Историко-культурные объекты

6. Модель электронного бизнеса по типу продажи услуг отдельным потребителям:

- B2B
- B2C
- C2B
- C2C

7. Определите преимущества Интернет-маркетинга:

- а) ограниченная по времени доступность информации
- б) увеличение расходов на дистрибуцию услуг
- в) снижение расходов на дистрибуцию услуг
- г) стандартизация продуктов, услуг
- д) увеличение текущих издержек предприятия
- е) быстрая обратная связь

8. К какому виду геопорталов по территориальному охвату относится сервис GOOGLE EARTH?

- а) Глобальный
- б) Федеральный
- в) Региональный
- г) Локальный

9. Определите правильную последовательность создания веб-сайта туристского предприятия:

- А) тестирование
- Б) проектирование
- В) реализация
- Г) дизайн
- Д) наполнение

10. Причины, по которым туристскому предприятию необходимо иметь свой веб-сайт:

- а) увеличение продаж
- б) продвижение своих продуктов на рынке туристских услуг
- в) автоматизация управления предприятием
- г) дешевый способ распространения информации

11. Туристские Интернет-ресурсы, на которых публикуются телефоны, адреса, общая информация об услугах агентства:

- а) электронный каталог
- б) электронный магазин
- в) страничка в Интернет
- г) электронный склад

12. К какому виду мультимедийных приложений относятся виртуальные туры по отелям?

- а) презентации
- б) анимационные ролики
- в) мультимедиа-галереи

5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

1. Провести сравнительную характеристику сайтов туристских агентств.

Сравнительная характеристика проводится по пяти сайтам по плану:

- вид сайта и специфика данного вида сайтов;
- назначение, функции сайта;
- вид структуры сайта;
- услуги, предлагающиеся клиенту;
- указать ключевую особенность, уникальную услугу сайта (если есть);
- преимущества и недостатки домашней страницы сайта;
- оценка привлекательности сайта для клиента;
- оценка информативности;
- оценка дизайна сайта;
- какие разделы Вы бы добавили на сайт;
- выводы.

2. Сделайте подборку виртуальных туров и экскурсий по Санкт-Петербургу. В ответе необходимо дать ссылку на электронный ресурс, краткую характеристику тура, оценить качество исполнения тура и полноту информации.

3. Сделайте сравнительную характеристику экскурсий по Москве и Санкт-Петербургу с очками виртуальной реальности. Результаты представить в виде таблицы.

4. Проанализируйте рынок мобильных приложений для туристского бизнеса. Выберите 10 приложений, которые Вы бы установили на свой телефон, и дайте их краткую характеристику.

4. С помощью ресурсов сети Интернет определите порталы, где можно найти следующую информацию:

- о погоде в странах мира;
- о достопримечательностях Испании;
- последние новости индустрии туризма и гостеприимства;
- рейтинг ресторанов Санкт-Петербурга;
- статьи об информационных технологиях в гостиничных предприятиях;
- о вакансиях в сфере туризма и гостеприимства;
- туры в Доминиканскую республику;
- статьи профессионалов индустрии туризма и гостеприимства.

5. Сделайте подборку путеводителей и аудиогидов по достопримечательностям Ленинградской области. В ответе необходимо дать ссылку на электронный ресурс, краткую характеристику, оценить качество исполнения и полноту информации.

5.3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, владений (навыков и (или) практического опыта деятельности)

5.3.1 Условия допуска обучающегося к промежуточной аттестации и порядок ликвидации академической задолженности

Проведение промежуточной аттестации регламентировано локальным нормативным актом СПбГУПТД «Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся»

5.3.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная Письменная Компьютерное тестирование Иная

5.3.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Зачет проводится в устной форме по заранее утвержденным вопросам. Студент вытягивает один вопрос. Время, отводимое на подготовку к ответу – 15 минут.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
6.1.1 Основная учебная литература				
Веселова, Н. Ю.	Организация туристской деятельности	Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа	2021	http://www.iprbookshop.ru/102275.html
Воронцова А. В.	Информационное обеспечение туроператорских и турагентских услуг	СПб.: СПбГУПТД	2019	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=201982
6.1.2 Дополнительная учебная литература				

Костылева, Н. В., Мальцева, Ю. А., Шурун, Д. В., Котляревская, И. В.	Информационное обеспечение управленческой деятельности	Екатеринбург: Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ	2016	http://www.iprbookshop.ru/69601.html
Перепелица, Ф. А.	Разработка интерактивных сайтов с использованием jQuery	Санкт-Петербург: Университет ИТМО	2015	http://www.iprbookshop.ru/68076.html

6.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

Информационно – правовой портал ГАРАНТ [Электронный ресурс]. URL: <http://www.garant.ru>
 Компьютерная справочно-правовая система КонсультантПлюс [Электронный ресурс]. URL: <http://www.consultant.ru>

6.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

Microsoft Windows
 MicrosoftOfficeProfessional

6.4 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Аудитория	Оснащение
Лекционная аудитория	Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска
Компьютерный класс	Мультимедийное оборудование, компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду