

**ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ КРЫМ
«КРЫМСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КУЛЬТУРЫ, ИСКУССТВ И
ТУРИЗМА»
(ГБОУ ВО РК «КУКИиТ»)**

**ФАКУЛЬТЕТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
Кафедра туризма, менеджмента и социально-культурной деятельности**

УТВЕРЖДАЮ

Заместитель председателя учебно-методического совета ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры, искусств и туризма»


А.Ю. Микитинец
протокол УМС от 20.04.2026г. №5

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.14 ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА

Направление подготовки
43.03.02 Туризм

Профиль
Технология и организация туроператорских и турагентских услуг

Квалификация Бакалавр

Форма обучения
очная/заочная

Нормативный срок освоения
Основной профессиональной образовательной программы 4/5 года

Симферополь, 2026

Рабочая программа дисциплины Б1.В.14 Цифровые технологии в индустрии туризма разработана для обучающихся по направлению подготовки 43.03.02 Туризм.

Программа составлена в соответствии с Основной профессиональной образовательной программой, утвержденной Ученым советом ГБОУ ВО РК «КУКИиТ» протокол от 21.04.2026г. № 4, разработанной на основе ФГОС ВО по направлению подготовки 43.03.02 Туризм, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 г. №516.

Рабочая программа дисциплины разработана:

кандидат экономических наук,

доцент кафедры туризма, менеджмента и

социально-культурной деятельности _____ /С. Д. Димитриева/

Рабочая программа дисциплины рассмотрена и одобрена на заседании кафедры туризма, менеджмента и социально-культурной деятельности протокол от 30.03.2026г. №8

Заведующий кафедрой

_____ /Э. Э. Ибрагимов/

Представители работодателя:

ООО ТК «Спарта Крым»

Коммерческий директор

_____ /К. А. Загуменная/



1.

Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины:

Рабочая программа дисциплины является частью основной образовательной программы подготовки бакалавров по направлению **43.03.03 «Туризм»** (профиль подготовки Технология и организация туроператорских и турагентских услуг).

Целью освоения дисциплины является 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 туристского бизнеса; получение базовых знаний и навыков применения web-аналитики и интернет-маркетинга для организации продаж туристских продуктов и услуг.

Задачи дисциплины:

подготовить обучающихся к информатизации бизнес-процессов туристического бизнеса;

сформировать умение применять технологические новации и современное программное обеспечение в туристской сфере, навыки исследования туристского рынка, организации продаж и продвижения туристского продукта;

приобщить к использованию базовых информационных процессов для описания информационных потоков туристских предприятий;

дать представление о содержании и масштабах цифровой экономики и месте в ней туристской отрасли.

Общая трудоёмкость дисциплины для очной и заочной форм обучения составляет 3 зачётные единицы (далее – з.е.), 108 часов.

Для очной формы обучения аудиторные занятия – 36 часа, самостоятельная работа – 36 часов, экзамен – 36 часов.

Для заочной формы обучения аудиторные занятия – 12 часов, самостоятельная работа – 87 часов, экзамен – 9 часов.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесённых спланируемыми результатами освоения образовательной программы

В результате изучения дисциплины обучающийся:

Шифр и содержание компетенции	знать	уметь	владеть
ПК-6 Способен применять современные инновации и технологии в процессе проектирования туристского продукта.	современные инновации и технологии в процессе проектирования туристского продукта.	применять современные инновации и технологии в процессе проектирования туристского продукта; оценивать современные инновации и технологии в процессе проектирования туристского продукта индустрии на разных уровнях.	методами применения современных инноваций и технологий в процессе проектирования туристского продукта.

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Код УБ ООП	Учебный блок
Б1	Дисциплины (модули)
Б1.В	Часть, формируемая участниками образовательных отношений
Б1.В.14	Цифровые технологии в индустрии туризма

4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся по направлению 43.03.03 «Туризм» (профиль подготовки Технология и организация туроператорских и турагентских услуг)

Для очной формы обучения

Вид учебной работы		Всего часов	Семестры							
			1	2	3	4	5	6	7	8
Аудиторные занятия (Ауд) (всего)		36								
в том числе										
Лекции (Лек)		18								18
18		18								18
Самостоятельная работа обучающихся (СРО) (всего)		36								36
Промежуточная аттестация										
Зачет (Зач)										
Экзамен (Экз)		36								36
Курсовая работа (Курс)										
Общая трудоемкость	3 з.е.	108								108

Для заочной формы обучения

Вид учебной работы		Всего часов	Семестры							
			1	2	3	4	5	6	7	8
Аудиторные занятия (Ауд) (всего)		12								12
в том числе										
Лекции (Лек)		6								6
Практические занятия (Пр)		6								6
Самостоятельная работа обучающихся (СРО) (всего)		87								87

Промежуточная аттестация									
Зачет (Зач)									
Экзамен (Экз)		9							9
Курсовая работа (Курс)									
Общая трудоемкость	3 з.е.	108							108

5. Содержание дисциплины, структурированное по темам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

5.1 Содержание разделов дисциплины, структурированное по темам

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание дисциплины по темам
1	Раздел 1. Цифровые экосистемы как инновационное направление туристского бизнеса.	Тема 1. Современные цифровые технологии в туризме и гостеприимстве. Понятие цифровой экономики. Национальный проект «Цифровая экономика Российской Федерации». Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года» (внедрение цифровых технологий в сферу туризма). Положительное влияние на туристский бизнес цифровой трансформации. Регулирование цифровой экономики. Главные составляющие цифровой экономики. Применение технологий в туристских компаниях. Облачные хранилища. Облачные вычисления. Big Data. Отраслевые цифровые платформы. CRM-системы в туризме. ERP-системы. VR и AR в туризме. Сервисы для сбора отзывов и обратной связи. Геймификация. Прикладные задачи, решаемые внедрением цифровых технологий. Влияние цифровизации на экономический рост туристского бизнеса.
		Тема 2. Цифровые платформы как фактор роста отрасли туризма в России Цифровой контент как фактор, стимулирующий туризм. Вклад цифровых платформ в экономику туризма. Надлежащая работа с данными как основа эффективности. Использование цифрового контента и онлайн-платформ в России. Влияние цифрового контента на развитие туризма: анализ динамики. Преимущества цифровых платформ. Как цифровой контент может способствовать ускоренному росту экономики путешествий. Будущее цифровизации в секторе туризма. Использование аналитики данных для принятия более эффективных решений
		Тема 3. Цифровые туристские экосистемы Понятие цифровой экосистемы. Подходы к определению цифровых экосистем в разных странах. Признаки цифровой экосистемы. Примеры российских и зарубежных цифровых экосистем. Цифровые экосистемы в туризме. Единое цифровое пространство и его архитектура. Цифровая туристская экосистема как инновационное направление туристского бизнеса, как модель экономического развития туризма.
		Тема 4. Создание цифрового продукта. План создания цифрового продукта. Исследование рынка. Анализ конкурентов. Анализ целевой аудитории. Пользовательский подход к разработке продукта. MVP. Концепции JTBD и CustDev. Проектирование, техническое задание, прототип и интерфейс.

		Разработка, запуск и HADI-цикл. Дизайн-мышление в контексте цифрового туризма. Этапы дизайн-мышления. Формулировка задач по принципу SMART. Турпродукт как объект конструирования. Формирование проектов туров, их ведение и анализ с помощью специализированного программного обеспечения в работе туроператора. Дистрибуция туров в электронном пространстве. Глобальные распределительные системы. Структура и базовые характеристики поисковых систем. Преимущества облачных технологий и индивидуальных поисковых систем для турпредприятия. Тема 5. Data Analysis в туристической отрасли. 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 индустрии.
	Раздел 2. Электронная коммерция в туризме	Тема 6. Электронная коммерция как элемент цифрового туристского бизнеса. Роль и место электронной коммерции в туризме. История и этапы развития электронной коммерции. Возможности и назначение E-commerce. Воздействие электронной коммерции на развитие технологий и экономику в туризме. Классификация туристских интернет-ресурсов по принадлежности к системам электронной коммерции. Влияние электронной коммерции на туроператорскую и турагентскую деятельность. Новые методы продвижения и реализации турпродукта. Перспективы развития услуг электронной коммерции в сфере туризма. Тема 7. Понятие и инструменты digital маркетинга. Роль цифрового маркетинга в продвижении товаров и услуг в туризме. Понятие digital-маркетинга в туризме: цели, задачи, методы реализации и оценка. Основные инструменты digital-маркетинга в туризме. Цифровые каналы коммуникаций. Целевая аудитория digital-маркетинга. Контент. Маркетинг в социальных сетях. Таргетированная реклама. SEO (search engine optimization). QR-коды. Преимущества digital-маркетинга. Тема 8. Новые аспекты продвижения и реализации туристских продуктов в цифровой среде Цифровые технологии в туристском, гостиничном и ресторанном бизнесе. Инновационные подходы к развитию индустрии туризма и гостеприимства. Технологические инновации, направленные на сохранение экологии. Применение цифровых технологий в процессе формирования и управления брендом дестинации. Перспективные профили в сфере современных туристских цифровых технологий. Тема 9. Social Media и Mobile Application в туризме Обзор социальных сетей. Возможности и практические подходы использования социальных сетей и сообществ в туристической индустрии. Понятие social media mining. Основные операционные системы для мобильных устройств. Основные отличия приложений для мобильных устройств. Тренды развития туристических приложений для мобильных устройств

5.2 Разделы дисциплин с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий по направлению 43.03.03 «Туризм» (профиль подготовки Технология и организация туроператорских и турагентских услуг)

№п/п	Наименование раздела, темы дисциплины	Количество часов				
		очная форма/ заочная форма				
		в том числе				
		всего	Лек	Пр	СР	Конт роль
1.	Раздел 1. Цифровые экосистемы как инновационное направление туристского бизнеса.	40/51	10/2	10/2	20/47	
	Тема 1. Современные цифровые технологии в туризме и гостеприимстве.	8/9	2/2	2/0	4/9	
	Тема 2. Цифровые платформы как фактор роста отрасли туризма в России	8/8	2/0	2/2	4/8	
	Тема 3. Цифровые туристские экосистемы	8/10	2/0	2/0	4/10	
	Тема 4. Создание цифрового продукта	8/10	2/0	2/0	4/10	
	Тема 5. Data Analysis в туристической отрасли.	8/10	2/0	2/0	4/10	
2.	Раздел 2. Электронная коммерция в туризме	32/48	8/4	8/4	16/40	
	Тема 6. Электронная коммерция как элемент цифрового туристского бизнеса.	8/14	2/2	2/2	4/10	
	Тема 7. Понятие и инструменты digital маркетинга.	8/10	2/0	2/0	4/10	
	Тема 8. Новые аспекты продвижения и реализации туристских продуктов в цифровой среде	8/10	2/0	2/0	4/10	
	Тема 9. Social Media и Mobile Application в туризме	8/10	2/2	2/2	4/10	
3	Промежуточная аттестация - экзамен	36/9				36/9
4	Итого часов	108/108	18/6	18/6	36/87	36/9

5.3. Содержание программы по темам и видам занятий

5.3.1. Содержание программы по темам и видам занятий для очной формы обучения

№ п/п	Тема	Кол-во часов	Виды учебных занятий и учебные вопросы
1	2	3	4
1.	Тема 1. Современные цифровые технологии в туризме и гостеприимстве.	Лек-2ч. Практ – 2 ч.	Лекция 1 1. Понятие цифровой экономики и ее влияние на туристский бизнес. 2. Регулирование цифровой экономики. 3. Цифровые технологии в туризме и гостеприимстве. Практическое занятие 1 Информационные системы и цифровые технологии в индустрии туризма и гостеприимства.

2.	Тема 2. Цифровые платформы как фактор роста отрасли туризма в России	Лек-2ч. Практ-2ч.	Лекция 2 1. Цифровой контент, вклад цифровых платформ в экономику туризма. 2. Использование цифрового контента и онлайн-платформ в России. 3. Перспективы цифровизации в секторе туризма. Практическое занятие 2 Платформенный бизнес. Стратегии бизнес-модели платформенных компаний.
3.	Тема 3. Цифровые туристские экосистемы	Лек-2ч. Практ-2ч.	Лекция 3 1. Понятие и признаки цифровой экосистемы. 2. Формирование цифровых экосистем в туризме. 3. Российские и зарубежные цифровые экосистемы. Практическое занятие 3 Анализ цифровых экосистем, предоставляющих туристские услуги
4.	Тема 4. Создание цифрового продукта.	Лек-2ч. Практ-2ч	Лекция 4 1. План создания цифрового продукта. 2. Концепции JTBD и CustDev. 3. Этапы дизайн-мышления. Формулировка задач по принципу SMART. Практическое занятие 4 Кейс «Оценка эффективности туристского сайта». Бронирование гостиниц и билетов через Интернет
5.	Тема 5. Data Analysis в туристической отрасли.	Лек-2ч. Практ-2ч..	Лекция 5 1. Анализ данных в цифровом туризме: роль, место, значение. 2. Web mining и «рекомендательная система». 3. Прогнозирование в туристическом бизнесе. Многомерный анализ данных (OLAP), «BI-система». Практическое занятие 5 «Анализ данных в цифровом туризме».
6.	Тема 6. Электронная коммерция как элемент цифрового туристского бизнеса.	Лек-2ч. Практ-2ч.	Лекция 6 1. История и этапы развития электронной коммерции. 2. Воздействие электронной коммерции на развитие технологий и экономику в туризме. 3. Новые методы продвижения и реализации турпродукта. Практическое занятие 6 Электронная коммерция в туризме.
7.	Тема 7. Понятие и инструменты digital маркетинга.	Лек-2ч. Практ-2ч.	Лекция 1. Понятие digital-маркетинга в туризме: цели, задачи, методы реализации и оценка. 2. Инструменты digital-маркетинга. 3. Маркетинг в социальных сетях. Практическое занятие 7 SMM. Маркетинг и аналитика в социальных сетях.

