

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«КЕМЕРОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ

Директор института истории и международных отношений



О.С. Советова
12-04-2023

Рабочая программа дисциплины

Информационно-коммуникативные и гис-технологии в туризме

Направление подготовки	43.03.02 Туризм
Направленность (профиль) программы	Туристская деятельность
Квалификация	бакалавр
Форма обучения	очная
Общая трудоемкость	3 (з.е.)
Закреплена за кафедрой	Всеобщей истории и международных отношений

Виды деятельности	Очная (ОФО)	Очно-заочная (ОЗФО)	Заочная (ЗФО)
Общая трудоемкость, час	108	-	-
<i>В том числе:</i>			
контактная работа	34	-	-
- лекционные занятия	-	-	-
- лабораторные занятия	34	-	-
- практические занятия/ семинарские занятия	-	-	-
- руководство курсовой работой	-	-	-
- клинические практические занятия (практическая подготовка)	-	-	-
- контактная работа на выполнение курсового проекта	-	-	-
- практическая подготовка	-	-	-
- консультация перед экзаменом	-	-	-
самостоятельная работа	74	-	-
промежуточная аттестация	-	-	-

Форма промежуточной аттестации	Семестр (курс)		
	ОФО	ОЗФО	ЗФО
зачет	3 (2)	-	-

Кемерово

Просеков
Александр
Юрьевич

Подписано электронной подписью:
Просеков Александр Юрьевич
Должность: Ректор КемГУ
Дата и время: 2024-04-30 09:17:32
00010520400016479516

Программу составил (и)

Ким О. В., к.и.н., доцент кафедры Всеобщей истории и международных отношений

Рабочая программа дисциплины: Информационно-коммуникативные и гис-технологии в туризме
разработана в соответствии с:

Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 43.03.02 Туризм (бакалавриат) (утвержден приказом Минобрнауки России от 26-11-2020 г. №1456)

составлена на основании учебного плана:

по направлению подготовки 43.03.02 Туризм

утвержденного в составе ОПОП Научно-методическим советом КемГУ от 12-04-2023 (протокол №5)

Год начала подготовки по учебному плану: 2021

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры: Всеобщей истории и международных отношений

Зав. кафедрой: Васютин Сергей Александрович

Председатель методической комиссии: Рагимова Камила Зейдулаховна

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

В результате освоения программы бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

Код	Результаты освоения ООП (Содержание компетенций)	Индикаторы достижения	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ОПК-1	Способен применять технологические новации и современное программное обеспечение в туристской сфере	ОПК-1.1. Осуществляет поиск, анализ, отбор технологических новаций и современных программных продуктов в профессиональной туристской деятельности.	Знать: - основные предметные области и проблемную ориентацию геоинформационного моделирования; современные ГИС-технологии, основные программы и графические редакторы, необходимые для работы с векторными и растровыми изображениями и картами; - круг профессиональных задач и проблем туристской деятельности, которые решаются путем применения информационно-коммуникативных и ГИС -технологий для качественного оказания услуг туристам. Уметь: осуществлять поиск, анализ, отбор современных информационно-коммуникативных и ГИС -технологий в профессиональной туристской деятельности. Владеть: - информационной технологией для совместной реализации информационных и коммуникационных процессов; - информационными технологиями для подбора, анализа информации и составления туристских маршрутов, экскурсий; навыками работы с электронными изображениями, картами, статистическими данными, аудиофайлами и другими электронными объектами для решения профессиональных задач.
		ОПК-1.2. Использует технологические новации и специализированные программные продукты в сфере туризма.	Знать: научные, технические, технологические и прикладные аспекты проектирования, создания и использования ГИС-технологий. Уметь: использовать технологические новации в области современных информационно-коммуникативных и ГИС - технологий в профессиональной туристской деятельности. Владеть: составлением и оформлением интерактивной карты туристских маршрутов; интеграцией изображений, карт, аудиофайлов при разработке интерактивной туристской карты или виртуального маршрута.

ОПК -3	Способен обеспечивать требуемое качество процессов оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности	ОПК-3.1. Оценивает качество оказания туристских услуг с учетом мнения потребителей и заинтересованных сторон.	Знать: круг профессиональных задач и проблем туристской индустрии, которые решаются путем применения информационно-коммуникативных и гис-технологий для качественного оказания услуг туристам с учетом мнения потребителей и заинтересованных сторон. Уметь: владеть методами обработки данных в реальных задачах пользователя с целью оценки качества оказания туристских услуг. Владеть: составлением и оформлением интерактивной карты туристских маршрутов; интеграцией изображений, карт, аудиофайлов при разработке интерактивной туристской карты или виртуального маршрута
ОПК -8	Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	ОПК-8.1. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий	Знать: основные направления развития информационных технологий; формы использования информационных технологий в туризме Уметь: владеть методами обработки информационных данных в реальных задачах пользователя с целью оценки качества оказания туристских услуг; применять информационные технологии для решения задач в сфере профессиональной деятельности. Владеть: информационными технологиями для подбора, анализа информации и составления туристских маршрутов, экскурсий; навыками работы с электронными изображениями, картами, статистическими данными, аудиофайлами и другими электронными объектами для решения профессиональных задач.
		ОПК-8.2. Способен использовать информационные технологии для решения задач профессиональной деятельности.	Знать: основные направления развития информационных технологий; формы использования информационных технологий в туризме Уметь: владеть методами обработки информационных данных в реальных задачах пользователя с целью оценки качества оказания туристских услуг; применять информационные технологии для решения задач в сфере профессиональной деятельности. Владеть: информационными технологиями для подбора, анализа информации и составления туристских маршрутов, экскурсий; навыками работы с электронными

			изображениями, картами, статистическими данными, аудиофайлами и другими электронными объектами для решения профессиональных задач.
--	--	--	--

2. Распределение часов дисциплины по семестрам

ОФО

Семестр (курс)	3 семестр (2)
Виды деятельности	
лекционные занятия	-
лабораторные занятия	34
практические занятия/ семинарские занятия	-
руководство курсовой работой	-
клинические практические занятия (практическая подготовка)	-
контактная работа на выполнение курсового проекта	-
практическая подготовка	-
консультация перед экзаменом	-
самостоятельная работа	74
промежуточная аттестация	-
общая трудоемкость	108

3. Структура, тематический план и содержание учебной дисциплины

	лабо- раторные занятия	само- стоятельная работа	формы текущего контроля
	О Ф О	О Ф О	
Раздел: Вводный раздел. Информационно-коммуникативные технологии в туризме.	8	24	лабораторная работа практическая работа
Тема раздела: Лабораторная работа №3. "Моделирование деловых процессов туристской фирмы". Цель – научить описывать деловые процессы турфирмы на основе формализованных данных. Задание 1. Подготовка данных к автоматизации деловых процессов фирмы. Этапы выполнения задания: - составить перечень деловых процессов фирмы (текст). - распределить полученные записи по признакам: управленческие решения, отчеты, работа с персоналом, работа с клиентами, работа с поставщиками услуг и др.			

- выделить категории: разовые, постоянные, повторяющиеся и др.
- указать деловые процессы, которые являются критически важными для работы турпредприятия.
- выделить процессы, которые коммутируются между собой (связаны), указать цепочки последовательных процессов.
- выделить процессы, которые требуют большого объема информации (из одного источника, из нескольких источников).

Задание 2.

На примере одного из процессов турпредприятия составить таблицу.

Вход процесса / Ресурсы процесса/ Процедуры процесса/ Риски процесса/ Выход процесса/ Участники процесса

Процессы для формализации «Заказ тура», «Прием на работу сотрудника», «Заключение договора», «Заказ рекламного буклета».

На основании полученной таблицы нарисовать схему (модель) процесса.

Вопросы для самоконтроля:

1. Что такое деловой процесс в туристской фирме?
2. Какие элементы делового процесса Вы знаете?
3. Что такое ресурсы / процедуры делового процесса?
4. Что может быть продуктом делового процесса?
5. Приведите пример разовых, постоянных, повторяющихся деловых процессов турфирмы? Какие из них следует включить в электронную оболочку?

6. Что такое электронная оболочка для автоматизации делового процесса?

Вопросы для коллективного обсуждения:

1. Что такое формализация делового процесса? Почему она является базовым элементом автоматизации деловых процессов?
2. Какие сложности возникают при исследовании и формализации деловых процессов туристской фирмы?
3. Есть ли необходимость подробной формализации всех деловых процессов турфирмы?

Самостоятельная работа.

Нарисовать блок-схему (модель) одного из делового процесса турфирмы. Составить модель базы данных «Сезонные турпродукты»

Тема раздела: Лабораторная работа №2 "Общая характеристика информационной среды в туризме".

1. Поиск, характеристика и сравнительный анализ информационных туристских порталов и порталов для путешественников: Росстуризм, АТОР, Russia. Travel, Российское географическое общество, Скиталец.Ру
2. Поиск, характеристика и сравнительный анализ мобильных сервисов для туристов: бронирование и покупка билетов, гостиницы, менеджмент экскурсий и туристских маршрутов, геолокация.
3. Сравнительная характеристика операционных возможностей и особенностей социальных сетей и интернет-порталов ВКонтакте, Facebook, Instagram, YouTube.
4. Создание индивидуальных и групповых аккаунтов Google и Facebook (для последующей активации демо-версий программ и мобильных приложений в Интернет на лабораторных работах).

Вопросы для самоконтроля:

1. Из каких элементов состоит коммуникация? Что такое обработка информации?
2. Что значит создать информационный продукт и информационная среда в туристской индустрии?
3. Какие функции выполняют и задачи туристской индустрии решают сайты, порталы, группы в социальных сетях?
4. Какие характеристики информационного ресурса подтверждают его ценность / бесполезность?

Вопросы для коллективного обсуждения:

1. Какие субъекты являются активными игроками в туристском бизнесе?
2. Какие информационные продукты наиболее востребованы в туристской индустрии? Приведите примеры.
3. Чем характеризуются устойчивые деловые связи между субъектами туристской индустрии?

Тема раздела: Лабораторная работа №1 "Характеристика информационного общества и перспективы его развития"

Цель – актуализация навыков систематизации информации о заданном объекте и фиксация данных в программах MS Office (WORD, EXEL).

Задание.

Работа в микрогруппах в компьютерном классе.

1. Вводное краткое собеседование по теме.
2. На основании данных, собранных в открытых источниках (учебная литература, СМИ, Интернет, лекции) составить эссе (текст) по теме лабораторной работы. Объем материала – 1 страница (2000 печатных знаков).
3. Полученный файл передать другой группе.
4. На основании полученного файла составить экспертное заключение о качестве материала, обосновать выбор критериев оценки.
5. Обсуждение результатов работы.

Вопросы для самоконтроля:

1. Назовите не менее пяти отличий традиционного и современного общества.
2. Что такое экономика знаний?
3. Что такое экономика впечатлений?
4. Через какой период информация в современной цивилизации удваивается?
5. Назовите вехи становления информационного общества?
6. Приведите примеры, подтверждающие существенное влияние информации на обычную жизнь человека.

Тема раздела: Тема 1. Вводное занятие. Информационно-коммуникативные технологии в туризме.

Основные направления использования и применения информационно-коммуникативных технологий (ИКТ) в туризме: использование ИКТ для управления (менеджмента) в туристских организациях; использование ИКТ для формирования, продвижения и продажи туристского продукта; использование ИКТ для информирования конечных потребителей (туристов) о всем разнообразии туристской информации; использование ИКТ для государственного контроля за состоянием туристского рынка, гос.услуги; использование ИКТ для «народного финансирования» идей в сфере туризма (крауд-технологии).

Классификация ИКТ-технологий в туризме: 1) Технологии back-office (для тур.организаций): системы управления отелями, системы управления турфирмами (агенты и операторы) и др. предприятиями тур.индустрии, системы бронирования для турагентов и туроператоров. 2) Технологии front-office (для туристов): системы бронирования отелей, авиабилетов, туров, экскурсий. Крауд-технологии. Просто информационные ресурсы о странах, тур.дестинациях. Агрегаторы, объединяющие все это.

Сопутствующие направления: геоинформационные технологии, электронная коммерция, туристские социальные сети и блогосфера, системы навигации (GPS, ГЛОНАСС), аудио и видео гиды, QR-кодирование.

Законодательные основы применения ИКТ в туризме. Статья 3.1. Полномочия органов государственной власти Российской Федерации в сфере туризма: информационное обеспечение туризма, включая содействие в создании и функционировании туристских информационных центров, систем навигации и ориентирования в сфере туризма. Статья 10.3. Особенности обмена информацией в электронной форме между туроператором, турагентом и туристом и (или) иным заказчиком.

Электронная путевка: договор о реализации туристского продукта, составленный в форме электронного документа, считается заключенным туристом с момента оплаты туристом, подтверждающей их согласие с условиями, содержащимися в предложенном туроператором, турагентом договоре о реализации туристского продукта.

Общая модель изучения ИТ-продукта:

Название, дата создания, основной владелец ресурса;

Характеристика сертификатов;

Сфера применения, специфика функционирования (технологический аспект);

Основные преимущества и недостатки ИТ-продукта;
Способность быть агрегированным с другими ИТ -продуктами, техническим оснащением;
Пользовательские характеристики (дружелюбность интерфейса, простота освоения, наиболее ценные утилиты и виджеты);
Риски применения данного ИТ-продукта;
Оценка перспектив жизненного цикла этого ИТ-продукта.

Раздел: Геоинформационные системы и WEB-технологии в индустрии туризма	12	25	лабораторная работа письменная работа
---	----	----	--

Тема раздела: Тема 2. Интернет и WEB-технологии на предприятиях туризма.

Вводная часть. Глобальные и корпоративные сети. Устройство глобальных сетей и их возможности. Оборудование и программное обеспечение глобальных сетей. Глобальные системы бронирования Galileo, Amadeus, Worspan, Sabre. Самостоятельное формирование тура и приобретение туристской путевки. Электронные каталоги туристских продуктов по странам и направлениям. Практическое использование Интернета в индустрии гостеприимства и туризма. Реклама и продвижение туристского продукта. Маркетинговые исследования. Электронная презентация фирмы. Технологии разработки WEB-сайтов. Коллекции элементов современных сайтов. Электронная коммерция: основные понятия, участники рынка, требования к вхождению в мировые средства электронной коммерции. Создание Интернет-страниц представительств предприятий индустрии гостеприимства и туризма. Работа с программным обеспечением разработки WEB-сайтов. Лабораторная работа «Создание групп и сообществ в социальных сетях».

Цель лабораторной работы – формирование у студентов знаний, умений и навыков по практическому размещению туристской информации в социальных сетях Facebook, ВКонтакте, Instagram; работа по созданию и поддержанию групп и сообществ в социальных сетях дает студентам необходимые в профессиональной деятельности первичные навыки по информационному сопровождению, поддержанию и развитию сайтов туристских предприятий. В ходе лабораторной работы студенты обучаются самостоятельно искать и размещать актуальный контент; учатся использовать существующие пакеты прикладных программ для решения конкретных задач профессиональной деятельности в туристской индустрии. Работа выполняется студентами индивидуально.

Тема раздела: Лабораторная работа № 4 "Создание информационных ресурсов в социальных сетях"

Лабораторная работа «Создание групп и сообществ в социальных сетях».

Цель лабораторной работы – формирование у студентов знаний, умений и навыков по практическому размещению туристской информации в социальных сетях Facebook, ВКонтакте, Instagram; работа по созданию и поддержанию групп и сообществ в социальных сетях дает студентам необходимые в профессиональной деятельности первичные навыки по информационному сопровождению, поддержанию и развитию сайтов туристских предприятий. В ходе лабораторной работы студенты обучаются самостоятельно искать и размещать актуальный контент; учатся использовать существующие пакеты прикладных программ для решения конкретных задач профессиональной деятельности в туристской индустрии. Работа выполняется студентами индивидуально.

Задания:

1. Создать и оформить страницу сообщества, соответствующую теме самостоятельной научной работы в социальных сетях Facebook, ВКонтакте, Instagram. Пригласить однокурсников.
2. Разместить не менее 10 фотографий и 1 видеоролик, соответствующий теме.
3. Создать на странице систему анкетирования и тестирования участников.
4. Написать и разместить на странице краткий анонс научной работы

Вопросы для самоконтроля:

1. Что такое база данных?
2. Что такое интерфейс базы данных? Какие к нему требования?
3. Какие принципы лежат в основе работы с базами данных?
4. Какие основные ошибки можно допустить при формировании базы данных?

5. Какие основные элементы заявки необходимо включить базу данных заказов тура?

Вопросы для коллективного обсуждения:

1. По каким критериям базу данных клиентов можно назвать качественной?

2. Как часто нужно менять базы данных?

3. Может ли в турфирме функционировать несколько программных продуктов с базами данных клиентов?

Тема раздела: Тема 3. Геоинформационные системы (ГИС-технологии) в туризме.

Вводная часть. Географические информационные технологии. Системы глобального позиционирования (GPS, ГЛОНАСС, Galileo). Системы спутников, системы геосъемки.

Геоинформационные системы. Программные системы с возможностями ввода, управления, анализа и отображения географических данных. ГИС - система поиска и выдачи на экран монитора карт определенной территории, а также их легенд, объяснительных текстов, табличных данных, графиков, диаграмм и др.; ГИС – как проектная и исследовательская среда. ГИС как внутренне позиционированная автоматизированная пространственная информационная система, создаваемая для управления данными, их картографического отображения и анализа. ГИС как интегрированная компьютерная система, которая осуществляет сбор, хранение, манипулирование, анализ, моделирование и отображение пространственно соотнесенных данных.

Упрощенная структурная схема ГИС: сцена, пространственные структуры, способы картирования, легенда. Возможности ГИС в туристском бизнесе (анализ потребителей, управление маршрутами).

Другие важные возможности ГИС – автоматизация деятельности, связанной с геоданными;

интеграция данных из независимых источников; взаимодействие сложных геоинформационных паттернов; комплексное геоинформационное моделирование (моделирование природных катаклизмов, управление ресурсами). Растровое изображение (raster) – изображение содержит сетку, у каждого элемента которой есть дополнительные атрибуты; картинка; Векторная модель (vector) – любой географический объект в реальном мире может быть представлен в векторной форме одной из фигур: точки, линии, многоугольники и т.п.).

Функциональные возможности ГИС. Ввод данных в машинную среду при помощи импорта из существующих наборов цифровых данных или с помощью оцифровки источников. Преобразование данных, конвертация между форматами, изменение систем координат. Хранение, манипулирование и управление данными во внутренних и внешних базах данных. Картометрические операции. Средства персональных настроек пользователей. Представление данных в растровом и векторном форматах.

Тема раздела: Лабораторная работа №5 "Геоинформационные системы и ГИС-технологии в туризме"

Цель работы – формирование у студентов компетенций и навыков работы с геоинформационными системами; получение практического опыта по работе с векторными и растровыми изображениями; развитие представлений о возможностях применения ГИС-технологий в туризме.

Приложения и программы для работы с туристской навигацией:

- Rome2Rio. Приложение, которое прокладывает сложные маршруты, в том числе между странами: <https://www.rome2rio.com/>

- MAPS.ME. Офлайн-карта, позволяющая проложить маршрут не только до ближайших супермаркетов и гостиниц, но и до ключевых достопримечательностей: <https://maps.me/>

- OruxMaps. Офлайн-карта для походников, которая позволяет точно ориентироваться на местности и решать практические пространственные задачи: <https://www.oruxmaps.com/cs/en>

- Google Maps. Наиболее известное приложение, позволяющее легко и просто ориентироваться даже в крупном мегаполисе. В нем сосредоточены варианты маршрутов для пешеходов и водителей, крупнейшая база достопримечательностей: <https://www.google.ru/maps>

1. Характеристика базовых понятий ГИС: пространственный объект, геоинформационный анализ, цифровое покрытие.

2. Ознакомление и сравнительный анализ систем глобального позиционирования (GPS, ГЛОНАСС, Galileo).

3. Поиск актуальной туристской информации в программах Google.Мap, Google Earth, Яндекс. Карты,

2ГИС: маршрутизация, поиск объектов, получение сервисных услуг, логистика, визуализация, изучение ландшафта.

4. Возможности и особенности применения графических редакторов при разработке ГИС-систем (Corel Draw, Photoshop, Power Point).

5. Практическое задание (работа с навигаторами). Характеристика и сравнительный анализ отличий и возможностей навигации растровой модели (изображения) и векторной модели на примерах карт Google Earth, Navitel и 2ГИС (

6. Создание карты туристского маршрута в г. Кемерово в графических редакторах Photoshop, Corel Draw и в использование возможностей по созданию интерактивных карт и презентаций в Power Point. Примерная тематика маршрутов (6-10 интерактивных объектов на карте, 1-3 иллюстрации на объект, краткое описание):

- Парки и бульвары г. Кемерово
- Храмы и соборы г. Кемерово
- Кемерово театральный
- музеи г. Кемерово
- Экскурсия по центру города
- Кулинарный туризм в Кемерово
- Лучшие гостиницы города
- Спортивные объекты г. Кемерово
- Молодежные развлечения в г. Кемерово
- Объекты промышленного туризма в г. Кемерово

Тема раздела: Тема 4. Направления применения различных информационно-коммуникативных технологий в туризме.

Информационная технология (ИТ) как системно–организованная совокупность методов и средств реализации операций сбора, регистрации, передачи, накопления, поиска, обработки и защиты информации на базе применения развитого программного обеспечения.

Классификация и типы ИТ, применяемых в туриндустрии. глобальные ИТ включают модели, методы и средства использования информационных ресурсов в обществе в целом; базовые ИТ ориентированы на определенную область применения: производство, научные исследования, проектирование, обучение и т.д.

Примеры ИКТ, применяемых в туриндустрии: GDS (Глобальные Системы Бронирования).

Используется для бронирования любого способа перемещения и любого места проживания. IDS (Интернет Системы Бронирования). Альтернатива GDS – CRS (Централизованная Система Продаж). PMS (Property Management System). Аналог CRS, но с более обширным арсеналом функций. CCM (Customer Communication Management). Оптимизация документооборотов. Интеграция разных ИКТ – CRM–система, автоматизирующая процессы турпредприятия и управляющая взаимоотношениями с клиентами, Типы современных CRM-систем:

Оперативная CRM-система – система автоматизации оперативных процедур (автоматизация маркетинга, продаж и сервиса и т. д.). Аналитическая CRM-система – автоматизация управленческих процессов (анализ данных о клиентской базе данных, оперативный и статистический анализ).

Коллаборационная CRM-система – автоматизация контактов с клиентами по каналам связи (телефон, электронная почта и т. д.).

Продвижение турпродуктов и реклама в туризме как важная сфера применения ИКТ. Формула AIDA (attention, interest, desire, action).

Тема раздела: Лабораторная работа №6 "Информационные коммуникации современного туристского бизнеса"

Цель – формирование навыков поиска информации в профессиональной электронной среде туристского бизнеса. Развитие навыков отбора, классификации, анализа и компиляции материала, создание баз данных.

Задания.

1. Составить таблицу «Участники информационных коммуникаций в турбизнесе», в таблицу включить поля: участник, входящие ресурсы, информационные продукты, устойчивые связи.

2. На основе таблицы составить схему (модель) «Информационные коммуникации субъектов туристской сферы».

3. Подготовка данных к автоматизации деловых процессов фирмы.

Этапы выполнения задания: составить перечень деловых процессов фирмы и распределить полученные записи по признакам: управленческие решения, отчеты, работа с персоналом, работа с клиентами, работа с поставщиками услуг и др. выделить категории: разовые, постоянные, повторяющиеся и др. Указать деловые процессы, которые являются критически важными для работы турпредприятия. Выделить процессы, которые коммутируются между собой (связаны), указать цепочки последовательных процессов. выделить процессы, которые требуют большого объема информации (из одного источника, из нескольких источников)

Тема раздела: Тема 5. Анализ автоматизированных информационных систем в туризме.

Вводная часть. Принципы эффективной автоматизации деловых процессов турфирмы. Классификация программного обеспечения для автоматизации работы туристской фирмы. Аппаратно-техническое и программное обеспечение деловых процессов в турфирме. Унифицированные и специализированные программные продукты. Пакеты управления туристскими фирмами. Автоматизированное рабочее место. Комплексное обслуживание туристского заказа. Общая и сравнительная характеристика программ Мастер-Тур, Мастер-Агент, САМОтур, САМО-ТурАгент, ТурМенеджер, ПОЭТА и др. Комплексные решения для автоматизации задач менеджмента в туризме. Системы бронирования и размещения: Amadeus, Galileo, Sabre, Worldspan, российские системы бронирования. Выбор системы бронирования. Разбор примера систем управления MyFidelio.Net. Управление отелем (Отельные системы). Система управления отелем и гостиницей – вид АСУ. Цели использования отельных систем: автоматизация работы персонала; учет номерного фонда; синхронизация с системами бронирования; ведение бухгалтерии; оформление документов для постояльцев; статистика. Функциональные задачи отельных систем. Ведение отчетности в соответствии с законодательством страны, в которой расположена недвижимость; размещение постояльцев по номерам и по отдельным местам; ведение всей необходимой документации; оплата при поселении или выезде. Примеры облачной системой управления отелем или PMS (property management system – система управления недвижимостью) – FRONTDESK 24. Примеры отдельных систем управления отелями. Продукты кампании HRS. Характеристика OPERA ENTERPRISE SOLUTION. Возможности системы по бронированию, управлению тарифами и трафиком, ведение карты гостя, отчеты, распределение заданий для горничных и учет состояния номеров и т.д. Модернизированная система Fidelio – Oracle Hospitality Suite8, которая работает в интеграции с системой бронирования Myfidelio.net (с 2016 г.). Полное и круглосуточное представление отеля в Глобальных Системах Бронирования (GDS): Amadeus, Sabre, Galileo, Worldspan..Актуальные задачи современных мобильных сервисов – возможность бронирования номера с любого устройства. Другие системы управления: Vnovo, TravelLine, Booking, Эделинк (Эдельвейс) и др.. Hotel Manager Assistant Ecvi – Облачная система управления для отелей (цепочек отелей), апартаментов и хостелов. SHELTER V.2 – предлагает для автоматизации гостиниц современную версию программы и бюджетную версию для мини-отелей Shelter Lite. Классификация информационных систем менеджмента. Использование пакетов управления в туризме. Программы «Само-Тур», «Тур», Туристический офис», «Аист-2,5», «Jack», программные продукты фирм «Интур-Софт» и «Арим-Софт». Использование данных систем в туристических фирмах в РФ. Программы «Hotel-2000», «Русский Отель», «Отель-Симпл», «Меридиан – 1», «Барсум», комплекс «KEI-Hotel», система «Fidelio». Особенности их использования.

Тема раздела: Лабораторная работа №7 " «Система управления отелем Lite PMS и сервис Booking.com».

Цель – сформировать знания о возможностях и правилах бронирования услуг в Интернете. Студенты осуществляют мониторинг ресурсов сайтов бронирования и должны составить описание доступных в Интернет сайтов бронирования

Поиск и активация доступной демо-версии программы Lite PMS в сети Интернете

<https://litepms.ru/welcome/demo>

1. Составление «шахматки» в системе Lite PMS (создание визуального графика заезда и выезда туристов из отеля).

2. Способы ведения туристской статистики в системе Lite PMS Формы для ведения статистики.
3. Способы ведения текущей документации. Ознакомление и пробное заполнение электронных бланков туристской документации. Хранение информации о клиентах.
4. Подобрать на сайте Booking.com (Т опхотелс) варианты размещения по пути следования из Кемерово в Санкт-Петербург (2-4 ночи): предложить бюджетный вариант, вариант для семейного размещения.

Вопросы для самоконтроля:

1. Что такое сервисы-консолидаторы? Приведите пример.
2. Какие могут быть санкции за отказ от брони?
3. Как оплатить бронирование?
4. Если цена номера в отеле и указанная цена на сайте консолидатора совпадает, то как глобальные сервисы зарабатывают деньги?
5. В чем сущность конкуренции между сервисами бронирования?

Вопросы для коллективного обсуждения:

1. Какие риски возникают при самостоятельном бронировании отелей?
2. Сервис подбора отеля по брони без покупки тура выгоден для турфирмы? Почему?
3. Как турфирма сотрудничает с глобальными сервисами? Или она выступает таким же субъектом бронирования как индивидуальный турист?
4. Что влияет на изменение стоимости номера при бронировании?

Самостоятельная работа.

Составить памятку-рекомендацию по бронированию тура (места в отеле).

Тема раздела: Тема 6. Системы онлайн-бронирования в туризме.

Вводная часть. Центр бронирования (ЦБ) как турагент, который не может сам формировать туры и реализует готовые предложения сразу нескольких туроператоров; как посредник (через субагентские договора), реализует туры туристу.

Правила работы ЦБ: Центр бронирования не должен объявлять себя туроператором - это подмена понятия. Турист заключает договор с той компанией, которую выбирает в качестве продавца тура: туроператор или центр бронирования. Следовательно, и оплачивать путёвку турист будет непосредственно продавцу. Турист заключает договор с той компанией, которую выбирает в качестве продавца тура: туроператор или центр бронирования. Следовательно, и оплачивать путёвку турист будет непосредственно продавцу. Все центры бронирования работают по предоплате. Когда клиент внесёт необходимую сумму, от 30% до 100%, сотрудник центра бронирования отправит заявку нужному туроператору. Все центры бронирования работают по предоплате. Когда клиент внесёт необходимую сумму, от 30% до 100%, сотрудник центра бронирования отправит заявку нужному туроператору. Все центры бронирования работают по предоплате. Когда клиент внесёт необходимую сумму, от 30% до 100%, сотрудник центра бронирования отправит заявку нужному туроператору. Центр бронирования реализует уже готовые предложения, а значит, всю ответственность по туру будет нести туроператор, который его сформировал.

Два типа ЦБ. 1) ЦБ, которые позволяют бронировать туры без участия ТА, но их услугами могут воспользоваться и ТА; 2). ЦБ, которые настроены на сотрудничество только с турагентствами (для туристов доступен только поиск туров, без покупки). Он-лайн Центры бронирования – как агрегаторы (консолидаторы) туров. Преимущества онлайн-агрегаторов для туристов и туроператоров. Работа с большим количеством ТО одновременно; агрегация всех актуальных предложений ТО. Понятие корзины туров и карточки тура.

Тема раздела: Лабораторная работа №8 «Системы бронирования в туристской индустрии».

Цель лабораторной работы – приобретение навыков поиска и обзора Обзор он-лайн агрегаторов туров (центров бронирования) в Интернете; получение практических навыков профессионального применения программных средств; сравнительная характеристика разных систем онлайн-бронирования. В ходе лабораторной работы студенты разделяются на пары для работы за компьютерами в классе. Каждой паре предлагается на выбор конкретная туристская рекреация для дальнейшего тренинга и разработки.

Задания;

Найти и активировать в Интернете русскоязычные версии сервисов для туристов и туроператоров LevelTravel (<https://level.travel>); Tourvisor (<https://tourvisor.ru>) ; SAMO travel (<https://samo.travel>); ГарантТур (<https://www.garantetour.ru>).

1. Ознакомиться с интерфейсом и функционалом сервисных программ, характеризовать особенности и различия.
2. Завести карточку тура на 2 человек, забронировать тур. Сравнить ассортимент, стоимость и логистику тура в разных приложениях.
3. Используя сервисы бронирования : Anywayanyday, Buruki, Sirena Travel, Aviasales смоделировать приобретение билетов из г. Кемерово и Новосибирска по необходимым направлениям.
4. При помощи онлайн-сервисов Tripster или izi.TRAVEL смоделировать бронирование одной экскурсии в предложенной туристской рекреации.
5. Результаты сравнительного анализа систем онлайн-бронирования оформить в виде краткого письменного отчета.

Раздел: Информационно-коммуникативные технологии в разработке туристских маршрутов	14	25	лабораторная работа
---	----	----	---------------------

Тема раздела: Лабораторная работа №9 «Создание информационной базы данных туристского маршрута»

Цель лабораторной работы – интеграция знаний, умений и навыков по поиску, отбору и презентации туристской информации с умениями и навыками обработки графических изображений и прорисовке векторных объектов на карте. Студенты, используя программы Corel Draw, Photoshop, Power Point и изображения из геоинформационной системы 2ГИС должны выполнить задания, подготовить проект тура, сделать презентацию и разместить туристскую карту в групповых сообществах ВКонтакте и Facebook. В результате лабораторной работы должен появиться целостный, развернутый информационный ресурс о туристском путешествии, включающий в себя текст, смету, карту, изображения и другие средства визуализации. Работа ведется в компьютерном классе, в мини-группах по 2-4 человека. Туристские рекреации и дестинации для описания выбираются в начале занятия по желанию.

Технические параметры проекта-презентации:

- Краткая характеристика страны (население, территория, наиболее характерные черты экономики, истории, культуры)
- Составьте туристскую карту страны
- Характеристика туристской индустрии и туристских ресурсов
- Топ-10 основных туристских достопримечательностей
- Последние статистические показатели туристского потока
- Основные национальные туристские компании
- Российские ТО работающие на данном направлении
- Основные интернет-ресурсы по туризму в данной стране(международные, национальные, русскоязычные)
- Стоимость авиа перелета
- Логистика из Кемерово
- Стоимость проживания (от мин./ средний чек)
- Программа ознакомительного тура протяженностью 7-10 дней.

Практические задания.

1. В программах «ГИС и/или Яндекс.Карты, GoogleMap, MapMe найти и скачать векторную карту, адекватную туристскому маршруту.
2. При помощи программ Corel Draw, Photoshop, Power Point разместить на карте достопримечательности и последовательно связать в нитке маршрута все этапы экскурсии.
3. При помощи средств визуализации и анимации сделать карту интерактивной.
4. Написать рекламный анонс тура, раскрывающий его туристскую привлекательность и основное содержание (не менее 100 слов).
5. Разместить полученные результаты в групповых сообществах ВКонтакте и Facebook.
6. Составить презентацию проекта.

Тема раздела: Лабораторная работа №10 «Мобильные приложения по разработке туристского

маршрута».

Цель лабораторной работы – ознакомление с основными программами и мобильными приложениями, актуальными в современной туристической индустрии. Студенты должны с помощью доступных бесплатных туристических приложений разработать проект реалистичного туристического маршрута. Студенты разделяются на тематические группы, распределяют функции и задачи. Им предлагается разработать туристскую поездку на популярных отечественных и зарубежных туристических направлениях.

