

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**Федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение высшего образования  
«Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет  
им. Н.И. Лобачевского»**

**ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА  
КАФЕДРА СЕРВИСА И ТУРИЗМА**

**УТВЕРЖДЕНО**  
решением Ученого совета ННГУ  
им. Н.И. Лобачевского  
(протокол от 30 ноября 2022 г. № 13)

**Рабочая программа дисциплины**  
**ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИИ В СФЕРЕ ТУРИЗМА**

Уровень высшего образования  
**бакалавриат**

Направление подготовки / специальность  
**43.03.02 «Туризм»**

Направленность образовательной программы  
**Менеджмент международного и внутреннего туризма**

Форма обучения  
**Очная, заочная**

Нижегород  
2023 год

## 1. Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Интернет-технологии в сфере туризма» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений (Б1.В.10) ООП по направлению подготовки 43.03.02 «Туризм» профиль «Менеджмент международного и внутреннего туризма» (квалификации «Бакалавр»).

Дисциплина изучается на 2 курсе в 3 семестре (очная форма обучения) и на 2 курсе (заочная форма обучения).

Целями освоения дисциплины являются:

Изучение современных тенденций в цифровизации обслуживания клиентов туристических предприятий и продвижении туристических продуктов.

Приобретение навыков и умений по организации внедрения Интернет-технологий при обслуживании клиентов туристических предприятий и продвижении туристических продуктов

## 2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями и индикаторами достижения компетенций)

Формируемые компетенции (код, содержание компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), в соответствии с индикатором достижения компетенции		Наименование оценочного средства
	Индикатор достижения компетенции* (код, содержание индикатора)	Результаты обучения по дисциплине**	
ПКР-3. Способен применять современные технологии обслуживания потребителей и (или) туристов с использованием клиентоориентированных технологий	ПКР-3.1. Применяет современные технологии с учетом анализа рыночного спроса и потребностей туристов и других заказчиков услуг.	З-3.1 (ПКР-3.1) Знать основные современные тенденции развития цифровизации в сфере туризма У-3.1 (ПКР 3.1) Уметь выявлять потребности туристов в применении интернет-технологий В-3.1 (ПКР-3.1) Владеть навыками сопоставления инновационных возможностей и запросов туристов	Задания Тесты Опросы
	ПКР-3.2. Изучает требования туристов, анализ мотивации спроса на реализуемые туристские продукты.	З-3.2 (ПКР-3.2) Знать об особенностях влияния интернет-технологий на формирование спроса, лояльность, удовлетворенность клиентов У-3.2 (ПКР 3.2) Уметь выявлять характеристики онлайн инструментов, имеющие значение для формирования потребительских предпочтений В-3.2 (ПКР-3.2) Владеть навыками определения основных характеристик онлайн инструментов, в наибольшей степени соответствующих конкретным запросам туристов	Задания Тесты Опросы

	ПКР-3.3. Выбирает и применяет клиентоориентированные технологии туристского обслуживания	3-3.3 (ПКР-3.3) Знать основные теоретические основы и преимущества использования клиентоориентированного подхода к обслуживанию туристов У-3.3 (ПКР 3.3) Уметь выявлять возможности реализации клиентоориентированного подхода с помощью интернет-технологий. В-3.3 (ПКР-3.3) Владеть навыками выбора интернет-технологий и инструментов их реализации для внедрения клиентоориентированного подхода	Задания Тесты Опросы
ПКР-5 Способен находить, анализировать, обрабатывать научную информацию в сфере туризма	ПКР-5.1. Проводит исследования туристско-рекреационного потенциала ресурсов туристских регионов, территорий, зон и комплексов.	3-5.1 (ПКР-5.1) Знать основные задачи и направления проведения маркетинговых исследований в сфере туризма У-5.1 (ПКР 5.1) Уметь определять цели, задачи, инструменты проведения маркетинговых исследований для конкретных ситуаций в сфере туризма В-5.1 (ПКР-5.1) Владеть навыками применения полученной информации для принятия маркетинговых решений в сфере туризма	Задания Опросы
	ПКР-5.2. Применяет современные технологии сбора, обработки и анализа информации в сфере туризма.	3-5.2 (ПКР-5.2) Знать возможности автоматизации проведения маркетинговых исследований У-5.2 (ПКР 5.2) Уметь обоснованно выбирать инструменты автоматизации маркетинговых исследований В-5.2 (ПКР-5.2) Владеть навыками прогнозирования эффективности применения методов автоматизации маркетинговых исследований	Задания Опросы
	ПКР-5.3. Использует методы анализа и прогнозирования развития явлений и процессов в сфере туризма	3-5.3 (ПКР-5.3) Знать методы анализа маркетинговой информации в сфере туризма У-5.3 (ПКР 5.3) Уметь использовать современные методы анализа маркетинговой информации В-5.3 (ПКР-5.3) Владеть навыками интерпретации полученной маркетинговой информации	Задания Опросы

### 3. Структура и содержание дисциплины

#### 3.1 Трудоемкость дисциплины

	очная форма обучения	очно-заочная форма обучения	заочная форма обучения
<b>Общая трудоемкость</b>	4 ЗЕТ		4 ЗЕТ
<b>Часов по учебному плану</b>	144		144
<b>в том числе</b>			
<b>аудиторные занятия (контактная работа):</b>	50		14
- занятия лекционного типа	32		4
- занятия семинарского типа	16		8

- КСФИР	2		2
самостоятельная работа	58		121
Промежуточная аттестация – экзамен	36		9

### 3.2. Содержание дисциплины

Наименование и краткое содержание разделов и тем дисциплины	Всего (часы)			в том числе															Самостоятельная работа обучающегося, часы		
				Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы																	
				из них																	
	Занятия лекционного типа			Занятия семинарского типа			Занятия лабораторного типа			Всего											
Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная				
1.Тенденции цифровизации в сфере туризма	34		45	6		1	6		1				12		2	22		43			
2.Интернет-каналы взаимодействия с потребителями	48		54	6		2	6		2				12		4	36		50			
3.Продвижение туристических услуг с использованием Интернет-технологий	48		54	6		2	6		2				12		4	36		50			
4.Информационные технологии в маркетинговых исследованиях предприятия сферы туризма	48		52	6		1	6		1				12		2	36		50			
КСФИР	2		2																		
Итого	180		207	24		6	24		6				48		12	130		193			
Промежуточная аттестация – экзамен	36		9																		
Итого	216		216	24		6	24		6				48		12	130		193			

#### Тема 1.Тенденции цифровизации в сфере туризма

Изменение поведения потребителей в условиях цифровизации бизнеса. Изменение комплекса маркетинга в условиях цифровизации сферы туризма. Основные направления цифровизации.

#### Тема 2. Интернет-каналы взаимодействия с потребителями

Сайты, мобильные приложения, мессенджеры и социальные сети, системы бронирования. Задачи, функции, особенности Интернет-каналов. Характер и структура контента. Описание туристического продукта

Оmnikanальность взаимодействия с потребителем. Клиентоориентированность и CRM-системы.

#### Тема 3. Продвижение туристических услуг с использованием Интернет-технологий

Пользовательский контент: значение, виды, возможности использования, площадки для размещения. Акции, конкурсы, реферальные программы, приёмы геймификации для продвижения услуг в Интернете.

#### **Тема 4. Информационные технологии в маркетинговых исследованиях предприятия сферы туризма**

Задачи и инструменты маркетинговых исследований в туризме. Опросы и их автоматизация. Сервис Яндекс.Взгляд. Таргетирование в маркетинговой деятельности: социальные сети, Яндекс.Аудитория. Использование анализа больших данных для целей организации туризма.

Классификация информационных систем маркетинга. Практика применения информационных систем обеспечения маркетинга. Проблемы, барьеры и выгоды от применения маркетинговых информационных систем

Практические занятия (семинарские занятия) организуются, в том числе в форме практической подготовки, которая предусматривает участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Практическая подготовка предусматривает выполнение практических заданий по профилю профессиональной деятельности и направленности образовательной программы.

На проведение практических занятий (семинарских занятий) в форме практической подготовки отводится 6 часов.

Практическая подготовка направлена на формирование и развитие:

- практических навыков в соответствии с профилем ОП:

А) технологическая деятельность - применение современных информационных и коммуникативных технологий в реализации туристского продукта и предоставлении услуг; - построение эффективной системы продвижения турпродуктов; - предоставление предпродажного и послепродажного сервиса - организация процесса обслуживания потребителей и (или) туристов, формирование взаимоотношений с потребителем

Б) исследовательская деятельность - проектирование туристского продукта при заданных критериях и нормативных требованиях с использованием инновационных и информационно-коммуникационных технологий; применение инновационных методов, средств и технологий осуществления профессиональной деятельности;

- компетенций: ПКР-3, ПКР-5.

Текущий контроль успеваемости реализуется в рамках занятий семинарского типа. Промежуточная аттестация проходит в традиционных формах (экзамен).

#### **4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся**

Самостоятельная работа студентов направлена на самостоятельное изучение отдельных тем рабочей программы. Цель самостоятельной работы – подготовка современного компетентного специалиста и формирование способностей и навыков к непрерывному самообразованию и профессиональному совершенствованию.

Вся система индивидуальной самостоятельной работы должна быть подчинена усвоению понятийного аппарата, поскольку одной из важнейших задач подготовки современного грамотного специалиста является овладение и грамотное применение профессиональной терминологии.

Особое место отводится самостоятельной проработке студентами отдельных разделов и тем по изучаемой дисциплине. Изучение вопросов очередной темы требует глубокого усвоения теоретических основ, проблемных аспектов темы и анализа фактического материала. Изучение рекомендованной литературы следует начинать с учебников и учебных пособий, затем переходить к научным монографиям и материалам периодических изданий.

При подготовке к практическому занятию необходимо помнить, что данная дисциплина тесно связана с ранее изучаемыми дисциплинами. На семинарских занятиях студент должен уметь последовательно излагать свои мысли и аргументировано их отстаивать. Для достижения этой цели необходимо:

- 1) ознакомиться с соответствующей темой программы изучаемой дисциплины;
- 2) осмыслить круг изучаемых вопросов и логику их рассмотрения;
- 3) изучить рекомендованную литературу по данной теме;
- 4) тщательно изучить лекционный материал;
- 5) ознакомиться с вопросами очередного семинарского занятия.

Итоговой формой контроля успеваемости студентов по учебной дисциплине является экзамен. В начале семестра рекомендуется внимательно изучить перечень вопросов к экзамену по данной дисциплине, а также использовать в процессе обучения программу, другие методические материалы, разработанные кафедрой по данной дисциплине. Это позволит в процессе изучения тем сформировать более правильное и обобщенное видение студентом существа того или иного вопроса.

### **Примеры заданий для самостоятельной работы**

#### **Тема 1. Тенденции цифровизации в сфере туризма**

- 1) Задание (типовые задания см. п.5) Задание выполняет в письменной форме в размере не более страницы. При необходимости сопровождается иллюстрациями. Шкала оценивания семибалльная (см.п.5.1 критерии оценки заданий)
- 2) Подготовка к опросу (см. п.5). Вопросы 1-6 Шкала оценивания семибалльная (см.п.5.1 критерии оценки собеседования/опроса)
- 3) