

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФГБОУ ВО «СГУ имени Н.Г. Чернышевского»

Институт истории и международных отношений



УТВЕРЖДАЮ  
Проректор по УМР  
проф. Е.Г. Елина  
*Е.Г. Елина* 2016г.

**Рабочая программа дисциплины**

**Информационные и коммуникативные технологии  
в процессе реализации турпродукта**

Направление подготовки  
43.03.02 Туризм

Квалификация выпускника  
*Бакалавр*

Форма обучения  
*очная*

Саратов,  
2016

## **Цели освоения дисциплины**

Целями освоения дисциплины «Информационные и коммуникативные технологии в процессе реализации турпродукта» является изучение процесса информационного взаимодействия между участниками туристского рынка, производителями, поставщиками и продавцами туристских услуг в условиях использования информационного ресурса локальной и глобальной компьютерных сетей: туроператорами и поставщиками туристских услуг по формированию турпродукта, туроператорами и турагентами по продвижению и реализации турпродукта, турагентами и потребителями по реализации и потреблению турпродукта, а также исследование моделей, методов и средств решения функциональных задач и организации информационных и коммуникативных процессов в туристской отрасли, анализ организационной, функциональной и физической структуры туристской информации и базовых информационных и коммуникативных процессов, изучение новых подходов и перспектив использования информационных технологий в области туризма, формирование у студентов целостного представления о современном обществе как информационной стадии развития с господствующей ролью новых информационных и коммуникативных технологий.

## **2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата**

Дисциплина «Информационные и коммуникативные технологии в процессе реализации турпродукта» ( Б1.В.ДВ.8) является дисциплиной по выбору вариативной части блока 1 «Дисциплины (Модули)» и преподается в пятом, шестом, седьмом и восьмом семестрах третьего и четвертого года обучения. Преподавание дисциплины включает в себя практические занятия, самостоятельную работу студентов, подготовку и написание курсовой работы, зачеты в пятом, шестом и седьмом семестрах и экзамен в восьмом семестре. Дисциплина «Информационные и коммуникативные технологии в процессе реализации турпродукта» логически продолжает развитие образовательных систем, заложенных в рамках курсов «Информатика», «Современные интернет-ресурсы в туристской практике», «Информационные системы и технологии в туристской индустрии», «Инновации в туризме», «Технологии продаж» и др. Необходимым для усвоения материалов дисциплины «Информационные и коммуникативные технологии в процессе реализации турпродукта» является наличие у учащихся базовых знаний и представлений о современных информационных технологиях, информационных туристских ресурсах, умений и навыков в работе с компьютером, стандартным программным обеспечением и сетевыми технологиями.

## **3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины «Информационные и коммуникативные технологии в процессе реализации турпродукта».**

### ***Общепрофессиональные компетенции:***

- способность к разработке туристского продукта (ОПК-2);
- способность организовать процесс обслуживания потребителей и (или) туристов (ОПК – 3).

### ***Профессиональные компетенции:***

- владение теоретическими основами проектирования, готовность к применению основных методов проектирования в туризме (ПК – 1);
- способность обрабатывать и интерпретировать с использованием базовых знаний математики и информатики данные, необходимые для осуществления проектной деятельности в туризме (ПК-2);

- способность находить, анализировать и обрабатывать научно-техническую информацию в области туристской деятельности (ПК – 6).

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

- **Знать:** основные свойства информационных и коммуникативных технологий, их роль в развитии экономики и общества, важнейшие характеристики информационного взаимодействия между участниками туристского рынка, производителями, поставщиками и продавцами туристских услуг в условиях использования туристских информационных ресурсов, принципы структурирования локальных и глобальных компьютерных сетей, виды информационного обслуживания, устройства для компьютерной обработки информации, принципы автоматизации и электронизации в туристской отрасли, базы данных, электронные справочные клиенто-ориентированные службы в туризме, основные принципы защиты информации
- **Уметь:** на научной основе организовать свой труд с помощью современных информационных и коммуникативных технологий, использовать достижения информационных технологий и информатики в области туристского сервиса, эффективно применять современное стандартное и специальное программное обеспечение для решения конкретных задач туристского проектирования, создавать информационное сопровождение туристского продукта, на профессиональной основе организовать получение, хранение и защиту специализированной информации при помощи сетевых технологий.
- **Владеть:** понятийным аппаратом информационных и коммуникативных технологий, основными приемами и правилами работы с компьютерной, аудиовизуальной, мультимедийной и иной профессиональной техникой в области туризма, специализированными методами и способами получения, хранения и переработки информации, офисными и сетевыми информационными технологиями, прикладным программным обеспечением и информационными ресурсами в туризме, базами данных, экспертными системами и системами поддержки принятия решений, приемами организации информационного обслуживания в туризме и построения туристской информационной системы.

#### 4. Структура и содержание дисциплины «Информационные и коммуникативные технологии в процессе реализации турпродукта».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц, 216 часов.

| № п/п | Раздел дисциплины   | Се-<br>ме-<br>ст-<br>р | Не-<br>де-<br>ля<br>се-<br>мес-<br>тра | Виды учебной работы,<br>включая самостоятель-<br>ную работу студентов и<br>трудоемкость (в часах) |               |         |                    | Формы теку-<br>щего кон-<br>троля успева-<br>емости |
|-------|---|------------------------|--|---|---------------|---------|--------------------|---|
|       |   |                        |  | Лек-<br>ция   | Прак-<br>тика | СР<br>С | Все-<br>го,<br>час |   |
| 1     | <i>Теории современного ин-<br/>формационного обще-<br/>ства. Роль ИКТ в разви-<br/>тии современного<br/>туризма</i>             | 5                      |  |   | 8             | 8       | 16                 |   |
| 2     | <i>Использование средств<br/>ИКТ в индустрии<br/>туризма. Формирование<br/>турпродукта с<br/>использованием средств<br/>ИКТ</i> | 5                      |  |   | 10            | 10      | 20                 |   |

|                                       |  |   |  |  |    |    |    |   |
|---------------------------------------|--|---|--|--|----|----|----|---|
|                                       | <b>Всего за семестр</b>  |   |  |  | 18 | 18 | 36 |   |
| <b>Формы промежуточной аттестации</b> |  |   |  |  |    |    |    | <i>зачет</i>  |
| 3                                     | <i>Подготовка, оформление и защита курсовой работы.</i>  | 6 |  |  | 10 | 10 | 20 |   |
|                                       | <b>Всего за семестр</b>  |   |  |  | 16 | 20 | 36 |   |
| <b>Формы промежуточной аттестации</b> |  |   |  |  |    |    |    | <i>Зачет, курсовая работа</i>   |
| 4                                     | <i>Подготовка выпускной квалификационной работы</i>  | 7 |  |  | 12 | 12 | 24 | Опрос, подбор материала, составление развернутого плана бакалаврской работы         |
| 5                                     | <i>Продвижение туруслуг с использованием средств ИКТ. Реализация туруслуг с использованием средств ИКТ</i> | 7 |  |  | 6  | 6  | 12 |   |
|                                       | <b>Всего за семестр</b>  |   |  |  | 18 | 18 | 36 | <i>Зачет</i>  |
| <b>Формы промежуточной аттестации</b> |  |   |  |  |    |    |    |   |
| 6                                     | <i>Работа над ВКР</i>  | 8 |  |  | 12 | 60 | 72 | отчет по научной работе, оформление ВКР, подготовка на защиту доклада и презентации |
|                                       | <b>Всего за семестр</b>  |   |  |  | 12 | 60 | 72 |   |
| <b>Формы промежуточной аттестации</b> |  |   |  |  |    |    |    | <i>Экзамен 36</i>   |

Тема 1. Теории современного информационного общества. Роль ИКТ в развитии современного туризма

Современное общество как общество бурно растущих информационно-коммуникационных технологий. Концепции «информационного взрыва». Й. Масуда основатель теории «информационного общества». Социологический подход к информационному обществу Д. Белла. Критика концепции Белла и новые подходы в работах Э. Гидденса. «Информационная экономика» в концепции М. Кастельса. Место туризма в современной «информационной экономике».

Понятие «информационно-коммуникативных технологий». Средства и методы ИКТ. Использование ИКТ в системе экономических отношений современного человека. Туризм как активно развивающаяся отрасль современной экономики. Внедрение ИКТ в туризме: проблемы и перспективы. Профессионализация современной туристской отрасли и изучение ИКТ в вузе.

## Тема 2. Использование средств ИКТ в сфере туристского сервиса. Формирование тур-продукта с использованием средств ИКТ

Средства ИКТ, применяемые в турфирмах, и методы работы с ними. Требования к выбору и применению средств ИКТ. Формирование комплексной программы работы ИКТ в турфирме. Оценка качества работы ИКТ в турфирме. Автоматизация ИКТ: проблемы и перспективы. АРМ и средства расширения их возможностей. Методы и технологии экспертизы автоматизированных ИКТ. Аутсорсинг в системе ИКТ. Основные характеристики глобальных систем бронирования и резервирования. Система бронирования Amadeus: содержание и принципы работы. Система бронирования Galileo. Система бронирования Worldspan. Система бронирования Sabre. Другие зарубежные системы бронирования. Российские компьютерные системы бронирования.

Использование ИКТ в процессе взаимодействия туроператора и турагента. Базы данных в индустрии туризма: средства и методы их создания и использования. Крупнейшие музейные порталы в пространстве инфокоммуникации. Электронные проспекты и каталоги как средство ИКТ.

## Тема 3. Подготовка, оформление и защита курсовой работы.

Библиографический поиск литературных источников, изучение литературы и отбор фактического материала: работа с литературой; библиографический аппарат; оформление ссылок; научный язык и научный стиль изложения; толковые словари, глоссарии, тезаурусы; структура и правила оформления; примеры оформления титульных листов; пример оформления списка использованных источников. Использование современных информационных технологий: поиск и изучение литературных источников и обработка результатов; персональные компьютеры в образовательных технологиях; функции, возможности и организация работы за ПК; делопроизводство на компьютере. Способы записи и сжатия информации: основы скорописи и стенографии; первичная (оригинальная), вторичная (реферативная, аналитическая, библиографическая) и третичная (структурно-логические схемы, карты мышления, доминанты, пиктограммы) научная информация. Принципы создания библиотек (личной): подвижность библиотечного фонда; основы научной организации труда и эргономики.

Этапы написания курсовой работы. Выбор темы курсовой работы. Утверждение темы работы. Составление совместно с научным руководителем предварительного плана работы. Ознакомление с тематикой исследовательских работ в области исследования. Изучение теоретических аспектов рассматриваемой исследовательской проблемы. Корректировка плана 1 главы бакалаврской работы. Проведение полевого исследования (сбор и обработка эмпирических данных). Анализ полученных исследовательских результатов. Выводы и рекомендации по результатам исследования. Изучение практики деятельности организаций сервиса в соответствии с темой курсовой работы. Работа с эмпирическими данными. Корректировка методики исследования. Составление развернутого плана бакалаврской работы. Генерирование идей и предложений для заключительной главы бакалаврской работы. Консультации с руководителем по подготовке первой редакции курсовой работы согласно плану исследования. Подготовка первого варианта работы в компьютерном наборе. Предварительное рассмотрение работы руководителем. Переработка исследования в соответствии с выявленными замечаниями. Повторное рассмотрение работы (при необходимости – и третье). Техническая работа по оформлению работы (набор на компьютере, переплет). Защита курсовой работы.

## Тема 4. Подготовка выпускной квалификационной работы

Выбор и утверждение темы бакалаврской работы и научного руководителя. Разработка методического аппарата исследования. Составление библиографии, ознакомление и изучение документов, справочной литературы и других источников, необходимых для изучения выбранной темы. Сбор первичной информации и систематизация материала.

### Тема 5. Продвижение турпродукта с использованием средств ИКТ. Реализация турпродукта с использованием средств ИКТ

Создание и поддержка специализированного сайта как средство продвижения турпродукта. Социальные сети в продвижении современного турпродукта. Фрилансинг в продвижении современного турпродукта. Использование ИКТ в процессе взаимодействия продавца туристских услуг и их потребителя. ИКТ в гостиничном обслуживании клиента. ИКТ в ресторанном обслуживании клиента. Электронные платежные системы в процессе реализации турпродукта.

### Тема 6. Работа над ВКР

Обработка и анализ первичной информации с использованием прикладных методов исследовательской деятельности, экономико-математических методов и моделей в проектировании сервисных услуг. Формулировка выводов и разработка рекомендаций. Оформление выпускной квалификационной работы в соответствии с установленными требованиями. Получение отзыва научного руководителя и рецензии специалиста на бакалаврскую работу. Подготовка доклада и презентации для защиты.

## **5. Образовательные технологии**

В соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки «Туризм» в рамках программы запланирована реализация компетентностного подхода, которая предусматривает широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий, в частности самостоятельных и практических работ в компьютерном классе, тренингов, разборов конкретных ситуаций из практики туристского бизнеса, просмотра и обсуждение видеоматериалов в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся. В рамках учебного курса «Информационные и коммуникативные технологии в процессе реализации турпродукта» предусмотрены встречи с представителями компаний, работающих на рынке информационных и коммуникативных услуг, техническими специалистами.

При необходимости для инвалидов и студентов с ограниченными возможностями можно применять дистанционные технологии обучения (БАРС) и приема экзамена (на базе платформы IPSILON).

## **6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины «Информационные и коммуникативные технологии в процессе реализации турпродукта».**

### **Вопросы к зачету в 5 семестре:**

1. Современное общество как общество бурно растущих информационно-коммуникационных технологий.
2. Концепции «информационного взрыва». Й. Масуда основатель теории «информационного общества».
3. Социологический подход к информационному обществу Д. Белла. Критика концепции Белла и новые подходы в работах Э. Гидденса.
4. «Информационная экономика» в концепции М. Кастельса. Место туризма в современной «информационной экономике».
5. Понятие «информационно-коммуникативных технологий». Средства и методы ИКТ.
6. Использование ИКТ в системе экономических отношений современного человека.
7. Туризм как активно развивающаяся отрасль современной экономики. Внедрение ИКТ в туризме: проблемы и перспективы.
8. Современная компьютерная и мультимедийная техника, ее основные группы и виды.

9. Технические средства в современном туристском офисе. Технические средства туроператора и турагента.
10. Технические средства в гостинице и ресторане.
11. Специальные технические средства, применяемые в туризме. Средства презентации.
12. Виды локальных сетей. Основные возможности, предоставляемые локальными сетями. Сочетание локальных и глобальных сетей в современной туристской фирме.
13. Администрирование локальных сетей. Проблемы развития локальных сетей. Безопасность локальных сетей.
14. Виды туристских ресурсов в глобальной сети интернет. Возможности для профессиональной коммуникации, предоставляемые сетью интернет.
15. Интернет в коммуникации туроператора и турагента. Интернет в процессе взаимодействия поставщика туристских услуг и клиента.
16. Роль и значение мультимедиа для представления туристского продукта. Виды мультимедиа и их использование в туризме.
17. Выбор средств мультимедиа в соответствии с конкретными задачами продвижения туристского продукта.
18. Основные технические знания и навыки, необходимые для работы со средствами мультимедиа. Программное обеспечение в создании мультимедийного туристского продукта.

#### **Вопросы к зачету в 6 семестре**

1. Средства ИКТ, применяемые в турфирмах, и методы работы с ними. Требования к выбору и применению средств ИКТ.
2. Формирование комплексной программы работы ИКТ в турфирме. Оценка качества работы ИКТ в турфирме.
3. Автоматизация ИКТ: проблемы и перспективы. Методы и технологии экспертизы автоматизированных ИКТ.
4. Аутсорсинг в системе ИКТ.
5. Система бронирования Amadeus, Galileo: содержание и принципы работы.
6. Система бронирования Worldspan, Sabre: содержание и принципы работы
7. Российские компьютерные системы бронирования. Выбор системы бронирования, требования и методы работы с GDS.
8. Понятие «информационной системы» и основные виды информационных систем. Классификация ГИС.
9. Использование ГИС и ТИС в индустрии туризма. Общие функциональные компоненты ГИС.
10. ArcGIS, PC ARC/INFO, DAK и методы работы с ними.
11. Содержание и функции системы 2GIS. Интернет-карты и система сопутствующих сервисов. Google MAP и Яндекс-карты.
12. Отечественные разработчики типовых программных комплексов. Крупнейшие отечественные предприятия в индустрии туризма и их опыт использования типовых программных комплексов
13. Программный комплекс «Мастер-ТУР»: содержание и методы работы. Программные комплексы «САМО-тур», «САМО-турагент» и «САМО-Incoming»: принципы работы и комплексное взаимодействие. Типовой программный комплекс «TURWIN MULTIPRO».
14. Информационно-поисковые системы (ИПС) в создании и продвижении турпродукта. AllSpo, TurIndex, «Туры.ru», «Ехать!», «Bronni.ru» и методы работы с ними.
15. Поиск и бронирование туров. Ведение клиентской базы в ИПС. Возможности генерации отчетов. Размещение информации в ИПС.
16. Технология бронирования и резервирования посредством интернет. Крупнейшие онлайн-порталы бронирования и резервирования: «Traweweb», «Expedia», «Hotelworld», «Travelocity».

#### **Вопросы к зачету в 7 семестре:**

1. GDS в процессе взаимодействия туроператора и турагента. ИПС и типовые программные комплексы, обеспечивающие взаимодействие туроператора и турагента.
2. Управленческие комплексы единого процесса формирования турпродукта. Онлайн-связь и возможности совместного редактирования файлов. Телеконференции. Системы дистантной связи.
3. Виды БД. Реляционные БД. Основные операторы в построении БД. Проектирование структуры БД.
4. Модели данных. Типы информационных связей в моделях данных. Система управления базами данных. Архитектура СУБД.
5. Применение БД в социально-культурном сервисе и туризме. Электронные справочные службы (видеотека, телетекст, телеавтограф).
6. Роль современного музея в проектировании и создании ИКТ в сфере туризма. Информационный продукт музея как фактор туристской привлекательности.
7. Виртуальный музей и виртуальные экспозиции. Способы создания виртуальной экспозиции. Технология создания трехмерного пространства и современные 3D-технологии.
8. Характерные примеры использования ИКТ в музейной практике. Программные продукты Эрмитажа и Лувра. Сайт Русского музея.
9. Программное обеспечение музея в рамках создания туристского продукта. Типовые и специальные программные комплексы для создания виртуальной экспозиции и методы работы с ними.
10. Электронные проспекты и каталоги, представляющие отечественные и зарубежный турпродукт. Размещение электронного каталога в сети интернет. Обслуживание онлайн-каталога. Подсчет посещений.
11. Программное обеспечение для создания электронного каталога. Основные принципы создания привлекательного дизайна. Классические примеры успешного онлайн-дизайна в процессе привлечения клиента.
12. Роль специализированного сайта в процессе продвижения туристского продукта. Маркетинговые исследования с помощью специализированного сайта турфирмы.
13. Проектирование структуры сайта. Программное обеспечение для создания и поддержки специализированного сайта. Аутсорсинг в процессе создания и поддержки специализированного сайта турфирмы.
14. «Раскрутка» сайта туристской фирмы. Методы и технологии экспертизы эффективности работы туристского сайта.
15. Роль презентации в продвижении туристского продукта. Технологии успешного воздействия на аудиторию во время проведения презентации.
16. Технология подготовки и проведения презентации. Технические средства проведения презентации. Программное обеспечение для создания презентации
17. Роль и распространение социальных сетей в современном обществе глобальной коммуникации. Крупнейшие отечественные социальные сети. Основные сервисы, предоставляемые социальной сетью.
18. Продвижение бизнес-продукта посредством социальной сети. Туристский продукт в социальных сетях. Возможности социальных сетей для продвижения туристского продукта.
19. Использование фриланса в индустрии туризма. Основные принципы фриланса. Предоставление услуг фриланса методом онлайн.
20. Продвижение современного туристского продукта с помощью фриланса.

ВОПРОСЫ К ЭКЗАМЕНУ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ИНФОРМАЦИОННЫЕ И КОММУНИКАТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ПРОЦЕССЕ РЕАЛИЗАЦИИ ТУРПРОДУКТА»:

1. Современное информационное общество: важнейшие теории и подходы.



2. Роль ИКТ в развитии современного туризма
3. Технические средства, применяемые в индустрии туризма
4. Локальные сети и способы их организации
5. Глобальная сеть интернет и современный туризм
6. Мультимедийные средства в современном туризме
7. Поиск и отбор средств ИКТ в автоматизации работы турфирмы
8. Использование глобальных систем бронирования и резервирования в работе турфирмы
9. Информационные системы, представляющие турпродукт, и их свойства
10. Типовые программные комплексы в работе туроператора
11. Туристские информационно-поисковые системы в сети интернет
12. Бронирование и резервирование с использованием интернет-ресурсов
13. Использование ИКТ в процессе взаимодействия туроператора и турагента
14. Базы данных в индустрии туризма: средства и методы их создания и использования
15. Крупнейшие музейные порталы в пространстве инфокоммуникации
16. Электронные проспекты и каталоги как средство ИКТ
17. Создание и поддержка специализированного сайта как средство продвижения турпродукта
18. Средства и методы презентации турпродукта
19. Социальные сети в продвижении современного турпродукта
20. Фрилансинг в продвижении современного турпродукта
21. Использование ИКТ в процессе взаимодействия продавца туристских услуг и их потребителя
22. ИКТ в гостиничном обслуживании клиента
23. ИКТ в ресторанном обслуживании клиента
24. Электронные платежные системы в процессе реализации турпродукта

**ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ РАБОТ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ИНФОРМАЦИОННЫЕ И КОММУНИКАТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ПРОЦЕССЕ РЕАЛИЗАЦИИ ТУРПРОДУКТА»:**

1. Автоматизированная система управления гостиницей. Обзор рынка программного обеспечения управления гостиницей.
2. Автоматизированная система управления предприятием (АСУП) сферы туризма.
3. Анализ рынка прикладных программ автоматизации туристского офиса.
4. Базы данных и системы управления базами данных (СУБД) в туристской отрасли.
5. Безопасность электронной почты и Интернет.
6. Вики-технологии в создании образа туристской дестинации.
7. Групповая разработка документации туристского продукта.
8. Компьютерная сеть фирмы как средство повышения эффективности коммерческой деятельности.
9. Корпоративные системы управления документами: достоинства и недостатки.
10. Модели организации данных в сфере туризма. Реляционная модель данных.
11. Мультимедийные справочники и каталоги в туристском бизнесе.
12. Определение эффективности инвестиций в информационные технологии при автоматизации управления предприятием.
13. Основные направления развития информационных и коммуникативных технологий в современном сервисе и туризме.
14. Основные положения информационной безопасности в индустрии туризма.
15. Перспективные разработки программ автоматизации туристского офиса.
16. Полнотекстовые базы данных и технологии поиска документов.
17. Правовые и финансовые системы баз данных для туристских организаций.

18. Применение геоинформационных технологий в создании туристских информационных систем.
19. Проблемно-ориентированные пакеты прикладных программ в туризме.
20. Программное обеспечение для подготовки и реализации турпродукта.
21. Программные и аппаратные компоненты компьютерной сети в туристской фирме.
22. Реализация электронного документооборота в работе туроператора.
23. Российские и зарубежные продукты для ресторанного бизнеса.
24. Система сервисов Google и продвижение современного турпродукта.
25. Система сервисов Яндекс и продвижение современного турпродукта.
26. Системы автоматизации розничной продажи туристских услуг.
27. Системы автоматизации туроператорской деятельности.
28. Современные СУБД. Понятие архитектуры «клиент-сервер».
29. Социальная сеть «Facebook» как средство продвижения современного турпродукта.
30. Социальная сеть «В Контакте» как средство продвижения современного турпродукта.
31. Технологии работы электронного офиса.
32. Технология клиент-сервер в компьютерных сетях туроператора.
33. Фрилансинг в продвижении современного турпродукта.
34. Электронно-цифровая подпись (ЭЦП). Техническое, организационное и правовое обеспечение ЭЦП.
35. Электронные системы бронирования и резервирования туристских услуг в интернет.
36. Электронные системы продаж в управлении гостиничным бизнесом.

***Отчет по научной работе (форма итогового контроля успеваемости за 8 семестр)***

Отчет по научной работе содержит:

***Титульный лист.*** В верхней части титульного листа пишется, в какой организации выполняется работа, далее буквами увеличенного кегля указывается тип («Отчет по научной работе по дисциплине «Информационные и коммуникативные технологии в реализации процесса сервиса»), ниже — информация, кто выполнил и кто проверяет работу. В центре нижней части титульного листа пишется город и год выполнения.

***Содержание*** с указанием номеров разделов и подразделов, страниц

***Введение***

В нем формулируются цель и задачи, которые автор ставит и решает в ходе написания отчета по научной практике.

***Раздел 1.*** Реферативный обзор по одному или нескольким исследовательским вопросам бакалаврской работы. Обзор должен быть основан на анализе отечественных и иностранных литературных источников (монографии, статьи в периодической печати, электронные базы данных и др.). В обзоре должны быть сделаны ссылки и приложен библиографический список, оформленный в соответствии с ГОСТ.

***Раздел 2.*** Разработка основных направлений научного исследования по теме бакалаврской работы:

- обоснование темы научного исследования и ее актуальности;
- характеристика темы исследования: научная новизна, практическая и теоретическая значимость;
- методы исследования, которые предполагается использовать;
- характеристика разработанной или используемой автором методики исследования.

***Раздел 3.*** Описание выполненного исследования и полученных результатов.

Данные должны быть структурированы, представлены в виде таблиц, рисунков с необходимыми пояснениями.

***Заключение***

Необходимо представить основные выводы, полученные в ходе исследования, описать ограничения и перспективы продолжения темы исследования.

**Список использованных литературных источников.** Литературные источники следует располагать в следующем порядке: энциклопедии, справочники; книги по теме исследования (фамилии и инициалы автора, название книги без кавычек, место издания, название издательства, год издания, номер (номера) страницы); газетно-журнальные статьи (название статьи, название журнала, год издания, номер издания, номер страницы). *Библиографические ссылки* в тексте отчета оформляются в виде номера источника в квадратных скобках.

### **Приложения**

#### **Примерные темы выпускных квалификационных работ**

1. Коммуникативные технологии в электронно-сетевых изданиях.
2. Использование PR-технологий в формировании имиджа страны
3. Имидж организации: формирование и продвижение.
4. Внутренний имидж организации: особенности и способы построения.
5. Формирование имиджа города (территории).
6. Роль PR в повышении лояльности персонала организации.
7. Роль PR в формировании корпоративной идентичности в современной организации.
8. Роль PR-технологий в позиционировании и продвижении
9. Технологии создания успешного брэнда.
10. Формирование имиджа как PR-деятельность.
11. Формирование имиджа коммерческих фирм.
12. Имидж некоммерческой организации.
13. Роль и значение корпоративной культуры в развитии организации.
14. Особенности формирования корпоративной культуры в организации.
15. Создание информационного повода как PR-технология.
16. Эффективность рекламной кампании (на примере компании...)
17. Роль рекламы в формировании корпоративного имиджа организации (конкретный анализ на примере...).
18. Социальная реклама как разновидность коммуникации (на примере...)
19. Роль рекламы в продвижении (отечественного/зарубежного) брэнда на российском рынке (на примере...)
20. Особенности рекламы в выставочно-ярмарочной деятельности организации (на примере...)
21. Фирменный стиль как «система идентификации» организации (на примере...)
22. Роль рекламы в конструировании брэнда предприятия, организации (на примере...)
23. Роль социальной рекламы в современном обществе
24. Спонсорство как разновидность рекламы (на примере...)
25. Проект рекламной кампании в Интернет-среде (на примере...)
26. Особенности организации и управления выставочно-ярмарочной деятельности предприятия (на примере...)
27. PR- коммуникации в сфере предоставления услуг мобильной связи (на примере...)
28. Анализ и совершенствование выставочной, ярмарочной деятельности организации (на конкретном примере).
29. Совершенствование использования POS-материалов в торговой рекламе (на конкретном примере).
30. Организация рекламной кампании на основе поисковых систем в Интернете (на конкретном примере).

#### **7. Данные для учета успеваемости студентов в БАРС**

**Таблица максимальных баллов по видам учебной деятельности за 5 семестр**

| 1       | 2      | 3                    | 4                    | 5                      | 6                               | 7                                | 8                        | 9     |
|---------|--------|----------------------|----------------------|------------------------|---------------------------------|----------------------------------|--------------------------|-------|
| Семестр | Лекции | Лабораторные занятия | Практические занятия | Самостоятельная работа | Автоматизированное тестирование | Другие виды учебной деятельности | Промежуточная аттестация | Итого |
| 5       | 0      | 0                    | 36                   | 34                     | 0                               | 0                                | 30                       | 100   |

**Программа оценивания учебной деятельности студента**

**Лекции:** не предусмотрены.

**Лабораторные занятия:** не предусмотрены

**Практические занятия:** выступление с докладом и презентацией – от 0 до 36 баллов (4 балла за одно занятие)

**Самостоятельная работа:** подготовка к аудиторным занятиям, сбор научной информации, реферирование научных работ, подготовка докладов за семестр – от 0 до 34 баллов.

