

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный гуманитарный университет»
(ФГБОУ ВО «РГГУ»)

ФАКУЛЬТЕТ ВОСТОКОВЕДЕНИЯ И СОЦИАЛЬНО-КОММУНИКАТИВНЫХ НАУК
Кафедра общественных связей, туризма и гостеприимства

ТУРИЗМ И ЦИФРОВАЯ ЭКОНОМИКА

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

43.04.02 «Туризм»

Код и наименование направления подготовки/специальности

«Управление импортозамещением в туризме»

Наименование направленности (профиля)/ специализации

Уровень высшего образования: *магистратура*

Форма обучения: *очная*

РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Москва 2023

Туризм и цифровая экономика
Рабочая программа дисциплины (модуля)

Составитель(и):

К.э.н., доцент, доцент кафедры ОСТиГ А.И. Мосалёв

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания кафедры

№ 7 от 27.02.2023 г.

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Пояснительная записка	4
1.1. Цель и задачи дисциплины	4
1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций	4
1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы	4
2. Структура дисциплины	5
3. Содержание дисциплины	5
4. Образовательные технологии	7
5. Оценка планируемых результатов обучения	7
5.1 Система оценивания	7
5.2 Критерии выставления оценки по дисциплине	7
5.3 Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	8
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	11
6.1 Список источников и литературы	11
6.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».	12
6.3 Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы	12
7. Материально-техническое обеспечение дисциплины	12
8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов	13
9. Методические материалы	14
9.1 Планы семинарских/ практических/ лабораторных занятий	14
9.2 Методические рекомендации по подготовке письменных работ	15
9.3 Иные материалы	17
Приложение 1. Аннотация рабочей программы дисциплины	19

1. Пояснительная записка

1.1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины - являются формирование представления об основных тенденциях развития и сферах применения информационных технологий в индустрии туризма и гостеприимства; изучение современных Интернет-сервисов, IT-решений и приложений для туристического бизнеса; получение базовых знаний и навыков применения WEB-аналитики и Интернет-маркетинга для организации продаж туристических продуктов и услуг.

Задачи дисциплины:

- рамочные условия осуществления электронного бизнеса в туристической индустрии;
- технические и технологические практики выстраивания партнерских отношений с бизнес-партнерами;
- практику выстраивания отношений в сегментах B2B, B2C, B2G и пр.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы компетенций (код и наименование)	Результаты обучения
ПК- 1 - Владеет приемами и методами работы с персоналом, методами оценки качества и результативности труда персонала предприятия туристской индустрии	ПК-1.2 - Осуществляет взаимодействие с потребителями и заинтересованными сторонами	Знать: основные подходы информатизации бизнес-процессов туристического бизнеса Уметь: анализировать и формировать ценностное предложение информационных решений для различных туристических предприятий Владеть: навыками проведения рекламных кампаний в Интернет для туристического бизнеса.
ПК-3 - Способен оценивать и осуществлять технико-экономическое обоснование инновационных проектов в туристской индустрии на разных уровнях (федеральном, региональном, муниципальном (локальном) уровне)	ПК-3.1 - Осуществляет процесс разработки туристского продукта с использованием инновационных технологий	Знать: основные информационные технологии и системы туристического бизнеса Уметь: осуществлять базовое прототипирование прикладных решений туристического бизнеса Владеть: навыками анализа данных туристического бизнеса с помощью в Power BI

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина (модуль) «Туризм и цифровая экономика» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока дисциплин, относящихся к части, формируемой участниками образовательных отношений.

Для освоения дисциплины (*модуля*) необходимы знания, умения и владения, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин и прохождения практик: знания, полученные в рамках направлений бакалавриата, специалитета.

В результате освоения дисциплины (*модуля*) формируются знания, умения и владения, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик: Технологические процессы в туристской деятельности, Международные системы управления качеством в туризме, Технологии открытых систем в индустрии туризма, Рекламная деятельность в международном туризме.

2. Структура дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 академических часа (ов).

Структура дисциплины для очной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
1	Лекции	10
1	Семинары	20
1	Экзамен	18
Всего:		48

Объем дисциплины (*модуля*) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 60 академических часов.

3. Содержание дисциплины

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание
1	Цифровая экономика: понятие, тенденции, сквозные цифровые технологии и их влияние на трансформацию конфигурации рынка туриндустрии	Цифровая экономика: понятие, сквозные цифровые технологии, уровни цифровой экономики. Измерение цифровой экономики. Основные компоненты методики DECA. Создание необходимых и достаточных условий институционального и инфраструктурного характера для развития высокотехнологичного бизнеса. Платформы и технологии, где формируются компетенции для развития туррынка и туротрасли. Ключевые институты в рамках которых создаются условия для развития цифровой экономики. Конфигурация глобальных рынков и их трансформация под действием цифровизации. Направления развития цифровой экономики в туризме. Формирование цифровой инфраструктуры. Стратегическое, оперативное и тактическое управление развитием цифровой экономики. Трансформация рынка труда под воздействием цифровизации. Формирование исследовательских компетенций и технологических

		заделов. Разработки в области цифровых технологий в туризме.
2	Цифровая трансформация – основные направления. Роль государства в регулировании цифровой трансформации	Концепция четвертой промышленной революции. Технологии, которые определяют переход к цифровой экономике. Новые технологии и их влияние на традиционные сектора экономики. Технологические тренды в цифровой трансформации промышленности. Цифровая трансформация в сельском хозяйстве, в сфере связи и телекоммуникаций, транспорта и логистики. Цифровая трансформация электроэнергетики. Электронная торговля. Трансформация финансовых рынков. Новые системы управления. Возникновение новых рынков. Роль государства в цифровой трансформации бизнеса. Социально – этические аспекты цифровой трансформации. Человеческий потенциал и роботизация. Государственное регулирование формирования цифровой экономики.
3	Цифровые технологии в туризме и влияние технологических инноваций на эффективность бизнеса	Эволюция цифровой трансформации. Три волны цифровых технологий: 1 волна – ИТ, компьютеризация, автоматизация процессов (ERP, EDI, CRM и т.д.), телекоммуникации (проводной ШПД, беспроводной ШПД); 2 волна – онлайн-платформы (поисковики, торговые площадки, дистанционное обучение, социальные сети), облачные вычисления; 3 волна – предиктивная аналитика больших данных, Интернет вещей, робототехника, аддитивные технологии, искусственный интеллект, машинное обучение. Влияние технологических инноваций на результативность компаний. Социальные и экономические эффекты технологических инноваций. Технологические изменения и разрушения. Цифровая трансформация туристского бизнеса: использование цифровых технологий бизнесом, уровень зрелости бизнес – процессов компаний для принятия технологических инноваций. Реинжиниринг бизнес – процессов. Человеческий капитал для развития бизнеса. Факторы, влияющие на цифровую трансформацию бизнеса.
4	Управление развитием турбизнеса в условиях цифровой трансформации	Трансформация потребительской ценности и бизнес – моделей современных компаний. Управление развитием турбизнеса в условиях цифровизации: стратегический анализ, стратегический выбор, разработка и реализация стратегии, управление изменениями, стратегические и организационные изменения в условиях цифровизации. Подрывные инновации. Исследования туристских цифровых платформ для повышения эффективности деятельности бизнеса. Исследования влияния

	цифровизации на инновационную деятельность туркомпаний. Построение цифровых бизнес – моделей и сетей компаний. Цифровая трансформация деятельности высоко -, средне - и низкотехнологичного сектора промышленности. Взаимосвязь цифровой трансформации и интернационализации компаний. Управление знаниями в компаниях в условиях цифровизации.
--	---

4. Образовательные технологии

Для проведения учебных занятий по дисциплине используются различные образовательные технологии. Для организации учебного процесса может быть использовано электронное обучение и (или) дистанционные образовательные технологии.

5. Оценка планируемых результатов обучения

5.1 Система оценивания

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль:		
- опрос	5 баллов	30 баллов
- участие в дискуссии на семинаре	5 баллов	10 баллов
- контрольная работа (темы 1-2)	10 баллов	10 баллов
- контрольная работа (темы 3-4)	10 баллов	10 баллов
Промежуточная аттестация – экзамен		40 баллов
Итого за семестр		100 баллов

Полученный совокупный результат конвертируется в традиционную шкалу оценок и в шкалу оценок Европейской системы переноса и накопления кредитов (European Credit Transfer System; далее – ECTS) в соответствии с таблицей:

100-балльная шкала	Традиционная шкала	Шкала ECTS	
95 – 100	отлично	A	
83 – 94		B	
68 – 82	хорошо	зачтено	
56 – 67	удовлетворительно		D
50 – 55			E
20 – 49	неудовлетворительно	FX	
0 – 19		не зачтено	F