8	Тема 8. Новые аспекты продвижения и реализации туристских продуктов в цифровой среде	Лек-2ч. Практ -2ч..	Лекция 8 1. Цифровые технологии в туристском, гостиничном и ресторанном бизнесе. 2. Применение цифровых технологий в процессе формирования и управления брендом дестинации. 3. Стратегия продвижения туристского предприятия в социальных сетях. Практическое занятие 8 Разработка плана мероприятий по реализации стратегии продвижения турфирмы в социальных сетях.
9.	Тема 9. Social Media и Mobile Application в туризме	Лек-2ч. Практ -2ч..	Лекция 9 1. История, виды и тенденции развития социальных медиа. 2. Ресурсы социальных медиа. Преимущества и недостатки социальных медиа. 3. Медиапродукты турфирмы. Инфографика. Мобильные приложения в туризме. Практическое занятие 9 1. Анализ рынка мобильных приложений для туристского бизнеса. 2. Аналитика социальных медиа в индустрии туризма.
11	Итого	Лекций - 18 часов. Практических занятий - 18 часов.	

5.4.1. Содержание программы по темам и видам занятий для заочной формы обучения по направлению 43.03.03 «Туризм» (профиль подготовки Технология и организация туроператорских и турагентских услуг)

№ п/п	Тема	Кол-во часов	Виды учебных занятий и учебные вопросы
1	2	3	4
1.	Тема 1. Современные цифровые технологии в туризме и гостеприимстве.	Лек-2ч. Практ – 0 ч.	Лекция 1 4. Понятие цифровой экономики и ее влияние на туристский бизнес. 5. Регулирование цифровой экономики. 6. Цифровые технологии в туризме и гостеприимстве. Практическое занятие 1 Информационные системы и цифровые технологии в индустрии туризма и гостеприимства.
2	Тема 2. Цифровые платформы как фактор роста отрасли туризма в России	Лек-0ч. Практ -2ч.	Практическое занятие 2 Кейс «Оценка эффективности туристского сайта». Бронирование гостиниц и билетов через Интернет
3	Тема 6. Электронная коммерция как элемент цифрового туристского бизнеса.	Лек-2ч. Практ -2ч.	Лекция 6 4. История и этапы развития электронной коммерции. 5. Воздействие электронной коммерции на развитие технологий и экономику в туризме. 6. Новые методы продвижения и реализации турпродукта. Практическое занятие 6 Электронная коммерция в туризме.
	Тема 9. Social Media и Mobile Application в	Лек-2ч.	Лекция 9 4. История, виды и тенденции развития социальных медиа.

4	туризме	Практ -2ч..	5. Ресурсы социальных медиа. Преимущества и недостатки социальных медиа. 6. Медиапродукты турфирмы. Инфографика. Мобильные приложения в туризме. Практическое занятие 9 3. Анализ рынка мобильных приложений для туристского бизнеса. 4. Аналитика социальных медиа в индустрии туризма.
6	Итого	Лекций - 6 часов. Практических занятий - 6 часов.	

6 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы по дисциплине

6.1. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы по дисциплине для обучающихся очной формы обучения по направлению 43.03.03 «Туризм» (профиль подготовки Технология и организация туроператорских и турагентских услуг)

№	Наименование темы	Кол-во часов	Вопросы для самостоятельного изучения	Форма контроля выполнения самостоятельной работы
1.	Тема 1. Современные цифровые технологии в туризме и гостеприимстве.	4	1. Понятие цифровой экономики. Опыт разных стран в реализации цифровой экономики. 2. Национальный проект «Цифровая экономика Российской Федерации». Стратегия развития туризма в РФ на период до 2035 года» (внедрение цифровых технологий в сферу туризма). 3. Положительное влияние на туристский бизнес цифровой трансформации. 4. Регулирование цифровой экономики. 5. Главные составляющие цифровой экономики.	Доклад
2.	Тема 2. Цифровые платформы как фактор роста отрасли туризма в России	4	1. Цифровой контент как фактор, стимулирующий туризм. Вклад цифровых платформ в экономику туризма. 2. Использование цифрового контента и онлайн-платформ в России. 3. Влияние цифрового контента на развитие туризма: анализ динамики. Преимущества цифровых платформ. 4. Как цифровой контент может способствовать ускоренному росту экономики путешествий. 5. Будущее цифровизации в секторе туризма. 6. Использование аналитики данных для принятия более эффективных решений.	Опрос

3.	Тема 3. Цифровые туристские экосистемы	4	1. Развитие цифровых экосистем и платформ в туризме и сфере услуг. 2. Классификация платформ по функционалу. 3. Регулирование экосистем в Российской Федерации: существующие механизмы по сферам регулирования	Доклад
4.	Тема 4. Создание цифрового продукта.	4	1. Понятие, виды и технологии создания медиапродуктов. 2. Преимущества и недостатки медиапродуктов. 3. Принципы проектирования медиапродуктов для презентаций, промо-дисков, Интернета. 4. Вебинар. Инфографика для сайта фирмы и презентаций. Программа PowerPoint, Publisher, Adobe Flash	Опрос
5.	Тема 5. Data Analysis в туристической отрасли.	4	1. Анализ практики применения технологии Big Data в индустрии туризма 2. Роль рекомендательных систем в современной туристической отрасли. 3. Интеграция рекомендательных систем и социальных сетей. 4. Понятие «BI-система». 5. Многомерный анализ данных (OLAP)	Опрос
6.	Тема 6. Электронная коммерция как элемент цифрового туристского бизнеса.	4	1. Понятие электронной коммерции и ее категории 2. Возможности и назначение E-commerce 3. Интернет и электронная коммерция в туризме 4. Классификация туристских интернет-ресурсов по принадлежности к системам электронной коммерции 5. Классификация интернет-представительств e-commerce 6. Способы заказа и оплаты товаров через Интернет 7. Электронные платежи 8. Платежные системы в Интернете	Проверка конспекта
7.	Тема 7. Понятие и инструменты digital маркетинга.	4	1. Digital маркетинг: сущность, особенности. 2. Различия digital-маркетинга и Интернет-маркетинга. 3. Каналы, инструменты и сервисы digital-маркетинга	Проверка конспекта

8.	Тема 8. Новые аспекты продвижения и реализации туристских продуктов в цифровой среде	4	1. Современные методы продвижения туристских продуктов в сети Интернет. 2. Цифровые каналы продвижения и их характеристики. 3. Применение цифровых технологий в процессе формирования и управления брендом дестинации. 4. Перспективные профили в сфере современных туристских цифровых технологий.	Проверка конспекта
9.	Тема 9. Social Media и Mobile Application в туризме	4	1. История, виды и тенденции развития социальных медиа. 2. Роль социальных медиа в развитии туризма. 3. Ресурсы социальных медиа: инстаграммы, видеоресурсы, подкаст (podcast), форумы, чаты, блоги, группы по интересам. Характеристика социальных сетей. 4. Технология RSS (Really Simple Syndication). Преимущества и недостатки социальных медиа. 5. Стратегия продвижения турпредприятия в социальных сетях.	Проверка конспекта
10	Итого	36 часов		

6.2 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы по дисциплине для обучающихся заочной формы обучения по направлению 43.03.03 «Туризм» (профиль подготовки Технология и организация туроператорских и турагентских услуг)

№	Наименование темы	Кол-во часов	Вопросы для самостоятельного изучения	Форма контроля выполнения самостоятельной работы
1.	Тема 1. Современные цифровые технологии в туризме и гостеприимстве.	9	1. Понятие цифровой экономики. Опыт разных стран в реализации цифровой экономики. 2. Национальный проект «Цифровая экономика Российской Федерации». Стратегия развития туризма в РФ на период до 2035 года» (внедрение цифровых технологий в сферу туризма). 3. Положительное влияние на туристский бизнес цифровой трансформации. 4. Регулирование цифровой экономики. 5. Главные составляющие цифровой экономики.	Доклад
2.	Тема 2. Цифровые платформы как фактор роста отрасли туризма в России	9	1. Цифровой контент как фактор, стимулирующий туризм. Вклад цифровых платформ в экономику туризма. 2. Использование цифрового	Опрос

			контента и онлайн-платформ в России. 3. Влияние цифрового контента на развитие туризма: анализ динамики. Преимущества цифровых платформ. 4. Как цифровой контент может способствовать ускоренному росту экономики путешествий. 5. Будущее цифровизации в секторе туризма. 6. Использование аналитики данных для принятия более эффективных решений.	
3.	Тема 3. Цифровые туристские экосистемы	9	1. Развитие цифровых экосистем и платформ в туризме и сфере услуг. 2. Классификация платформ по функционалу. 3. Регулирование экосистем в Российской Федерации: существующие механизмы по сферам регулирования	Доклад
4.	Тема 4. Создание цифрового продукта.	10	1. Понятие, виды и технологии создания медиапродуктов. 2. Преимущества и недостатки медиапродуктов. 3. Принципы проектирования медиапродуктов для презентаций, промо-дисков, Интернета. 4. Вебинар. Инфографика для сайта фирмы и презентаций. Программа PowerPoint, Publisher, Adobe Flash	Опрос
5.	Тема 5. Data Analysis в туристической отрасли.	10	1. Анализ практики применения технологии Big Data в индустрии туризма 2. Роль рекомендательных систем в современной туристической отрасли. 3. Интеграция рекомендательных систем и социальных сетей. 4. Понятие «BI-система». 5. Многомерный анализ данных (OLAP)	Опрос
6.	Тема 6. Электронная коммерция как элемент цифрового туристского бизнеса.	10	1. Понятие электронной коммерции и ее категории 2. Возможности и назначение E-commerce 3. Интернет и электронная коммерция в туризме 4. Классификация туристских интернет-ресурсов по принадлежности к системам электронной коммерции 5. Классификация интернет-представительств e-commerce 6. Способы заказа и оплаты товаров через Интернет 7. Электронные платежи 8. Платежные системы в Интернете	Проверка конспекта

7.	Тема 7. Понятие и инструменты digital маркетинга.	10	1. Digital маркетинг: сущность, особенности. 2. Различие digital-маркетинга и Интернет-маркетинга. 3. Каналы, инструменты и сервисы digital-маркетинга	Проверка конспекта
8.	Тема 8. Новые аспекты продвижения и реализации туристских продуктов в цифровой среде	10	1. Современные методы продвижения туристских продуктов в сети Интернет. 2. Цифровые каналы продвижения и их характеристики. 3. Применение цифровых технологий в процессе формирования и управления брендом дестинации. 4. Перспективные профили в сфере современных туристских цифровых технологий.	Проверка конспекта
9.	Тема 9. Social Media и Mobile Application в туризме	10	1. История, виды и тенденции развития социальных медиа. 2. Роль социальных медиа в развитии туризма. 3. ресурсы социальных медиа: инстаграммы, видеоресурсы, подкаст (podcast), форумы, чаты, блоги, группы по интересам. Характеристика социальных сетей. 5. Технология RSS (Really Simple Syndication). Преимущества и недостатки социальных медиа. 6. Стратегия продвижения турпредприятия в социальных сетях.	Проверка конспекта
10	Итого	87 часов		

7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине «Цифровые технологии в индустрии туризма»

**7.1. Виды контроля и аттестации, формы оценочных средств
Для очной формы обучения**

№ п/п	Вид контроля и аттестации	№ и наименование блока (раздела) дисциплины	Оценочные средства			Количество баллов
			Форма	Количество вопросов в задании	Количество независимых вариантов	
1.	Рубежный контроль уровня усвоения обучающимися компетенций по	Раздел 1. Цифровые экосистемы как инновационное	Вопросы рубежного контрольно-проверочного мероприятия	2	20	0-10 баллов (1 верный ответ – 5 баллов)

	темам 1-5	направление туристского бизнеса.	2. Оценивание текущей успеваемости.	1. Систематичность и активность работы на практических занятиях. 2. Выполнение заданий для самостоятельной работы.		0-10 баллов 0-10 баллов
2.	Рубежный контроль уровня усвоения обучающимися компетенций по темам 6-11	Раздел 2. Электронная коммерция в туризме	Вопросы рубежного контрольно-проверочного мероприятия	2	20	0-10 (1 верный ответ – 5 баллов)
			2. Оценивание текущей успеваемости.	1. Систематичность и активность работы на практических занятиях. 2. Выполнение заданий для самостоятельной работы.		0-10 баллов 0-10 баллов
	Промежуточная аттестация (экзамен)		Контрольные вопросы и задания для промежуточной аттестации. Результаты рубежных контролей.	2 контрольных вопроса и 1 практическое задание	30	0-40
4	Итого по результатам освоения обучающимися компетенций по темам 1-11					0-100 баллов

Для заочной формы обучения

№ п/п	Вид контроля и аттестации	№ и наименование блока (раздела) дисциплины	Оценочные средства			Количество баллов
			Форма	Количество вопросов в задании	Количество независимых вариантов	
1	Контроль уровня освоения обучающимися компетенций по темам 1-11	Раздел 1. Цифровые экосистемы как инновационное направление туристского бизнеса. Раздел 2. Электронная коммерция в туризме	Вопросы рубежного контрольно-проверочного мероприятия	2	20	0-30 баллов (1 верный ответ – 15 баллов)
			Оценивание текущей успеваемости.	1. Систематичность и активность работы на семинарских занятиях. 2. Выполнение заданий для самостоятельной работы.		0-20 баллов 0-10 баллов

2	Промежуточная аттестация (экзамен)		Контрольные вопросы задания для промежуточной аттестации. Результаты рубежных контролей.	2 контрольных вопроса и 1 практическое задание	30	0-40 (каждый контрольный вопрос – до 15 баллов, выполнение практического задания – 10 баллов)
3	Итого по результатам освоения обучающимися компетенций по темам 1-11					0-100 баллов

Текущий контроль и его формы: Текущий контроль проводится в ходе занятий с целью определения степени усвоения учебного материала, своевременного вскрытия недостатков в подготовке обучающихся и принятия, необходимых мер по совершенствованию методики преподавания дисциплины, организации работы обучающихся в ходе занятий и оказания им индивидуальной помощи.

Объектами текущего контроля знаний обучающихся являются:

- систематичность и активность работы на практических занятиях. При контроле систематичности и активности работы на практических занятиях могут оцениваться: уровень знаний, продемонстрированный в ответах и выступлениях на практических занятиях; активность при обсуждении вопросов, вынесенных на семинарские занятия, экспресс-контроль, составление конспекта, регулярное посещение занятий; научная работа обучающихся (выступление с докладами на научных семинарах, конференциях, конкурсах научных работ и прочее).

- выполнение заданий для самостоятельной работы. При контроле выполнения заданий для СРО могут оцениваться: самостоятельное изучение тем в целом или отдельных вопросов; выполнение заданий для самостоятельной работы, подготовка учебных и научных текстов, реферативных материалов по публикациям и т.д.;

Текущий контроль осуществляется в ходе учебного процесса и консультирования обучающихся, проверки результатов самостоятельной работы.

Его основными формами являются: устный опрос; письменный опрос; тестирование; контрольная работа и т.п.

Отдельно могут оцениваться личностные качества обучающегося (аккуратность, исполнительность, инициативность) – работа в аудитории, своевременное выполнение заданий, сдача отчетов, качество подготовки рефератов и сообщений, творческий подход и т.п.

Рубежный контроль:

Рубежный контроль проводится после изучения определенного раздела учебной дисциплины, объединяющего соответствующие темы.

Форма промежуточной аттестации (экзамен): экзамен, который учитывает результаты выполнения предусмотренных рабочей программой контрольных мероприятий (рубежных контролей и промежуточной аттестации).

Рубежный контроль и промежуточная аттестация проводятся с использованием балльно-рейтинговой технологии. Критерии оценивания, перечень контрольных точек, требования к их выполнению и таблица планирования результатов обучения в баллах представлены в документе «Фонд оценочных средств» по учебной дисциплине «Экономика предприятия».

Этот фонд включает: тесты, контрольные вопросы и задания для проведения текущего, рубежных контролей и промежуточной аттестации, позволяющие оценить степень сформированности компетенций обучающихся.

7.2. Примеры оценочных средств рубежного контроля и промежуточной аттестации по дисциплине

Для рубежного контроля

Билет (пример):

1. Использование цифрового контента и онлайн-платформ в России.
2. Web mining и «рекомендательная система».

Для промежуточной аттестации:

Контрольные вопросы:

1. История и этапы развития электронной коммерции
2. Применение цифровых технологий в процессе формирования и управления брендом дестинации.

Практическое задание: «Сеть агентств горящих путёвок» – один из крупнейших туристских операторов, в обойме которого более 150 франчайзи и более 20 лет опыта в области увеличения прибыли, «узнаваемости бренда», стимулирования продвижения туристских услуг в социальных сетях, хочет запустить акцию «Бамбарбия». Суть акции – всегда «очень вкусные» цены, которые можно получить, выполнив некоторые условия. «Сеть агентств горящих путёвок» выбрала в качестве условия – наличие «чистого паспорта» (то есть отсутствие отметок о пересечении границы). Таким образом, если потенциальный покупатель имеет «чистый паспорт», он получает право купить путевку по ценам до 50% ниже, чем обычно. Задание: 1. Как наиболее эффективно сформулировать таргетирование? 2. Какие дополнительные бонусы может принести успешная рекламная кампания этому турагентству? 3. Какие подводные камни могут быть, если делать подобные кейсы своими силами?

3. Промежуточная аттестация проводится в форме экзамена. Экзамен проводится в виде ответов на 2 контрольных вопроса и контрольного практического задания.

Оценка знаний обучающихся осуществляется в баллах в комплексной форме с учётом:

- оценки по итогам текущего и рубежных контролей уровня освоения обучающимися компетенций (для заочной формы обучения – текущего контроля и контроля уровня освоения обучающимися компетенций) контролей (до 60 баллов);
- оценки итоговых знаний в ходе экзамена (до 40 баллов).

Ориентировочное распределение максимальных баллов по видам отчетности

№	Виды отчётности	Баллы
1	Работа на семинарских занятиях	0-20
2	Выполнение самостоятельной работы	0-10
3	Выполнение заданий рубежных контролей (контроля уровня освоения обучающимися компетенций для заочной формы обучения)	0-30 для очной формы обучения (до 15 за 1 рубежный контроль), до 30 в целом – для заочной формы обучения.
4	Результаты промежуточной аттестации	20-40

Экзамен проводится по 40 бальной шкале. Минимальная зачетная сумма баллов по итогам текущего контроля – 40, максимальная – 60. Минимальная зачетная сумма баллов по итогам рубежных контролей – 40, максимальная – 60. Для определения окончательной суммы баллов по итогам текущего и рубежных контролей необходимо вычислить их среднее арифметическое число (сложить результаты текущего и рубежных контролей и разделить на 2).

На основе окончательно полученных баллов - количество баллов, набранных в результате текущего и рубежных контролей (контроля уровня освоения обучающимися компетенций) и количества баллов, полученных обучающимися в результате промежуточной аттестации (экзамена) выставляются следующие оценки:

«неудовлетворительно», «удовлетворительно», «хорошо», «отлично».

При этом действует следующая итоговая шкала:

- менее 60 баллов – оценка «неудовлетворительно»;
- от 60 до 73 баллов – оценка «удовлетворительно»;
- от 74 до 89 баллов – оценка «хорошо»;
- от 90 до 100 баллов – оценка «отлично».

7.3. Критерии оценок знаний по дисциплине

«Отлично»

Теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному.

Обучающийся полностью усвоил программный материал. Глубоко знает и самостоятельно излагает содержание вопросов, а также знает основную и дополнительную литературу по теме. Ответ построен на уровне самостоятельного мышления, знания вопроса и всей темы. Материал излагается логически последовательно и полно, с элементами творческого мышления. Умеет самостоятельно делать общие выводы.

«Хорошо»

Теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения ни одного из них не оценено минимальным числом баллов, некоторые виды заданий выполнены с ошибками.

Обучающийся проявил твердое знание программного материала и самостоятельность мышления. Показал знание предусмотренной программой литературы. Продемонстрировал умение применять свои знания к анализу современной действительности. Показал умение выделить главное, делать выводы и обобщения. Возможны пробелы в усвоении второстепенных вопросов.

«Удовлетворительно»

Теоретическое содержание курса освоено частично, некоторые практические навыки работы не сформированы, многие предусмотренные программой обучения учебные задания не выполнены, либо качество выполнения некоторых из них оценено числом баллов, близким к минимальному.

Обучающийся усвоил лишь основную часть программного материала, в общем знаком с рекомендованной литературой. Ответ обучающегося строится на уровне репродуктивного мышления с нарушением логики изложения материала. Испытывает значительные затруднения в применении знаний к анализу современной действительности. Обучающийся не умеет ответить на дополнительные вопросы, связанные с материалом ответа.

«Неудовлетворительно»

Теоретическое содержание курса освоено частично, необходимые практические навыки не сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий не выполнено. Обучающийся не знает основного содержания рекомендованной литературы, допускает существенные ошибки в освещении поставленных вопросов. Не может увязывать материал с современностью.

Контрольные вопросы для подготовки к экзамену

1. Роль и влияние цифровизации на экономический рост туристской отрасли.
2. Digital user experience (цифровой пользовательский опыт). Персонализация туристского предложения.
3. Облачные хранилища, облачные вычисления – применение в туризме.
4. Понятие о цифровой экономике. Роль и место туристической отрасли в цифровой экономике. Цифровая трансформация туристического бизнеса, понятие «Digital Tourism».

5. Этапы и тренды развития информационных технологий в туриндустрии. Перспективные направления информатизации туристической отрасли.
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 Онлайн бронирования.
10. Возможности использования социальных сетей в туристическом бизнесе.
11. Понятия «рекомендательная система». Роль и тенденции развития рекомендательных систем в современном туристическом бизнесе.
12. Современные мобильные платформы. Мобильные приложения для туризма: основные особенности, практики использования.
13. Понятие «business intelligence» и «BI-система». Методы анализа и прогнозирования в туристическом бизнесе.
14. Системы поддержки принятия решений в туристическом бизнесе.
15. Методы продвижения туристических услуг в Интернет: основные особенности, преимущества, эффективность.
16. Средства WEB-аналитики. Интернет-маркетинг туристических услуг.
17. Основные категории электронного рынка по взаимодействию субъектов рыночных отношений в Интернет: business-to-business, B2B; business-to-consumer, B2C; consumer-to-consumer, C2C; business-to-administration, B2A; consumer-to-administration, C2A.
18. Этапы разработки digital-стратегий в индустрии туризма. Основные виды, характеристика и классификация цифровых проектов.
19. Система цифрового маркетинга (CDM), как целостная социально-экономическая система.
20. Классификация технологий цифрового бизнеса.
21. Продвижение ресурса в поисковых системах: понятие, преимущества, недостатки, цели применения.
22. Применение цифровых технологий в процессе формирования и управления брендом дестинации.
23. Характеристика, роль и инструменты цифрового маркетинга.
24. Social Media Marketing как современная технология цифрового бизнеса в социальных сетях.
25. Таргетинг и лидогенерация — достоинства и недостатки.
26. Мобильные инструменты продвижения, их преимущества и недостатки.
27. Маркетинг в социальных сетях (SMM).
28. Технологии бренд-менеджмента в соцсетях.
29. Мобильный маркетинг: определение, цели, преимущества и недостатки.
30. Главные задачи применения платформенного бизнеса в туризме.
31. Сущность и содержание стратегии развития внутреннего и въездного туризма в России за счет создания онлайн-платформы.
32. Задачи формирования туристской экосистемы.
33. Туристский маркетплейс как «важнейшее цифровое решение» Правительства РФ.
34. Сервисы дополнительной реальности, их использование для навигации по городам и объектам показа.
35. Понятие платформенного бизнеса. Существующие платформенные бизнес-модели.
36. Облачные хранилища, облачные вычисления – применение в туризме.
37. Big Data – применение в туризме.
38. Отраслевые цифровые платформы – применение в туризме.
39. CRM-системы, ERP-системы в туризме.
40. VR и AR в туризме.
41. Геймификация – применение в туризме.
42. Цифровой контент как фактор, стимулирующий туризм.
43. Вклад цифровых платформ в экономику туризма.
44. Использование цифрового контента и онлайн-платформ в России.

45. Преимущества цифровых платформ. Как цифровой контент может способствовать ускоренному росту экономики путешествий.
46. Понятие цифровой экосистемы. Признаки цифровой экосистемы.
47. Примеры российских и зарубежных цифровых экосистем в туризме.
48. Цифровая туристская экосистема как инновационное направление туристского бизнеса, как модель экономического развития туризма.
49. Дизайн-мышление в контексте цифрового туризма. Этапы дизайн-мышления. Формулировка задач по принципу SMART.
50. Влияние электронной коммерции на туроператорскую и турагентскую деятельность.
51. Новые методы продвижения и реализации турпродукта.
52. Роль цифрового маркетинга в продвижении товаров и услуг в туризме.
53. Понятие digital-маркетинга в туризме: цели, задачи, методы реализации и оценка.
54. Основные инструменты digital-маркетинга в туризме.
55. Цифровые каналы коммуникаций. Целевая аудитория digital-маркетинга. Контент.
56. Маркетинг в социальных сетях.
57. Таргетированная реклама. SEO (search engine optimization).
58. Цифровые технологии в туристском, гостиничном и ресторанном бизнесе.
59. Технологические инновации, направленные на сохранение экологии.
60. Применение цифровых технологий в процессе формирования и управления брендом дестинации.

Практическое задание:

Задание 1. Сформулировать требования к разработке флэш-ролика (бриф для заказа ролика), который создается для развития и поддержания известности турфирмы. Ожидаемый эффект – высокая динамика увеличения просмотров среди интернет-пользователей.

Задание 2. Записать сравнительные характеристики медиапродуктов по критериям привлекательности для турфирмы с точки зрения применения в программах развития известности фирмы.

Характеристика	Продукт 1	Продукт 2

Задание 3. Записать критерии разработки медиапродукта с учетом характеристики целевой аудитории.

Характеристика целевой аудитории	Свойства продукта

Задание 4. Сайт турфирмы «Море путешествий» выполнен в черно-зеленой гамме (по аналогии с фильмом «Матрица»), имеет много переходов по страницам, содержит актуальную аналитическую информацию, всплывающие фотографии и баннеры. Для навигации можно использовать кнопку «Пифия», после нажатия которой всплывает меню сайта, виртуальные подсказки или в строке можно записать вопрос. Однако, посетители на сайте долго не задерживаются, внутри сайта переходы используются слабо, вопросы «Пифии» не задают.

Сформулируйте мнение по следующим вопросам:

- Нужен ли рестайлинг сайта?
- Укажите принципы создания эффективного сайта.
- Какие психофизиологические и социальные характеристики нужно учитывать при ведении сайта турфирмы, но не были учтены разработчиками?

Задание 5. Проведите сравнительный обзор интернет-ресурсов национальных туристских порталов.

Задание 6. Составить таблицу «Проблемы использования ИТ в туризме» (проблема: факторы обострения, ресурсы преодоления, риски нерешенной проблемы).

Задание 7. Мониторинг ресурсов сайтов бронирования – составить описание сайта бронирования (базовые компоненты, отличительные компоненты). Сделать вывод о комфортности сайтов бронирования.

Задание 8. Подобрать на сайте Яндекс.Путешествия варианты размещения по пути следования из Краснодара в Тулу (2-4 ночи): предложить бюджетный вариант, вариант для семейного размещения.

Задание 9. Подобрать на сайте Яндекс.Путешествия варианты размещения по пути следования из Москвы во Владивосток (6-7 ночей): предложить бюджетный вариант, вариант для семейного размещения.

Задание 10. Провести мониторинг презентационных ресурсов туристских дестинаций (географических, целевых), выбрать одну из тех, что имеет сложный туристский портал. Сделать анализ.

Задание 11. На основании анализируемого веб-ресурса (туристского портала) составить план посещения туристского центра (страны, города, тематического парка и т.п.).

Задание 12. Создать техническое задание для разработки сайта небольшой туристской фирмы.

Задание 13. На основе мониторинга социальных сетей сформулировать принципы продвижения турфирмы в неформальном сообществе.

Задание 14. Разработать мини-проект для вирусного маркетинга (по желанию (!) для апробации разместить в одной из социальных сетей).

Задание 15. Заполнить таблицу «Возможности и риски продвижения в социальных медиа».

Возможности	Пример использования возможности	Риски	Действия, снижающие риск

Задание 16. Используя графический редактор, создать информационный листок на тему путешествий.

Задание 17. Самостоятельно сформулировать запрос в Интернет-поисковике для получения информации о самостоятельных путешествиях. На основе сравнения веб-ресурсов свободных путешествий выбрать наиболее привлекательный, обосновать его ценность.

Задание 18. Создать маршрут летнего путешествия для молодой пары на основе веб-ресурсов свободных путешествий.

Задание 19. Проведите мониторинг 3 интернет-сайтов по бронированию гостиниц (на Ваш выбор), выявите преимущества и недостатки сервисов.

Задание 20. Проведите мониторинг 3 интернет-сайтов по бронированию гостиниц (на Ваш выбор). Город назначения – Тула.