**Промежуточная аттестация**

21-30 баллов – ответ на «отлично»

11-20 баллов – ответ на «хорошо»

6-10 баллов – ответ на «удовлетворительно»

0-5 баллов – неудовлетворительный ответ.

Таким образом, максимально возможная сумма баллов за все виды учебной деятельности студента по дисциплине «Информационные и коммуникативные технологии в процессе реализации турпродукта» составляет 100 баллов.

**Пересчет полученной студентом суммы баллов в зачет:**

|                     |              |
|---------------------|--------------|
| от 54 до 100 баллов | «зачтено»    |
| меньше 54 баллов    | «не зачтено» |

**Таблица максимальных баллов по видам учебной деятельности за 6 семестр**

| 1       | 2      | 3                    | 4                    | 5                      | 6                               | 7                                | 8                        | 9     |
|---------|--------|----------------------|----------------------|------------------------|---------------------------------|----------------------------------|--------------------------|-------|
| Семестр | Лекции | Лабораторные занятия | Практические занятия | Самостоятельная работа | Автоматизированное тестирование | Другие виды учебной деятельности | Промежуточная аттестация | Итого |
| 6       | 0      | 0                    | 32                   | 38                     | 0                               | 0                                | 30                       | 100   |

**Программа оценивания учебной деятельности студента**

**Лекции:** не предусмотрены.

**Лабораторные занятия:** не предусмотрены

**Практические занятия:** выступление с докладом и презентацией – от 0 до 32 баллов (4 балла за одно занятие)

**Самостоятельная работа:** написание и защита курсовой работы – от 0 до 38 баллов.

**Промежуточная аттестация**

21-30 баллов – ответ на «отлично»

11-20 баллов – ответ на «хорошо»

6-10 баллов – ответ на «удовлетворительно»

0-5 баллов – неудовлетворительный ответ.

**Пересчет полученной студентом суммы баллов в зачет:**

|                     |              |
|---------------------|--------------|
| от 64 до 100 баллов | «зачтено»    |
| меньше 64 баллов    | «не зачтено» |

### **Курсовая работа:**

Разработка плана научного исследования – от 0 до 40 баллов (менее 20 баллов – «не зачтено», 20 баллов и более – «зачтено»).

Написание теоретической и практической части научной работы, оформление научного исследования – от 0 до 40 баллов (менее 20 баллов – «не зачтено», 20 баллов и более – «зачтено»).

Защита курсовой работы – от 0 до 20 баллов (менее 10 баллов – «не зачтено», 10 баллов и более – «зачтено»).

Максимальное количество баллов по итогам написания и защиты курсовой работы – 100 баллов.

**Таблица 2. Пересчет полученной студентом суммы баллов по курсовой работе в рамках дисциплины «Информационные и коммуникативные технологии в процессе реализации турпродукта» в зачет:**

|                   |              |
|-------------------|--------------|
| 75 баллов и более | «зачтено»    |
| меньше 75 баллов  | «не зачтено» |

Таким образом, максимально возможная сумма баллов за 6 семестр за все виды учебной деятельности студента по дисциплине «Информационные и коммуникативные технологии в процессе реализации турпродукта» составляет 200 баллов.

**Таблица максимальных баллов по видам учебной деятельности за 7 семестр.**

| 1       | 2      | 3                    | 4                    | 5                      | 6                               | 7                                | 8                        | 9     |
|---------|--------|----------------------|----------------------|------------------------|---------------------------------|----------------------------------|--------------------------|-------|
| Семестр | Лекции | Лабораторные занятия | Практические занятия | Самостоятельная работа | Автоматизированное тестирование | Другие виды учебной деятельности | Промежуточная аттестация | Итого |
| 7       | 0      | 0                    | 36                   | 34                     | 0                               | 0                                | 30                       | 100   |

### **Программа оценивания учебной деятельности студента**

**Лекции:** не предусмотрены.

**Лабораторные занятия:** не предусмотрены

**Практические занятия:** выступление с докладом – от 0 до 36 баллов (4 балла за одно занятие)

**Самостоятельная работа:** подготовка к аудиторным занятиям, сбор научной информации, реферирование научных работ, подготовка докладов за семестр – от 0 до 34 балла.

### **Промежуточная аттестация**

21-30 баллов – ответ на «отлично»

11-20 баллов – ответ на «хорошо»

6-10 баллов – ответ на «удовлетворительно»

0-5 баллов – неудовлетворительный ответ.

Таким образом, максимально возможная сумма баллов за все виды учебной деятельности студента по дисциплине «Информационные и коммуникативные технологии в процессе реализации турпродукта» составляет 100 баллов.