5.2 Критерии выставления оценки по дисциплине

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
100-83/ A,B	отлично/ зачтено	Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
		<p>Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения.</p> <p>Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».</p>
82-68/ С	хорошо/ зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей.</p> <p>Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».</p>
67-50/ D,E	удовлетво- рительно/ зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».</p>
49-0/ F,FX	неудовлет- ворительно/ не зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.</p>

5.3 Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Примерные темы докладов:

1. Концепция четвертой промышленной революции.
2. Технологии блокчейн и потенциал их применения в финансовой сфере.
3. Технологии предиктивной аналитики и возможности их применения.
4. Промышленный интернет вещей: возможности применения и эффективность использования.
5. Машинное обучение: возможности применения.
6. Искусственный интеллект и его влияние на управление компанией.
7. Формирование цифровых экосистем.

Примерные типовые ситуационные задания:

Проанализируйте факторы внешней среды, влияющие на цифровизацию выбранной Вами компании. Предложите меры по преодолению барьеров цифровизации.

Сформируйте бизнес – модель цифровой компании.

Предложите показатели для оценки эффективности трансформации бизнес – процессов при внедрении цифровых технологии.

Опишите модели бизнеса компаний электронной коммерции. Классифицируйте бизнес – модели компаний внутри каждой модели электронного бизнеса.

Проанализируйте рынок электронной коммерции. Выделите основные стратегические группы компаний. Проанализируйте ключевые преимущества каждой из выделенных стратегических групп.

Проанализируйте рынок модели «Информация как услуга». Какие мероприятия необходимы для дальнейшего развития данного рынка.

Проанализируйте новые рынки в цифровой экономике. Какие ресурсы и компетенции необходимы компании для выхода на новый рынок.

Предложите систему критериев для оценки эффективности цифровой трансформации компании.

Примерный перечень экзаменационных вопросов

1. Цифровая экономика: понятие, сквозные цифровые технологии, уровни цифровой экономики.

2. Измерение цифровой экономики. Основные компоненты методики DECA.

3. Создание необходимых и достаточных условий институционального и инфраструктурного характера для развития высокотехнологичного бизнеса.

4. Платформы и технологии, где формируются компетенции для развития рынков туризма и туриндустрии в целом.

5. Конфигурация глобальных рынков туризма и их трансформация под действием цифровизации.

6. Государство на глобальном цифровом рынке. Направления развития цифровой экономики в государстве.

7. Формирование цифровой инфраструктуры.

8. Стратегическое, оперативное и тактическое управление развитием цифровой экономики.

9. Трансформация рынка труда под воздействием цифровизации.

10. Формирование исследовательских компетенций и технологических заделов.

11. Разработки в области цифровых технологий для туризма.

12. Концепция четвертой промышленной революции. Технологии, которые определяют переход к цифровой экономике.

13. Новые технологии и их влияние на сектор туризма.

14. Технологические тренды в цифровой трансформации туризма.

15. Цифровая трансформация в туризме, гостеприимстве и смежных отраслях.

16. Цифровая трансформация в сфере развлечения туристов.

17. Цифровая трансформация в сфере транспорта и логистики.

18. Электронная торговля.

19. Новые системы управления.

20. Возникновение новых рынков.

21. Роль государства в цифровой трансформации бизнеса. Государственное регулирование формирования цифровой экономики.

22. Социально – этические аспекты цифровой трансформации. Человеческий потенциал и роботизация.

23. Эволюция цифровой трансформации. Три волны цифровых технологий

24. Влияние технологических инноваций на результативность компаний.

25. Социальные и экономические эффекты технологических инноваций.

26. Технологические изменения и разрушения. Цифровая трансформация бизнеса: использование цифровых технологий бизнесом
27. Уровень зрелости бизнес – процессов компаний для принятия технологических инноваций. Реинжиниринг бизнес – процессов.
28. Человеческий капитал для развития бизнеса. Факторы, влияющие на цифровую трансформацию бизнеса.
29. Трансформация потребительской ценности и бизнес – моделей современных компаний.
30. Исследования цифровых платформ для повышения эффективности деятельности бизнеса.
31. Исследования влияния цифровизации на инновационную деятельность компаний.
32. Построение цифровых бизнес – моделей и сетей компаний.
33. Взаимосвязь цифровой трансформации и интернационализации компаний.
34. Управление знаниями в компаниях в условиях цифровизации.