Мобильные приложения для выполнения заданий:

- бронирование жилья; Airbnb, Booking, Hotels.com, Hotellook, РумГуру, Островок, City Travel.
- бронирование транспорта: сайты авиакомпаний Аэрофлот, Победа, S7, TyTy.Ru; сервисы бронирования : Anywayanyday, Buruki, Sirena Travel, Aviasales
- Туристская навигация – геоинформационные системы : 2ГИС, MapInfo, ZuluGIS, IndorGIS, Rome2Rio, OrixMaps.
- Бронирование и заказ экскурсий Tour Builder, Tour Creator, Tripster, izi.TRAVEL
- Питание, кафе, рестораны. 2ГИС, MapMe, Google Map, ЯндексКарты.

Направления путешествий: 1) Москва ; 2) Санкт-Петербург; 3) Новосибирск 4) Екатеринбург 5) Паттайя 6) Анталья 7) Прага 8) Хургада. Техническое задание: поездка (туристский маршрут) длительностью 5-6 дней; стоимость туристского обслуживания (проживание, питание, экскурсии) на отечественных направлениях не дороже 5000 рублей на человека в день, на зарубежных 10000 в день (в эконом-классе).

Практические задачи:

1. Поиск актуальной туристической информации об объектах посещения. Составление ТОП-10 достопримечательностей для посещения.
2. Поиск оптимальной транспортной схемы поездки из г. Кемерово.
3. поиск и бронирование жилья (бизнес-класс и эконом-класс).
4. Составление туристской карты маршрута и моделирование навигации на маршруте (реалистичное сопоставление времени и расстояний поездок, транспортная логистика).
5. Организация питания на туристском маршруте.
6. Составление экскурсионной программы (в т.ч., не менее 1 с участием гида).

Результаты лабораторной работы оформляются представляются в виде туристского проекта (интерактивной презентации) и защищаются на следующем занятии.

Тема раздела: Лабораторная работа №11. Мониторинг сайтов-презентаций страны (региона, туристского центра)

Цель – расширить кругозор в сфере туризма, сформировать знания о технологиях оценки качества медиаресурсов в туризме. Навык анализа информационных ресурсов дестинаций для студента - это результат приобретенной компетенции по оценке и формированию ИТ -потенциала дестинации, в дальнейшем это позволит успешно создавать ИТ-продукты для сайтов дестинаций и вкладок корпоративных сайтов.

Задание.

1. Провести мониторинг презентационных ресурсов туристских дестинаций (географических, целевых), выбрать одну из тех, что имеет сложный туристский портал.
2. Составить перечень критериев для оценки веб-портала с точки зрения профессионального участника туристского рынка (турфирмы), с точки зрения индивидуального туриста.
3. На основании анализируемого веб-ресурса составить план посещения туристского центра (страны, города, тематического парка и т.п.)
4. Сравнить план посещения с моделью турпродукта, дополнить сведениями о необходимых и рекомендуемых расходах, возможности использовать профессиональных гидов, принимающих фирм на месте.
5. Сделать вывод о функциональности ресурса для специалиста туроператора, для туриста.

Вопросы для самоконтроля:

1. Что такое Веб 2.0? Wiki-ресурсы?
2. Кто ведет электронные журналы о путешествиях? В чем их профессиональный интерес?
3. Что такое инфографика? Какую инфографику можно использовать в работе турфирмы?
4. Что такое Барометр туризма?

5. Для чего создается виртуальное путешествие? Какое виртуальное путешествие можно порекомендовать клиенту?

Вопросы для коллективного обсуждения:

1. Как медиавладелец в туристской индустрии повышает уровень своей конкурентоспособности?
2. Можно ли доверять веб-страницам туристских центров? Почему?
3. Кто контролирует качество контента на веб-порталах в туризме?

Самостоятельная работа.

Составить отзыв-рекомендацию для знакомства с одним из Интернет-ресурсов для путешественников (на выбор).

Примерная схема ИТ-ресурса дестинации:

1. Скорость получения результата поиска конкретного веб-сайта страны (региона, отдельной дестинации);
2. Вид сайта (визитка, представительский сайт, корпоративные сайты, тематические сайты и др.);
3. Общая структура и дизайн сайта;
4. Наличие:
 - полноценной информации о владельце сайта;
 - страниц (разделов) с адресной информацией (для туристов, для агентств, для партнеров и т.п.);
 - дополнительных сервисов, полезных для путешествия (электронные каталоги, прокладка маршрута, веб-камеры он-лайн обзоров, конструкторы туров, он-лайн консультанты, конструкторы заявлений, бронирование и др.);
 - обучающих материалов (тесты, игры, вебинары, консультации и т.п.);
 - опросов и анкет с публикацией аналитики по ним;
 - форумов и микроблогов;
 - контент-продуктов (материалов для скачивания);
 - материалов о партнерах сайта.
5. Обновление материалов сайта (наличие материалов с текущей датой);
6. Эргономичность сайта (визуальная и технологическая).
7. Число посетителей сайта (востребованность сайта).

Тема раздела: Лабораторная работа №12 «Геолокация и навигация на туристском маршруте».

Цель работы – дальнейшее развитие навыков студентов по применению программ геолокации и туристской навигации, составления карт туристских маршрутов и созданию материалов по визуализации маршрутов на сайтах в электронных базах данных; научить использовать ГИС в текущей работе турфирмы. Опыт владения геолокационными технологиями позволяет проектировать маршруты и рассчитывать расходуемые ресурсы для путешествия, создавать эффективные презентации турпродуктов, повышать информативность клиент-ориентированного общения. Одновременно это позволяет оценивать турпродукты и другие сервисы, предлагаемые деловыми партнерами и конкурентами.

Задание.

1. На основании сервисов интерактивных карт составить маршруты поездки из Кемерово в Барселону (другой европейский туристский центр).
 - а) сухопутный маршрут на автомобиле;
 - б) комбинированный маршрут «автомобиль-паром».
2. Сделать описание маршрута: расстояние, расход бензина, места ночлега, места отдыха (дни пребывания в местности с достопримечательностями), собрать фотографии, которые будут служить ориентирами (знаменитые памятники, мосты, крупные развязки и т.п.).
3. Обсуждение представленных маршрутов в группе.

Вопросы для самоконтроля:

1. Что такое геолокация?
2. Какие виды навигаторов наиболее популярны?
3. Что такое ГЛОНАСС, «Навител», «Гармин»?
4. Что такое трек в геолокации?

5. Что такое QR-код? 6. Чем отличается интерактивная карта от фотографии карты, размещенной в интернете? Вопросы для коллективного обсуждения: 1. Что дает турфирме использование интерактивных карт на собственном сайте? 2. Какие правовые проблемы возникают при использовании геолокационных сервисов? 3. В чем сущность конкуренции геоинформационных сервисов? Самостоятельная работа. Составить отзыв-рекомендацию для знакомства с одним из Интернет-ресурсов для путешественников (на выбор из сегмента геолокации).			
Итого часов		34	74

4. Формы текущего контроля

- лабораторная работа (шкала: значение от 0 до 10, количество: 3)

раздел дисциплины: Вводный раздел. Информационно-коммуникативные технологии в туризме.

Примерное задание:

Лабораторная работа 3. Моделирование деловых процессов туристской фирмы

Цель – научить описывать деловые процессы турфирмы на основе формализованных данных.

Задание 1. Подготовка данных к автоматизации деловых процессов фирмы.

Этапы выполнения задания:

- составить перечень деловых процессов фирмы (текст).
- распределить полученные записи по признакам: управленческие решения, отчеты, работа с персоналом, работа с клиентами, работа с поставщиками услуг и др.
- выделить категории: разовые, постоянные, повторяющиеся и др.
- указать деловые процессы, которые являются критически важными для работы турпредприятия.
- выделить процессы, которые коммутируются между собой (связаны), указать цепочки последовательных процессов.
- выделить процессы, которые требуют большого объема информации (из одного источника, из нескольких источников).

Задание 2.

На примере одного из процессов турпредприятия составить таблицу.

Вход процесса / Ресурсы процесса/ Процедуры процесса/ Риски процесса/ Выход процесса/ Участники процесса

Процессы для формализации «Заказ тура», «Прием на работу сотрудника», «Заключение договора», «Заказ рекламного буклета».

На основании полученной таблицы нарисовать схему (модель) процесса.

Вопросы для самоконтроля:

1. Что такое деловой процесс в туристской фирме?
2. Какие элементы делового процесса Вы знаете?
3. Что такое ресурсы / процедуры делового процесса?
4. Что может быть продуктом делового процесса?
5. Приведите пример разовых, постоянных, повторяющихся деловых процессов турфирмы? Какие из них следует включить в электронную оболочку?