### **Пересчет полученной студентом суммы баллов в зачет:**

|                     |              |
|---------------------|--------------|
| от 61 до 100 баллов | «зачтено»    |
| меньше 61 балла     | «не зачтено» |

**Таблица максимальных баллов по видам учебной деятельности за 8 семестр.**

| 1       | 2      | 3                    | 4                    | 5                      | 6                               | 7                                | 8                        | 9     |
|---------|--------|----------------------|----------------------|------------------------|---------------------------------|----------------------------------|--------------------------|-------|
| Семестр | Лекции | Лабораторные занятия | Практические занятия | Самостоятельная работа | Автоматизированное тестирование | Другие виды учебной деятельности | Промежуточная аттестация | Итого |
| 8       | 0      | 0                    | 24                   | 36                     | 0                               | 0                                | 40                       | 100   |

### **Программа оценивания учебной деятельности студента**

**Лекции:** не предусмотрены.

**Лабораторные занятия:** не предусмотрены

**Практические занятия:** выступление с докладом и презентацией – от 0 до 24 балла (4 балла за одно занятие)

**Самостоятельная работа:** сбор научной информации, реферирование научных работ – от 0 до 36 баллов (6 баллов за одно занятие).

### **Промежуточная аттестация**

**21-30 баллов** – ответ на «отлично»

**11-20 баллов** – ответ на «хорошо»

**6-10 баллов** – ответ на «удовлетворительно»

**0-5 баллов** – неудовлетворительный ответ.

Таким образом, максимально возможная сумма баллов за все виды учебной деятельности студента по дисциплине «Информационные и коммуникативные технологии в процессе реализации турпродукта» составляет 100 баллов.

**Пересчет полученной студентом суммы баллов по дисциплине «Информационные и коммуникативные технологии в процессе реализации турпродукта» в оценку:**

|                     |                     |
|---------------------|---------------------|
| от 80 до 100 баллов | «отлично»           |
| от 61 до 79 балла   | «хорошо»            |
| 60 баллов и меньше  | «удовлетворительно» |

### **8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины «Информационные и коммуникативные технологии в процессе реализации турпродукта».**

а) основная литература:

- Плисецкий Е. Л. РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА [Текст] : Учебник / Е. Л. Плисецкий. - М. : Издательство Юрайт, 2015. - 583 с. - (Бакалавр. Академический курс). - 500 экз.. - ISBN 978-5-9916-4399-3
- Баранова, А. Ю. Организация предпринимательской деятельности в сфере туризма [Текст] : Учебное пособие / Алла Юрьевна Баранова. - Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2014. - 180 с. - ISBN 978-5-16-004452-1 : Б. ц. (электронный ресурс – ЭБС «Инфра-М»)

б) дополнительная литература:

- Новиков В. С. Организация туристской деятельности [Электронный ресурс] : учебник для студентов учреждений высшего профессионального образования, обучающихся по направлению «Туризм» / В. С. Новиков. – М.: Издательский центр «Академия», 2013. - 334 с. – ISBN 978-5-4468-0311-8: Б.ц. ЭБ УМЛ
- Медлик С. А. Гостиничный бизнес. М., 2005.- 239 с.
- Морозов М. А. Информационные технологии в системах управления гостиничным комплексом // Туризм: практика, проблемы, перспективы. 1998. № 3.

4. Морозов М. А. Управление отелем: ставка на информационные технологии // Туризм: практика, проблемы, перспективы. 1998. № 8.
5. Морозов М. А., Морозова Н. С. Информационные технологии в социально-культурном сервисе и туризме. Оргтехника. М., 2009.
6. Олифер В. Г. Компьютерные сети. Принципы, технологии, протоколы : учеб. пос. для вузов. 4-е изд. СПб., 2011. – 944 с.
7. Чудиновский А. Д., Жукова М. А. Информационные технологии управления в туризме. М., 2007.

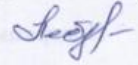
в) программное обеспечение и Интернет-ресурсы

1. Microsoft Windows 7, 8 Pro;  
Microsoft Office 7, 10, 13 Plus;  
WinRar;

Adobe Acrobat Reader X;  
Google Chrome;  
Abby Fine Reader

2. Электронно-библиотечная система СГУ им. Н.Г.Чернышевского, Областной научной библиотеки, справочные и поисковые системы;

3. <http://e.lanbook.com>  
<http://znanium.com>  
[http:// bibliofond.ru](http://bibliofond.ru)



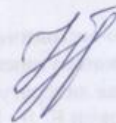
#### 9. Материально-техническое обеспечение дисциплины

- 1 Компьютерный класс, оборудованный для проведения практических занятий компьютерами с выходом с Internet.
- 2 Лицензионное программное обеспечение.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 43.03.02 Туризм.

Программа одобрена на заседании кафедры туризма и культурного наследия 28.06.13 г., протокол № 13 и актуализирована 30 августа 2016 г., протокол № 1.

Автор к.и.н.,  
доцент кафедры туризма и культурного наследия



Т.В. Удалова

Подписи:  
Зав. кафедрой туризма  
и культурного наследия



д.э.н., проф. Т.В. Черевичко

Директор ИИМО

д.э.н., проф. Т.В. Черевичко