Примеры вопросов для Контрольной работы

1. Понятие «информационная система». Роль информационных систем в современном мире.
2. Этапы и тренды развития информационных технологий в туристической индустрии. Перспективные направления информатизации туристической отрасли.
3. Понятие «стратегия фирмы». Каким образом информационные технологии могут оказывать влияние на стратегию предприятия туристической индустрии?
4. Конкуренция на рынке туристических услуг и взаимосвязь между конкурентоспособностью и информационными технологиями.
5. Интернет-технологии в индустрии туризма: этапы и основные направления взаимодействия, перспективные тенденции.
6. Электронная коммерция в индустрии туризма.
7. Современные Интернет-ресурсы для туристического бизнеса.
8. Системы управления сайтами (CMS-системы).
9. Применение Web-сервисов в индустрии туризма. Системы Он-лайн бронирования.
10. Возможности использования социальных сетей в туристическом бизнесе.
11. Мировая и российская практика использования социальных сетей в туристической индустрии.
12. Понятия «рекомендательная система». Роль рекомендательных систем в современном туристическом бизнесе.
13. Взаимосвязь рекомендательных систем и социальных сетей в туристической индустрии. Основные тенденции развития рекомендательных и поисковых систем для туристического бизнеса.
14. Современные мобильные платформы. Мобильные приложения для туризма: основные особенности, практики использования.
15. Мобильные приложения для туризма: архитектура и технологии.
16. Понятие “business intelligence” и «BI-система». Методы анализа и прогнозирования в туристическом бизнесе.
17. Системы поддержки принятия решений в туристическом бизнесе.
18. Методы продвижения туристических услуг в Интернет: основные особенности, преимущества, эффективность.
19. Средства WEB-аналитики. Интернет-маркетинг туристических услуг.
20. Какие основные задачи стоят перед digital-маркетингом в независимом и сетевом отеле?
21. Какие маркетинговые методы используются для реализации digital-маркетинга?
22. С помощью каких инструментов аналитики можно оценить эффективность digital-маркетинга?

23. Что включает в себя комплексная маркетинговая стратегия?
24. Какие основные инструменты digital-маркетинга могут применяться в отеле?
25. Какие параметры работы с аналитикой можно выделить?
26. Какие инструменты digital-маркетинга могут применяться в разных типах отелей и других объектах гостеприимства (бизнес, загородный, курортный, санаторий, мини-отель, сеть отелей, хостел)?
27. Каковы алгоритмы внедрения digital-стратегии в туристическом, загородном и бизнесотелях?
28. Понятие эффективности digital-маркетинга в отеле.
29. Какие инструменты можно использовать для оценки эффективности digital-маркетинга в туристическом, загородном и бизнес-отелях?
30. Какие функции исполняет специалист по digital-маркетингу в отеле?
31. Какие основные требования к знаниям и компетенциям специалиста по digital-маркетингу?
32. Какие методы контроля специалиста по digital-маркетингу в отеле существуют?
33. Какие функции и возможности CRM-системы в работе отеля?

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1 Список источников и литературы

Источники

Основные

Распоряжение Правительства РФ от 20 сентября 2019 г. № 2129-р «О Стратегии развития туризма в РФ на период до 2035 г».

Федеральный закон от 24 ноября 1996 г. N 132-ФЗ "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации" (с изменениями и дополнениями от 28 мая 2022 г).

Постановление Правительства РФ от 08.06.2019 N 747 "Об утверждении Правил создания и функционирования единой информационной системы электронных путевок, структуры единой информационной системы электронных путевок и условий предоставления, содержащейся в единой информационной системе электронных путевок информации".

Морозов М.А. Информационные технологии в туристской индустрии: учебник для студентов вузов по напр. подгот. "Туризм" / М.А. Морозов, Н.С. Морозова; РЭУ им. Г.В. Плеханова - Москва: Кнорус, 2017. - 276 с. - Текст: непосредственный. - Бакалавриат. - То же. - 2019. - ЭБС BOOK.ru. — URL: <https://book.ru/book/930429>

дополнительные

World Tourism Organization (WTO) (2001). E-business For Tourism, Practical Guideline For Tourism Destination and Business.

United Nations Conference on Trade And Development (UNCTAD) (2001). E-commerce and Development Report 2001.