6. Что такое электронная оболочка для автоматизации делового процесса?

Вопросы для коллективного обсуждения?

1. Что такое формализация делового процесса? Почему она является базовым элементом автоматизации деловых процессов?
2. Какие сложности возникают при исследовании и формализации деловых процессов

туристской фирмы?

3. Есть ли необходимость подробной формализации всех деловых процессов турфирмы?

Самостоятельная работа.

Нарисовать блок-схему (модель) одного из делового процесса турфирмы. Составить модель базы данных «Сезонные турпродукты»

Выполнение лабораторной работы позволяет проверить знание основных вопросов теории, умение самостоятельно использовать данные разного характера и разного уровня сложности при выполнении работы.

Оценка лабораторной работы осуществляется по следующим критериям.

Оценка «отлично»: правильно выполнены все задания в соответствии с требованиями, правильно выполнены дополнительные задания, своевременно предоставлен отчет о выполнении работы.

Оценка «хорошо»: правильно выполнены все задания в основной части, дополнительные задания выполнены не в полном объеме, предоставлен отчет о выполнении работы, либо в случае несвоевременного предоставления отчета или с наличием несущественных ошибок в выполнении лабораторных заданиях.

Оценка «удовлетворительно»: выполнены не все, но более 50% заданий лабораторной работы, дополнительные задания не выполнены, несвоеременно предоставлен отчет о выполнении работы.

Оценка «неудовлетворительно»: выполнено менее 50% лабораторной работы, не выполнены дополнительные задания, отчет о выполнении работы не предоставлен.

- практическая работа (шкала: значение от 0 до 5, количество: 2)

раздел дисциплины: Вводный раздел. Информационно-коммуникативные технологии в туризме.

Примерное задание:

Кейс "Оценка эффективности туристского сайта"

Цель – провести дискуссию о специфике туристского сайта, критериях его эффективности

Задачи:

1. Определить способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе ИКТ ;

2. Выявить уровень сформированности навыка поиска, анализа и обработки научно-технической информации в области туристской деятельности

3. Сформировать знания о развитии информационных технологий в туризме и принципы оценки эффективности применения ИТ -продуктов

1 этап – вопросы разминки

1. Что такое конкуренция веб-сайтов?

2. Что такое «хостинг»?

3. Что такое «путь три клика»?

4. Какие виды сайтов Вы знаете?

5. Как определяется стоимость сайта?

2 этап – формулирование критериев эффективного сайта:

1. Критические ошибки разработчиков туристского сайта.

2. Задачи и структура стратегия продвижения турфирмы в интернете.

3. Критерии выбора дизайна сайта.

3 этап – дебат-клуб

Примерный образец темы для обсуждения. Сайт турфирмы «Интеграл» 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?

Практическая работа призвана закрепить теоретические знания студентов и научить применять их в решении прикладных задач. Оценка практической работы осуществляется по следующим критериям.

Оценка «отлично»: правильно выполнены все задания в соответствии с требованиями, правильно выполнены дополнительные задания, своевременно предоставлен отчет о выполнении работы.

Оценка «хорошо»: правильно выполнены все задания в основной части, дополнительные задания выполнены не в полном объеме, предоставлен отчет о выполнении работы, либо в случае несвоевременного предоставления отчета или с наличием несущественных ошибок в выполнении лабораторных заданиях.

Оценка «удовлетворительно»: выполнены не все, но более 50% заданий практической работы, дополнительные задания не выполнены, несвоеременно предоставлен отчет о выполнении работы.

Оценка «неудовлетворительно»: выполнено менее 50% практической работы, не выполнены дополнительные задания, отчет о выполнении работы не предоставлен.

- лабораторная работа (шкала: значение от 0 до 10, количество: 3)

раздел дисциплины: Геоинформационные системы и WEB-технологии в индустрии туризма

Примерное задание:

Лабораторная работа №12 «Геолокация и навигация на туристском маршруте».

Цель работы — дальнейшее развитие навыков студентов по применению программ геолокации и туристской навигации, составления карт туристских маршрутов и созданию материалов по визуализации маршрутов на сайтах в электронных базах данных; научить использовать ГИС в текущей работе турфирмы. Опыт владения геолокационными технологиями позволяет проектировать маршруты и рассчитывать расходуемые ресурсы для путешествия, создавать эффективные презентации турпродуктов, повышать информативность клиент-ориентированного общения. Одновременно это позволяет оценивать турпродукты и другие сервисы, предлагаемые деловыми партнерами и конкурентами.

Задание.

1. На основании сервисов интерактивных карт составить маршруты поездки из Кемерово в Барселону (другой европейский туристский центр).

а) сухопутный маршрут на автомобиле;

б) комбинированный маршрут «автомобиль-паром».

2. Сделать описание маршрута: расстояние, расход бензина, места ночлега, места отдыха (дни пребывания в местности с достопримечательностями), собрать фотографии, которые будут служить ориентирами (знаменитые памятники, мосты, крупные развязки и т.п.).

3. Обсуждение представленных маршрутов в группе.

Вопросы для самоконтроля:

1. Что такое геолокация?

2. Какие виды навигаторов наиболее популярны?

3. Что такое ГЛОНАСС, «Навител», «Гармин»?

4. Что такое трек в геолокации?

5. Что такое QR-код?

6. Чем отличается интерактивная карта от фотографии карты, размещенной в интернете?

Вопросы для коллективного обсуждения:

1. Что дает турфирме использование интерактивных карт на собственном сайте?

2. Какие правовые проблемы возникают при использовании геолокационных сервисов?

3. В чем сущность конкуренции геоинформационных сервисов?

Самостоятельная работа.

Составить отзыв-рекомендацию для знакомства с одним из Интернет-ресурсов для путешественников (на выбор из сегмента геолокации).

Выполнение лабораторной работы позволяет проверить знание основных вопросов теории, умение самостоятельно использовать данные разного характера и разного уровня сложности при выполнении работы.

Оценка лабораторной работы осуществляется по следующим критериям.

Оценка «отлично»: правильно выполнены все задания в соответствии с требованиями, правильно выполнены дополнительные задания, своевременно предоставлен отчет о выполнении работы.

Оценка «хорошо»: правильно выполнены все задания в основной части, дополнительные задания выполнены не в полном объеме, предоставлен отчет о выполнении работы, либо в случае несвоевременного предоставления отчета или с наличием несущественных ошибок в выполнении лабораторных заданиях.

Оценка «удовлетворительно»: выполнены не все, но более 50% заданий лабораторной работы, дополнительные задания не выполнены, несвоеременно предоставлен отчет о выполнении работы.

Оценка «неудовлетворительно»: выполнено менее 50% лабораторной работы, не выполнены дополнительные задания, отчет о выполнении работы не предоставлен.

- письменная работа (шкала: значение от 0 до 5, количество: 1)

раздел дисциплины: Геоинформационные системы и WEB-технологии в индустрии туризма

Примерное задание:

1. Информационно-коммуникационные технологии. Определение, характеристики. Этапы развития, виды ИКТ, применяемых в туризме.

2. Коммуникационный комплекс индустрии туризма. Информационная система: определение, классификация.

3. Системы бронирования, резервирования и размещения.

4. Системы бронирования Amadeus, Galileo, Sabre, Worldspan, российские системы бронирования. Выбор системы бронирования.

5. Информационные системы менеджмента. Классификация информационных систем менеджмента. Использование пакетов управления в туризме. Программы «Само-Тур», «Тур», Туристический офис», «Аист-2,5», «Jack», программные продукты фирм «Интур-Софт» и «Арим-Софт». Использование данных систем в туристических фирмах в РФ.

Письменная работа – это одна из основных форм межсессионного контроля студенческих знаний. Цель письменной работы заключается в оценке качества усвоения студентами отдельных, как правило, наиболее важных разделов, тем и вопросов изучаемой дисциплины.

Оценка «отлично» - присутствуют все структурные элементы, полный развернутый ответ на вопросы и правильное решение заданий, обязательны аргументированные выводы.

Отметка «хорошо» присуждается студенту, если в работе допущено не более 2-3 незначительных ошибок и погрешностей и нет грубых нарушений в части оформления проекта.

Отметка «удовлетворительно» – если в работе присутствуют явные нарушения: рассматриваемый вопрос раскрыт не полностью, имеются ошибки в тексте и оформлении.

Оценка «неудовлетворительно», если в работе имеется большое количество ошибок, отсутствуют выводы или они не аргументированы, список литературы содержит не актуальные данные или в нем слишком мало ресурсов, оформление не соответствует заявленным параметрам.

- лабораторная работа (шкала: значение от 0 до 10, количество: 3)

раздел дисциплины: Информационно-коммуникативные технологии в разработке туристских маршрутов

Примерное задание:

Лабораторная работа Геоинформационные системы (ГИС-технологии) в туризме.

Цель работы – формирование у студентов компетенций и навыков работы с геоинформационными системами; получение практического опыта по работе с векторными и растровыми изображениями; развитие представлений о возможностях применения ГИС-технологий в туризме.

Приложения и программы для работы с туристской навигацией:

- Rome2Rio. Приложение, которое прокладывает сложные маршруты, в том числе между странами: <https://www.rome2rio.com/>
- MAPS.ME. Офлайн-карта, позволяющая проложить маршрут не только до ближайших супермаркетов и гостиниц, но и до ключевых достопримечательностей: <https://maps.me/>
- OruxMaps. Офлайн-карта для походников, которая позволяет точно ориентироваться на местности и решать практические пространственные задачи: <https://www.oruxmaps.com/cs/en>
- Google Maps. Наиболее известное приложение, позволяющее легко и просто ориентироваться даже в крупном мегаполисе. В нем сосредоточены варианты маршрутов для пешеходов и водителей, крупнейшая база достопримечательностей: <https://www.google.ru/maps>

1. Характеристика базовых понятий ГИС: пространственный объект, геоинформационный анализ, цифровое покрытие.
2. Ознакомление и сравнительный анализ систем глобального позиционирования (GPS, ГЛОНАСС, Gallileo).
3. Поиск актуальной туристской информации в программах Google. Map, Google Earth, Яндекс. Карты, 2ГИС: маршрутизация, поиск объектов, получение сервисных услуг, логистика, визуализация, изучение ландшафта.
4. Возможности и особенности применения графических редакторов при разработке ГИС-систем (Corel Draw, Photoshop, Power Point).
5. Практическое задание (работа с навигаторами). Характеристика и сравнительный анализ отличий и возможностей навигации растровой модели (изображения) и векторной модели на примерах карт Google Earth, Navitel и 2ГИС (
6. Создание карты туристского маршрута в г. Кемерово в графических редакторах Photoshop, Corel Draw и в использование возможностей по созданию интерактивных карт и презентаций в Power Point. Примерная тематика маршрутов (6-10 интерактивных объектов на карте, 1-3 иллюстрации на объект, краткое описание):

- Парки и бульвары г. Кемерово
- Храмы и соборы г. Кемерово
- Кемерово театральный
- музеи г. Кемерово
- Экскурсия по центру города
- Кулинарный туризм в Кемерово
- Лучшие гостиницы города
- Спортивные объекты г. Кемерово
- Молодежные развлечения в г. Кемерово
- Объекты промышленного туризма в г. Кемерово

Выполнение лабораторной работы позволяет проверить знание основных вопросов теории, умение самостоятельно использовать данные разного характера и разного уровня сложности при выполнении работы.

Оценка лабораторной работы осуществляется по следующим критериям.

Оценка «отлично»: правильно выполнены все задания в соответствии с требованиями, правильно

выполнены дополнительные задания, своевременно предоставлен отчет о выполнении работы. Оценка «хорошо»: правильно выполнены все задания в основной части, дополнительные задания выполнены не в полном объеме, предоставлен отчет о выполнении работы, либо в случае несвоевременного предоставления отчета или с наличием несущественных ошибок в выполнении лабораторных заданиях.

Оценка «удовлетворительно»: выполнены не все, но более 50% заданий лабораторной работы, дополнительные задания не выполнены, несвоеременно предоставлен отчет о выполнении работы.

Оценка «неудовлетворительно»: выполнено менее 50% лабораторной работы, не выполнены дополнительные задания, отчет о выполнении работы не предоставлен.

5. Формы промежуточной аттестации

- зачет - 2 курс, 3 семестр (шкала: значение от 0 до 25)

Примерное задание:

1. Примерный тест по дисциплине.

1. Совокупность электронных документов частного лица или организации в компьютерной сети, объединённых доменным именем или IP-адресом

- а) +сайт
- б) аккаунт
- в) нетворкинг
- г) СУБД

2. Технология World Wide Web была выложена в Интернет

- а) 6 августа 1991 года
- б) 7 апреля 1994 года
- в) 23 сентября 1997 года
- г) 20 мая 2001 года

3. Разработчик Технологии World Wide Web

- а) +Тим Бернерс-Ли
- б) Бил Гейтс
- в) Стивен Джобс
- г) Альберт Эйнштейн

4. Бриф на разработку сайта содержит

- а) + краткое описание основных позиций сайта
- б) + описание целевой аудитории сайта
- в) + описание целей сайта
- г) аналитику фирмы для создания контента сайта
- д) фотографии, необходимые для иллюстрирования сайта
- е) программу продвижения сайта

5. Продвижение сайта должно проходить

- а) + по позициям фирмы;
- б) + по позициям сайта;
- в) + по трафику;
- г) по сервисам бронирования туристских услуг
- д) по геоинформационным системам

6. Типы сайтов

- а) + Ресурсный
- б) + Интернет-представительства
- в) Трафик-система
- г) Облачное хранилище

7. Оплата рекламы в интернете происходит

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

8. Характеристика информационного общества

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

9. Проблемы информационного общества

- а) + Боязнь биометрии
- б) + Кибер-зависимость
- в) + Воровство интеллектуальной собственности
- г) Аутофобия
- д) эйспотрофобия

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

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

Тест «Туристский сайт как продукт и комплексная технология работы турпредприятия»

1. Совокупность электронных документов частного лица или организации в компьютерной сети, объединённых доменным именем или IP-адресом

- а) +сайт
- б) аккаунт
- в) нетворкинг
- г) СУБД

2. Бриф на разработку сайта содержит

- а) +краткое описание основных позиций сайта
- б) +описание целевой аудитории сайта
- в) +описание целей сайта
- г) аналитику фирмы для создания контента сайта
- д) фотографии, необходимые для иллюстрирования сайта
- е) программу продвижения сайта

3. Продвижение сайта должно проходить

- а) +по позициям фирмы;
- б) +по позициям сайта;
- в) +по трафику;
- г) по сервисам бронирования туристских услуг
- д) по геоинформационным системам

4. Типы сайтов

- а) +Ресурсный
- б) +Интернет-представительства
- в) Трафик-система
- г) Облачное хранилище

5. Оплата рекламы в интернете происходит

- а) +по кликам
 - б) +по показам
 - в) по месту на сайте (центральная, боковая полоса и т.п.)
 - г) по сложности объекта демонстрации
6. Характеристика информационного общества
- а) +информационные продукты имеют самостоятельную коммерческую значимость
 - б) +глобальное информационное пространство влияет на повседневную жизнь
 - в) снижается зависимость от традиционных ресурсов
 - г) снижается необходимость получения формального образования
7. Тенденции информационных технологий
- а) +снижение стоимости ИТ-оборудования
 - б) +опережающий рост услуг по отношению к сегменту программного обеспечения
 - в) +быстрый рост технологий в сфере информационной безопасности
 - г) усиление роли национальных разработок в ИТ-секторе
 - д) снижение зависимости от материальных носителей в ИТ-продукт

2. Кейс "Медиа продукты туристского предприятия"

Цель – выявить сформированность знаний о методах формирования имиджа турфирмы средствами медиатехнологий (ОПК-1).

Задачи:

1. Определить способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе ИКТ ;
 2. Выявить уровень сформированности навыка поиска, анализа и обработки научно-технической информации в области туристской деятельности.
 3. Сформировать умение создавать проекты медиапродуктов для социальных сетей, деловых презентаций с использованием компьютерных технологий
- 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.

3. Кейс "Оценка эффективности туристского сайта"

Цель – провести дискуссию о специфике туристского сайта, критериях его эффективности

Задачи:

1. Определить способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе ИКТ ;
 2. Выявить уровень сформированности навыка поиска, анализа и обработки научно-технической информации в области туристской деятельности
 3. Сформировать знания о развитии информационных технологий в туризме и принципы оценки эффективности применения ИТ -продуктов
- 1 этап – вопросы разминки
1. Что такое конкуренция веб-сайтов?
 2. Что такое «хостинг»?
 3. Что такое «путь три клика»?
 4. Какие виды сайтов Вы знаете?
 5. Как определяется стоимость сайта?
- 2 этап – формулирование критериев эффективного сайта:

1. Критические ошибки разработчиков туристского сайта.
2. Задачи и структура стратегия продвижения турфирмы в интернете.
3. Критерии выбора дизайна сайта.

3 этап – дебат-клуб

Примерный образец темы для обсуждения. Сайт турфирмы «Интеграл» 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 релайтинг сайта?
- Укажите принципы создания эффективного сайта.
- Какие психофизиологические и социальные характеристики нужно учитывать при ведении сайта турфирмы, но не были учтены разработчиками?

4. Примерные вопросы к зачету.