Интернет-сайты и их характеристики	Сайт 1	Сайт 2	Сайт 3
Количество гостиниц г. Ярославля на сайте			
Бронирование гостиницы в режиме on-line (да/нет)			
Форма оплаты брони			
Штрафные санкции			
Свой вариант			

Задание 21. Проведите мониторинг 3 интернет-сайтов по бронированию гостиниц (на Ваш выбор). Город назначения – Ярославль.

Интернет-сайты и их характеристики	Сайт 1	Сайт 2	Сайт 3
Количество гостиниц г. Ярославля на сайте			
Бронирование гостиницы в режиме on-line (да/нет)			
Форма оплаты брони			

Штрафные санкции			
Свой вариант			

Задание 22. Проведите мониторинг 3 интернет-сайтов по бронированию гостиниц (на Ваш выбор). Город назначения – Алушта.

Интернет-сайты и их характеристики	Сайт 1	Сайт 2	Сайт 3
Количество гостиниц г. Ярославля на сайте			
Бронирование гостиницы в режиме on-line (да/нет)			
Форма оплаты брони			
Штрафные санкции			
Свой вариант			

Задание 23. Проведите сравнительную характеристику сайтов московских туроператоров.

Задание 24. На примере конкретной туристской территории раскройте технологии бренд-менеджмента в соцсетях.

Задание 25. Сформулируйте рекомендации для развития платформенного туристского бизнеса с использованием опыта ведущих маркетплейсов России.

Задание 26. «Сеть агентств горящих путёвок» – один из крупнейших туристских операторов, в обойме которого более 150 франчайзи и более 20 лет опыта в области увеличения прибыли, «узнаваемости бренда», стимулирования продвижения туристских услуг в социальных сетях, хочет запустить акцию «Бамбарбия». Суть акции – всегда «очень вкусные» цены, которые можно получить, выполнив некоторые условия. «Сеть агентств горящих путёвок» выбрала в качестве условия – наличие «чистого паспорта» (то есть отсутствие отметок о пересечении границы). Таким образом, если потенциальный покупатель имеет «чистый паспорт», он получает право купить путевку по ценам до 50% ниже, чем обычно.

Задание:

1. Как наиболее эффективно сформулировать таргетирование?
2. Какие дополнительные бонусы может принести успешная рекламная кампания этому турагентству?

3. Какие подводные камни могут быть, если делать подобные кейсы своими силами?

Задание 27. Составьте краткий план продвижения web-ресурса по туризму в Интернет.

Задание 28. Изучите сайт одного из туроператоров и составьте гипотезы, под какие целевые аудитории рассчитаны его продукты

Задание 29. Сформулируйте рекомендации для развития платформенного туристского бизнеса с использованием опыта ведущих маркетплейсов России.

Задание 30. Сгруппируйте технологии и условия продаж на маркетплейсах.

7.4. Задания для рубежных контролей, контрольные вопросы и контрольные практические задания определены в Фонде оценочных средств по учебной дисциплине «Цифровые технологии в индустрии туризма».

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Основная литература

1. Баланов, А. Н. Информационные технологии в сфере туризма и гостеприимства : учебное пособие для вузов / А. Н. Баланов. — Санкт-Петербург : Лань, 2024. — 412 с. — ISBN 978-5-507-49287-9. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/414965> (дата обращения: 30.06.2024). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

2. Печерица, Е. В. Современные тренды цифровизации в сфере устойчивого развития туризма : монография / Е. В. Печерица. — Санкт-Петербург : Международный банковский институт имени Анатолия Собчака, 2023. — 147 с. — ISBN 978-5-4228-0165-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL:

Дополнительная литература

1. Баланов, А. Н. Информационные технологии в сфере туризма и гостеприимства : учебное пособие для спо / А. Н. Баланов. — Санкт-Петербург : Лань, 2024. — 180 с. — ISBN 978-5-507-49288-6. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/414968> (дата обращения: 30.06.2024). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

2. Вахед, Э. А. М. Современные технологии в индустрии туризма и гостиничном сервисе : учебник / Абдель Э. А. М. Вахед, В. А. Мендельсон, Л. Н. Абуталипова. — Казань : Издательство КНИТУ, 2021. — 204 с. — ISBN 978-5-7882-3025-2. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/129161.html>

3. Катаев, А. В. Digital-маркетинг : учебное пособие / А. В. Катаев, Т. М. Катаева, И. А. Названова. — Ростов-на-Дону, Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2020. — 161 с. — ISBN 978-5-9275-3437-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/100169.html>

Интернет-ресурсы:

1. Федеральный образовательный портал «Экономика, социология, менеджмент». — (<http://ecsocman.hse.ru/>).

2. Административно-управленческий портал. — (<http://www.aup.ru>).

3. Библиотека менеджмента. — (<http://management-rus.ru/management.php>).

4. Университетская электронная библиотека In Folio <http://infofolio.asf.ru/index.asp>

5. Электронно-библиотечная система издательства «Лань» <http://e.lanbook.com>

6. Электронно-библиотечная система "ЭБС IPRBooks" <http://www.iprbookshop.ru>

7. Библиотека учебной и научной литературы. Русский Гуманитарный Интернет Университет — WWW.I:U.RU

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

После чтения вводной лекции по учебной дисциплине «Экономика предприятий» преподаватель обязан ознакомить обучающийся:

- с темами лекций и методикой их конспектирования;
- планами практических занятий и методикой их проведения;
- с вопросами для самостоятельной работы и методикой контроля за их изучением;
- с вопросами, критериями сдачи экзамена и методикой его проведения.

Перед проведением очередного практического занятия обучающийся обязан:

- отработать в конспекте все вопросы к данному занятию в объеме, обеспечивающем четкие, ясные и конкретные (с примерами) ответы;
- отработать (конспективно) по данной теме вопросы, отнесенные к разделу изучаемых обучающимися самостоятельно.

Для выполнения поставленных задач обучающийся:

- осуществляет подбор необходимой учебной, научной, учебно-методической литературы и первоисточников (дается в Программе курса или на очередной лекции);
- прочитывает и анализирует отобранную литературу по каждому вопросу, а затем составляет конспект или тезисы ответа.

Условиями для успешной самостоятельной работы являются:

1. Целеустремленность и сознательная активность:
 - а) осознанная постановка цели, конкретизация своих задач на самостоятельную работу;
 - б) выбор способа действий, средств,
 - в) волевые усилия,
 - г) анализ сделанного, постановка новых задач.
2. Систематичность и планомерность.

Формы и методы изучения и конспектирования работ.

В работе над литературой можно выделить 3 этапа:

1. **Ознакомительный,** в ходе которого вы знакомитесь с каталогом библиотеки, делаете выборку к теме, заказываете литературу в библиотеке. (Учебники, учебные пособия, разработки тем, планы, первоисточники и т.д.)

2. **Этап чтения литературы.**

К чтению есть определенные требования:

1) систематичность чтения, т.е. читать не от раза к разу, а ежедневно, желательно записями в тетрадях и со своими итоговыми выводами (резюме).

2) Осмысленность чтения, т.е. надо овладевать понятийным аппаратом.

3. **Этап ведения рабочих записей.**

а) необходимо вести конспект прочитанного материала, выполнять практические задания также вести доработку лекций на полях или в самом тексте.