Organization for Economic Co-operation and Development (OECD) (2000). Realizing the potential of electronic commerce for SMEs in the global economy, Conference for Ministers responsible for SMEs and Industry Ministers. Bologna, Italy.

Turismo y nuevas tecnologías – Seminario técnico, San José (Costa Rica), 14 y 15 de mayo de 2013 / Tourism and New Technologies – Technical Seminar, San José, Costa Rica, 14 and 15 May 2013 <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284415564.1>

CITForum <http://citforum.ru/how.shtml>

Литература

Основная

Чудновский, А.Д. Информационные технологии управления в туризме: учебное пособие / А.Д. Чудновский, М.А. Жукова. — Москва: КноРус, 2019. — 101 с. — ISBN 978-5-406-06947-9. — ЭБС BOOK.ru. - URL: <https://book.ru/book/931116>

Дополнительная

Дорофеев, А.Н. Электронный бизнес: учебное пособие / А.Н.Дорофеев. — Москва: КноРус, 2019. — 143 с. —ЭБС BOOK.ru. - URL: <https://book.ru/book/932306>

Казаков С. П. Влияние социальных медиа на поведение потребителей в индустрии гостеприимства и в туризме: монография / С.П. Казаков. - Москва: Издательский Центр РИОР, 2017 - 98 с. – (Научная мысль). - ISBN 978-5-16- 103390-6. - ЭБС Znanium.com. - URL: <http://znanium.com/catalog/product/907606>

6.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

<http://government.ru/info/35568/> - паспорт национальной программы «Цифровая экономика Российской Федерации»

<https://tourism.gov.ru/contents/documenty/strategii/> - Федеральное агентство по туризму

Национальная электронная библиотека (НЭБ) www.rusneb.ru

ELibrary.ru Научная электронная библиотека www.elibrary.ru

Электронная библиотека Grebennikon.ru www.grebennikon.ru

Cambridge University Press

ProQuest Dissertation & Theses Global

SAGE Journals

Taylor and Francis

JSTOR

6.3 Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

Доступ к профессиональным базам данных: <https://liber.rsuh.ru/ru/bases>

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс
2. Гарант

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для обеспечения дисциплины используется материально-техническая база образовательного учреждения: учебные аудитории, оснащённые компьютером и проектором для демонстрации учебных материалов.

Состав программного обеспечения:

1. Windows
2. Microsoft Office
3. Kaspersky Endpoint Security

Профессиональные полнотекстовые базы данных:

1. Национальная электронная библиотека (НЭБ) www.rusneb.ru
2. ELibrary.ru Научная электронная библиотека www.elibrary.ru
3. Электронная библиотека Grebennikon.ru www.grebennikon.ru
4. Cambridge University Press
5. ProQuest Dissertation & Theses Global
6. SAGE Journals
7. Taylor and Francis
8. JSTOR

Информационные справочные системы:

3. Консультант Плюс

4. Гарант

8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для слепых и слабовидящих: лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением; письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или могут быть заменены устным ответом; обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс; для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств; письменные задания оформляются увеличенным шрифтом; экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

- для глухих и слабослышащих: лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования; письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме; экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением; письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением; экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих: в печатной форме увеличенным шрифтом, в форме электронного документа, в форме аудиофайла.

- для глухих и слабослышащих: в печатной форме, в форме электронного документа.

- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме, в форме электронного документа, в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих: устройством для сканирования и чтения с камерой SARA SE; дисплеем Брайля PAC Mate 20; принтером Брайля EmBraille ViewPlus;

- для глухих и слабослышащих: автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих; акустический усилитель и колонки;
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата: передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1; компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

9. Методические материалы

9.1 Планы семинарских

Тема 1(2 ч.) Цифровая экономика: понятие, тенденции, сквозные цифровые технологии и их влияние на трансформацию конфигурации мировых рынков.

Вопросы для обсуждения:

1. Цифровая экономика: понятие, сквозные цифровые технологии, уровни цифровой экономики.
2. Измерение цифровой экономики. Основные компоненты методики DECA.
3. Создание необходимых и достаточных условий институционального и инфраструктурного характера для развития высокотехнологичного бизнеса.
4. Платформы и технологии, где формируются компетенции для развития рынков и отраслей экономики (сфер деятельности).
5. Ключевые институты в рамках которых создаются условия для развития цифровой экономики.
6. Конфигурация глобальных рынков и их трансформация под действием цифровизации.
7. Россия на глобальном цифровом рынке.
8. Направления развития цифровой экономики в России.
9. Формирование цифровой инфраструктуры.
10. Стратегическое, оперативное и тактическое управление развитием цифровой экономики.
11. Трансформация рынка труда под воздействием цифровизации.
12. Формирование исследовательских компетенций и технологических заделов в России.
13. Разработки в области цифровых технологии

Тема 2 (2 ч.) Цифровая трансформация – основные направления. Роль государства в регулировании цифровой трансформации.