1. Факторы, усиливающие роль информационных технологий в туризме XXI века.
2. Информационная логистика в современном туризме: понятие, субъекты, принципы развития.
3. Пути интеграции информационных технологий в туризме.
4. Деятельность ассоциаций туристских операторов в электронной среде.
5. Принципы и этапы внедрения электронных технологий в деятельность туристского предприятия.
6. Оценка деловой активности туристской фирмы в электронной среде.
7. Организация автоматизированного рабочего места в турфирме.
8. Платежные системы в электронной среде.
9. Ресурсы и задачи функционирования электронных журналов о путешествиях и туризме.
10. Цели и задачи создания веб-порталов стран, отдельных дестинаций.
11. Виртуальное путешествие: цели и технологии создания.
12. Характер применения и возможности использования технологий геоинформационных систем.
13. Сервисы геолокации (характеристика по выбору студента).
14. Принципы работы и возможности туристских навигаторов.
15. Туристский сайт в системе конкурентной борьбы турфирмы.
16. Виды сайтов в интернет-пространстве.
17. Стратегия и бизнес-план создания сайта туристского предприятия.
18. Принципы создания и структура технического задания сайта турфирмы.
19. Принципы формирования и развития контента сайта.
20. История, виды и тенденции развития социальных медиа.
21. Роль социальных медиа в развитии туризма, преимущества и недостатки.
22. Стратегия продвижения туристской фирмы в социальных сетях.
23. Характеристика медиапродуктов турфирмы.
24. Цель, правила подготовки и проведения вебинара туристском бизнесе.
25. Инфографика в туристском бизнесе: цели и правила создания.
26. Роль информационных технологий в развитии самостоятельных путешествий.
27. Ресурсы порталов для самостоятельных путешественников.
28. Информационные риски и безопасность в современных деловых процессах.

29. Имиджевые риски при обеспечении информационной безопасности.

30. Технические и человеческие факторы в обеспечении информационной безопасности.

Критерии оценивания:

13-25 баллов: обучающийся свободно ориентируется в материале, дает обстоятельные глубокие ответы на все поставленные вопросы; демонстрирует хорошее знание понятийно-категориального аппарата изучаемой образовательной области (учебной дисциплины); умеет анализировать проблемы по дисциплине; высказывает собственную точку зрения на раскрываемые проблемы; четко грамотно формулирует свои мысли; демонстрирует учебные умения и навыки в области решения практико-ориентированных задач

0-12 баллов: обучающийся демонстрирует поверхностные знания материала, затрудняется в ответах на вопросы; не знает сущности основных понятий изучаемой образовательной области (учебной дисциплины); испытывает трудности в анализе проблем по дисциплине.

6. Балльная система оценивания по дисциплине

ОФО

Семестр (Курс) - 3 (2)			
Форма текущего контроля	Раздел дисциплины	Максимальный балл	Максимальный приведенный балл
лабораторная работа	Вводный раздел. Информационно-коммуникативные технологии в туризме.	30	
лабораторная работа	Геоинформационные системы и WEB-технологии в индустрии туризма	30	
лабораторная работа	Информационно-коммуникативные технологии в разработке туристских маршрутов	30	
письменная работа	Геоинформационные системы и WEB-технологии в индустрии туризма	5	
практическая работа	Вводный раздел. Информационно-коммуникативные технологии в туризме.	10	
Максимальный текущий балл		105	80
Промежуточная аттестация		зачет	
Максимальный аттестационный балл		25	20
Общий балл по дисциплине		130	100

Общий балл по дисциплине за семестр складывается из результатов, полученных по формам текущего контроля в течение семестра и аттестационного балла.

Оценка успеваемости по дисциплине в семестре пересчитывается по приведенной 100-балльной шкале независимо от шкалы, определенной преподавателем.

Перевод баллов из 100-балльной шкалы в числовой и буквенный эквивалент:

- для зачета:

Сумма баллов	Отметка
--------------	---------

51-100	Зачтено
0-50	Не зачтено

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины. Электронно-библиотечные системы

основная литература

1. Лебедев, С.В. Пространственное ГИС-моделирование геоэкологических объектов в ArcGIS : учебник : [16+] / С.В. Лебедев, Е.М. Нестеров ; Российский государственный педагогический университет имени А. И. Герцена. – Санкт-Петербург : Российский государственный педагогический университет им. А.И. Герцена (РГПУ), 2018. – 280 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=577800>
2. Новохатин, В.В. ГИС-технологии в сервисе : учебное пособие : [16+] / В.В. Новохатин, Н.А. Шепелева ; Тюменский государственный университет. – Тюмень : Тюменский государственный университет, 2014. – 129 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=567504>

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

1. Лицензионное программное обеспечение (Microsoft Office, Microsoft Windows, СПС "КонсультантПлюс" (отечественное программное обеспечение), ЭПС "Система Гарант" (отечественное программное обеспечение)).
2. Свободное программное обеспечение (7-Zip, Adobe Acrobat Reader, Google Chrome, Mozilla Firefox, WinDjView (отечественное программное обеспечение)).
3. Специальное программное обеспечение по требованиям ФГОС ВО.

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

Номер аудитории	Наименование помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом, в том числе помещения для самостоятельной работы, с указанием перечня основного оборудования, учебно-наглядных пособий и используемого программного обеспечения	Адрес (местоположение) помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом (в случае реализации образовательной программы в сетевой форме дополнительно указывается наименование организации, с которой заключен договор)
2408	Учебная аудитория. Учебная аудитория для проведения: занятий	650000, Кемеровская

	лабораторного типа, текущего контроля и промежуточной аттестации Специализированная (учебная) мебель: столы, стулья, доска маркерная Оборудование для презентации учебного материала: компьютер - 10 шт., мультимедийный проектор	область, г. Кемерово, пр-кт Советский, д. 73
2419	Учебная аудитория. Учебная аудитория для проведения: занятий семинарского (практического) типа Специализированная (учебная) мебель: столы, стулья, доска маркерная Оборудование для презентации учебного материала: компьютер, мультимедийный проектор, экран настенный, конденсаторный микрофон на гибком держателе	650000, Кемеровская область, г. Кемерово, пр-кт Советский, д. 73

10. Образовательные технологии

Наименование образовательной технологии	Краткая характеристика
Проблемное обучение	Поисковые методы, постановка познавательных задач с учетом индивидуального социального опыта и особенностей обучающихся, построение проблемной ситуации (задачи) и обучение умению находить оптимальное решение для выхода из этой ситуации.
Технология деловой игры	Методы имитации профессиональной деятельности (ролевые игры).

11. Особенности реализации дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся созданы фонды оценочных средств, адаптированные для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья и позволяющие оценить достижение ими запланированных в основной образовательной программе результатов обучения и уровень сформированности всех компетенций, заявленных в образовательной программе. Форма проведения текущей аттестации для студентов-инвалидов устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.). При тестировании для слабовидящих студентов используются фонды оценочных средств с укрупненным шрифтом. На экзамен приглашается сопровождающий, который обеспечивает техническое сопровождение студенту. При необходимости студенту-инвалиду предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на экзамене (или зачете). Обучающиеся с ограниченными возможностями здоровья и обучающиеся инвалиды обеспечиваются печатными и электронными образовательными ресурсами (программы, учебники, учебные пособия материалы для самостоятельной работы и т.д.) в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

1) для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья **по зрению:**

- **для слепых:** задания для выполнения на семинарах и практических занятиях оформляются рельефно-точечным шрифтом Брайля или в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением для слепых, либо зачитываются ассистентом; письменные задания выполняются на бумаге рельефно-точечным

шрифтом Брайля или на компьютере со специализированным программным обеспечением для слепых либо надиктовываются ассистенту; обучающимся для выполнения задания при необходимости предоставляется комплект письменных принадлежностей и бумага для письма рельефно-точечным шрифтом Брайля, компьютер со специализированным программным обеспечением для слепых;

- **для слабовидящих:** обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс; обучающимся для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств; задания для выполнения заданий оформляются увеличенным шрифтом;

2) для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья **по слуху:**

- **для глухих и слабослышащих:** обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости обучающимся предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования; предоставляются услуги сурдопереводчика;
- **для слепоглухих** допускается присутствие ассистента, оказывающего услуги тифлосурдопереводчика (помимо требований, выполняемых соответственно для слепых и глухих);

3) для лиц с тяжелыми нарушениями речи, глухих, слабослышащих лекции и семинары, проводимые в устной форме, проводятся в письменной форме;

4) для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, **имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата:**

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата, нарушениями двигательных функций верхних конечностей или отсутствием верхних конечностей: письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются ассистенту; выполнение заданий (тестов, контрольных работ), проводимые в письменной форме, проводятся в устной форме путем опроса, беседы с обучающимся.