б) основными формами записи прочитанного могут быть: план, тезисы, конспект.

I. Составление плана прочитанного. Запись в форме плана означает перечисление главных вопросов. В результате получается как бы сжатая схема изучаемого материала. Несколько иначе выглядит развернутый план. Его назначение не только зафиксировать главное в тексте, но и дать необходимое обоснование этой мысли, (цифровые данные, интересные выражения, факты). Причем вопросы плана можно изложить и своими словами и словами автора.

II. Весьма ценным видом записи при чтении являются тезисы. (Основные положения, утверждения от греческого "Teas" - утверждаю). Тезисы составляют промежуточное положение между планом и конспектом. В них кратко дается основное содержание книги. Перед тем, как записывать тезисы, прочитанный текст разделяют на небольшие части - разделы, параграфы или же абзацы в соответствии с планом и затем формулируют сущность прочитанного своими словами, как бы отвечая на вопрос: что именно здесь утверждает, защищает автор. Тезисы позволяют в краткой форме записать обобщение и выводы о прочитанном. Тезисы называются простыми, если выписанные мысли ничем не подтверждаются и сложными, если они подкрепляются доводами, аргументами.

Следовательно, при составлении тезисов необходимо глубоко продумать, понять содержание книги, статьи, уметь выделить основные положения и кратко их сформулировать.

III. Составление конспекта прочитанного - это наиболее сложный и содержательный метод записывания при работе с книгой, потому что он объединяет в себе все виды записи и вместе с тем представляет собой нечто более цельное и своеобразное. Конспект книги (от лат. "коспектус" - обзор) - это краткое, последовательное изложение основного содержания книги, лекции, записанное в последовательной форме, и освобожденное от повторений и т. д. В тоже время в конспекте следует привести, помимо основных мыслей автора, выписки и цитаты, подтверждающие основные положения и выводы, вытекающие из книги. Некоторым, начинающим работать с книгой, кажется, что на конспектирование уходит много времени. Однако нужно понять, что творческие записи в виде конспекта, экономят время, способствуют глубокому изучению материала. Требуемое для конспектирования время будет неуклонно уменьшаться по мере приобретения навыков чтения и краткого изложения прочитанного.

Ценность конспекта повышается, когда в нем содержится не только краткий пересказ произведения, но и собственные мысли, когда конспект является плодом раздумий его составителя. (Нужно тоже делать выход на современность).

Методика записей:

1. Записывать следует самое главное и по возможности наиболее кратко (запись должна быть сжата и лаконична).

2. Начинать запись надо с тщательно проверенных библиографических данных:

- фамилия и инициалы авторов,
- название книги или статьи (полное),
- место и год издания, издательство и т. д.
- номера журнала или выпуска,
- краткий исторический очерк времени написания книги и т. д.

3. В тетрадях рекомендуется оставлять широкие поля для последующих вставок, дополнений, записей своих мыслей.

4. Записи должны делаться только после окончания чтения данной книги.

Интерактивные формы обучения. Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, определяется главной целью и задачами программы, особенностью контингента обучающихся и содержанием конкретных дисциплин, а также требованиями ФГОС с учетом специфики ОПОП.

К методам интерактивного обучения относятся те, которые способствуют вовлечению обучающихся в активный процесс получения и переработки знаний, например: «мозговой штурм», тренинги, решение ситуационных задач и т.п.

К интерактивным методам относятся также презентации с использованием различных вспомогательных средств: интерактивной доски, раздаточных материалов, видеофильмов, слайдов, мультимедийной техники и т.п.

Преподавание и изучение дисциплины предполагает использование следующих видов образовательных технологий:

1. **Информационные образовательные технологии** – обучение в электронной образовательной среде с целью расширения доступа к образовательным ресурсам (теоретически к неограниченному объему и скорости доступа), увеличения контактного взаимодействия с преподавателем, построения индивидуальных траекторий подготовки и объективного контроля и мониторинга знаний студентов.

2. **Работа в команде** – совместная деятельность студентов в группе под руководством лидера, направленная на решение общей задачи путем творческого сложения результатов индивидуальной работы членов команды с делением полномочий и ответственности.

3. **Case-study** – анализ реальных проблемных ситуаций, имевших место в соответствующей области профессиональной деятельности, и поиск вариантов лучших решений.

4. **Игра** – ролевая имитация студентами реальной профессиональной деятельности с выполнением функций специалистов на различных рабочих местах.

5. **Проблемное обучение** – стимулирование студентов к самостоятельному приобретению знаний, необходимых для решения конкретной проблемы.

6. **Контекстное обучение** – мотивация студентов к усвоению знаний путем выявления связей между конкретным знанием и его применением.

7. **Обучение на основе опыта** – активизация познавательной деятельности студента за счет ассоциации и собственного опыта с предметом изучения.

8. **Индивидуальное обучение** – выстраивание студентом собственной образовательной траектории на основе формирования индивидуальной образовательной программы с учетом интересов студента.

9. **Междисциплинарное обучение** – использование знаний из разных областей, их группировка и концентрация в контексте решаемой задачи.

10. **Опережающая самостоятельная работа** – изучение обучающимися нового материала до его изучения в ходе аудиторных занятий.

Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины представлены также в Методических рекомендациях по проведению практических занятий по дисциплине «Экономика предприятия» и в Методических рекомендациях по самостоятельной работе по дисциплине «Экономика предприятия».

10. Материально-техническое обеспечение, необходимое для осуществления образовательного процесса по дисциплине

При освоении дисциплины используются учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, для проведения групповых и индивидуальных консультаций, для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации.

Перечень основного оборудования: специализированная учебная мебель, технические средства обучения, учебно-наглядные пособия.

Помещения для самостоятельной работы оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая список программного обеспечения и информационных справочных систем

Список программного обеспечения

Лицензионное программное обеспечение:

1. Microsoft Windows 10
2. Microsoft Office 2010 (Word, Excel, PowerPoint)
3. Access 2013 Acdbc

Свободно-распространяемое или бесплатное программное обеспечение

1. Microsoft Security Essentials
2. 7-Zip
3. Notepad++
4. Adobe Acrobat Reader
5. WinDjView
6. Libreoffice (Writer, Calc, Impress, Draw, Math, Base)
7. Scribus
8. Moodle.

Справочные системы

1. Справочно-правовая система «ГАРАНТ»
2. Система проверки на заимствования «ВКР-ВУЗ»
3. Культура. РФ. Портал культурного наследия
4. Культура России. Информационный портал

Электронно-библиотечные системы:

1. Электронно-библиотечная система издательства «ЛАНЬ» <https://e.lanbook.com>
2. Электронно-библиотечная система «ЭБС IPRsmart» <http://www.iprbookshop.ru>

12. Материально-техническая база, рекомендуемая для адаптации электронных и печатных образовательных ресурсов для обучающихся из числа инвалидов

Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья форма проведения занятий по дисциплине устанавливается образовательной организацией с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья. При определении формы проведения занятий с обучающимся-инвалидом образовательная организация должна учитывать рекомендации, данные по результатам медико-социальной экспертизы, содержащиеся в индивидуальной программе реабилитации инвалида, относительно рекомендованных условий и видов труда. При необходимости для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья создаются специальные рабочие места с учетом нарушенных функций и ограничений жизнедеятельности.