Вопросы для обсуждения:

1. Концепция четвертой промышленной революции.
2. Технологии, которые определяют переход к цифровой экономике. Новые технологии и их влияние на традиционные сектора экономики.
3. Технологические тренды в цифровой трансформации промышленности.
4. Цифровая трансформация в туризме,
5. Цифровая трансформация в сфере гостеприимства,
6. Цифровая трансформация в сфере выставочной индустрии.
7. Цифровая трансформация народно-художественных промыслов и ремесел.
8. Электронная торговля.
9. Трансформация рынков HoReCa.
10. Новые системы управления.
11. Возникновение новых рынков.
12. Роль государства в цифровой трансформации бизнеса.
13. Социально – этические аспекты цифровой трансформации.
14. Человеческий потенциал и роботизация.
15. Государственное регулирование формирования цифровой экономики.

Тема 3 (2 ч.) Цифровые технологии и влияние технологических инноваций на эффективность бизнеса.

Вопросы для обсуждения:

1. Эволюция цифровой трансформации. Три волны цифровых технологий.
2. Влияние технологических инноваций на результативность компаний. Социальные и экономические эффекты технологических инноваций.
3. Технологические изменения и разрушения.
4. Цифровая трансформация бизнеса: использование цифровых технологий бизнесом.
5. Уровень зрелости бизнес – процессов компаний для принятия технологических инноваций.
6. Реинжиниринг бизнес – процессов.
7. Человеческий капитал для развития бизнеса.
8. Факторы, влияющие на цифровую трансформацию бизнеса.

Тема 4 (2 ч.) Управление развитием бизнеса в условиях цифровой трансформации.

Вопросы для обсуждения:

1. Трансформация потребительской ценности и бизнес – моделей современных компаний.
2. Управление развитием бизнеса в условиях цифровизации: стратегический анализ, стратегический выбор, разработка и реализация стратегии, управление изменениями, стратегические и организационные изменения в условиях цифровизации.
3. Подрывные инновации.
4. Исследования цифровых платформ для повышения эффективности деятельности бизнеса.
5. Исследования влияния цифровизации на инновационную деятельность компаний.
6. Построение цифровых бизнес – моделей и сетей компаний.
7. Цифровая трансформация деятельности высоко -, средне - и низкотехнологичного сектора промышленности.
8. Взаимосвязь цифровой трансформации и интернационализации компаний.
9. Управление знаниями в компаниях в условиях цифровизации.

Материально-техническое обеспечение занятия:

- доска меловая
- компьютер и проектор.

9.2 Методические рекомендации по подготовке письменных работ

Требования к выполнению письменных работ: введение, основная часть, список литературы. Работа оформляется в соответствии с общими требованиями к оформлению письменных работ в РГГУ: <http://liber.rsuh.ru/?q=node/1648>.

Распределение тем презентации между студентами и консультирование обучаемых по выполнению письменной работы осуществляется также как и по реферату.

Приступая к подготовке работы в виде электронной презентации необходимо исходить из целей презентации и условий ее прочтения, как правило, такую работу обучаемые представляют преподавателю на проверку по электронной почте, что исключает возможность дополнительных комментариев и пояснений к представленному материалу. В данной учебной дисциплине в презентации важно показать основные ресурсы для развития туризма, а также созданные на этих ресурсах туристские центры, курорты и крупные туристские маршруты.

По согласованию с преподавателем, материалы письменной работы и презентации студент может представить на CD/DVD-диске (USB флэш-диске).

Электронные презентации выполняются в программе MS PowerPoint в виде слайдов в следующем порядке:

- титульный лист с заголовком темы и автором исполнения презентации;
- план презентации (5-6 пунктов - это максимум);
- основная часть (не более 10 слайдов);
- заключение (вывод);

Общие требования к стилевому оформлению презентации:

- дизайн должен быть простым и лаконичным;
- основная цель - читаемость, а не субъективная красота. При этом не надо

впадать в другую крайность и писать на белых листах черными буквами - не у всех это получается стильно;

- цветовая гамма должна состоять не более чем из двух-трех цветов;
- всегда должно быть два типа слайдов: для титульных, планов и т.п. и для основного текста;
- размер шрифта должен быть: 24-54 пункта (заголовки), 18-36 пунктов (обычный текст);
- текст должен быть свернут до ключевых слов и фраз. Полные развернутые предложения на слайдах таких презентаций используются только при цитировании. При необходимости, в поле «Заметки к слайдам» можно привести краткие комментарии или пояснения.
 - каждый слайд должен иметь заголовок;
 - все слайды должны быть выдержаны в одном стиле;
 - на каждом слайде должно быть не более трех иллюстраций;
 - слайды должны быть пронумерованы с указанием общего количества слайдов;
 - использовать встроенные эффекты анимации можно только, когда без этого не обойтись. Обычно анимация используется для привлечения внимания слушателей (например, последовательное появление элементов диаграммы).
- списки на слайдах не должны включать более 5-7 элементов. Если элементов списка все-таки больше, их лучше расположить в две колонки. В таблицах не должно быть более четырех строк и четырех столбцов - в противном случае данные в таблице будут очень мелкими и трудно различимыми.

Требования к контрольной работе

Контрольная работа представляет собой один из видов самостоятельной работы обучающихся. По сути – это изложение ответов на определенные теоретические вопросы по учебной дисциплине, а также решение практических задач. Контрольные проводятся для того, чтобы развить у обучающихся способности к анализу научной и учебной литературы, умение обобщать, систематизировать и оценивать практический и научный материал, укреплять навыки овладения понятиями определенной науки и т. д. При оценке контрольной преподаватель руководствуются следующими критериями:

- работа была выполнена автором самостоятельно;
- обучающийся подобрал достаточный список литературы, которая необходима для осмысления темы контрольной;
- автор сумел составить логически обоснованный план, который соответствует поставленным задачам и сформулированной цели;
- обучающийся анализирует материал;
- контрольная работа отвечает всем требованиям четкости изложения и аргументированности, объективности и логичности, грамотности и корректности;
- обучающийся сумел обосновать свою точку зрения;
- контрольная работа соответствует всем требованиям по оформлению;
- автор защитил контрольную и успешно ответил на все вопросы преподавателя.

Контрольная работа, выполненная небрежно, не по своему варианту, без соблюдения правил, предъявляемых к ее оформлению, возвращается без проверки с указанием причин, которые доводятся до обучающегося. В этом случае контрольная работа выполняется повторно.

При выявлении заданий, выполненных несамостоятельно, преподаватель вправе провести защиту студентами своих работ. По результатам защиты преподаватель выносит решение либо о зачете контрольной работы, либо об ее возврате с изменением варианта. Защита контрольной работы предполагает свободное владение студентом материалом, изложенным в работе и хорошее знание учебной литературы, использованной при написании.

Примеры вопросов для Контрольной работы

1. Понятие «информационная система». Роль информационных систем в современном мире.

2. Этапы и тренды развития информационных технологий в туристической индустрии. Перспективные направления информатизации туристической отрасли.

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

4. Конкуренция на рынке туристических услуг и взаимосвязь между конкурентоспособностью и информационными технологиями.

5. Интернет-технологии в индустрии туризма: этапы и основные направления взаимодействия, перспективные тенденции.

6. Электронная коммерция в индустрии туризма.

7. Современные Интернет-ресурсы для туристического бизнеса.

8. Системы управления сайтами (CMS-системы).

9. Применение Web-сервисов в индустрии туризма. Системы он-лайн бронирования.

10. Возможности использования социальных сетей в туристическом бизнесе.

11. Мировая и российская практика использования социальных сетей в туристической индустрии.

12. Понятия «рекомендательная система». Роль рекомендательных систем в современном туристическом бизнесе.

13. Взаимосвязь рекомендательных систем и социальных сетей в туристической индустрии. Основные тенденции развития рекомендательных и поисковых систем для турбизнеса.

14. Современные мобильные платформы. Мобильные приложения для туризма: основные особенности, практики использования.

15. Мобильные приложения для туризма: архитектура и технологии.

16. Понятие «business intelligence» и «BI-система». Методы анализа и прогнозирования в туристическом бизнесе.

17. Системы поддержки принятия решений в туристическом бизнесе.

18. Методы продвижения туристических услуг в Интернет: основные особенности, преимущества, эффективность.

19. Средства WEB-аналитики. Интернет-маркетинг туристических услуг.

20. Какие основные задачи стоят перед digital-маркетингом в независимом и сетевом отеле?

21. Какие маркетинговые методы используются для реализации digital-маркетинга?

22. С помощью каких инструментов аналитики можно оценить эффективность digital-маркетинга?

23. Что включает в себя комплексная маркетинговая стратегия?

24. Какие основные инструменты digital-маркетинга могут применяться в отеле?

25. Какие параметры работы с аналитикой можно выделить?

26. Какие инструменты digital-маркетинга могут применяться в разных типах отелей и других объектах гостеприимства (бизнес, загородный, курортный, санаторий, мини-отель, сеть отелей, хостел)?

27. Каковы алгоритмы внедрения digital-стратегии в туристическом, загородном и бизнес-отелях?

28. Понятие эффективности digital-маркетинга в отеле.

29. Какие инструменты можно использовать для оценки эффективности digital-маркетинга в туристическом, загородном и бизнес-отелях?

30. Какие функции выполняет специалист по digital-маркетингу в отеле?

31. Какие основные требования к знаниям и компетенциям специалиста по digital-маркетингу?

32. Какие методы контроля специалиста по digital-маркетингу в отеле существуют?

33. Какие функции и возможности CRM-системы в работе отеля?

9.3 Иные материалы

Тематика самостоятельных исследований:

Взаимосвязь между информационными, интеллектуальными, социальными, культурными, психологическими аспектами при формировании туристического продукта в цифровую эру. Понятие о “цифровой бизнес-экосистеме” в туризме как мультидисциплинарной области знаний.

Информационные процессы как часть логистической системы создания туристического продукта. Трансформация данных в знания в туристической отрасли. Понятие о digital user experience. Роль и место digital user experience в туристической отрасли. Формирование цифровой архитектуры в туристической отрасли.

Основные преимущества использования Интернет в туристическом бизнесе. Анализ возможностей использования Интернет и электронной коммерции в туристической отрасли, особенности применения и эффективность. Обзор современных Интернет ресурсов – сайты туристических компаний, порталы, поисковые и рекомендующие сети, социальные сообщества. Обзор систем управления сайтами (CMS).

Анализ данных в цифровом туризме: роль, место, значение. Понятие web mining. Понятие «рекомендательная система». Обзор существующих рекомендательных систем. Роль рекомендательных систем в современной туристической отрасли. Интеграция рекомендательных систем и социальных сетей. Понятие «BI-система». Многомерный анализ данных (OLAP), прогнозирование в туристическом бизнесе. Современные средства поддержки принятия решения для туристической отрасли.

Обзор социальных сетей. Возможности и практические подходы использования социальных сетей и сообществ в туристической отрасли. Понятие social media mining. Основные операционные системы для мобильных устройств. Основные отличия приложений для мобильных устройств. Тренды развития туристических приложений для мобильных устройств

Технологии дистрибуции туристических услуг. Типы участников рынка и их роли. Технологические решения для продажи авиабилетов, бронирования отелей, туров и др. услуг. Направления развития сервисов.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина (модуль) реализуется на факультете востоковедения и социально-коммуникативных наук кафедрой общественных связей, туризма и гостеприимства.

Цель дисциплины - являются формирование представления об основных тенденциях развития и сферах применения информационных технологий в индустрии туризма и гостеприимства; изучение современных Интернет-сервисов, IT-решений и приложений для туристического бизнеса; получение базовых знаний и навыков применения WEB-аналитики и Интернет-маркетинга для организации продаж туристических продуктов и услуг.

Задачи дисциплины:

- рамочные условия осуществления электронного бизнеса в туристической индустрии;
- технические и технологические практики выстраивания партнерских отношений с бизнес-партнерами;
- практику выстраивания отношений в сегментах B2B, B2C, B2G и пр.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен:

Знать: основные подходы информатизации бизнес-процессов туристического бизнеса

Уметь: анализировать и формировать ценностное предложение информационных решений для различных туристических предприятий

Владеть: навыками проведения рекламных кампаний в Интернет для туристического бизнеса.

По дисциплине (*модулю*) предусмотрена промежуточная аттестация в форме *экзамена*.

Общая трудоемкость освоения дисциплины (*модуля*) составляет 3 зачетные единицы.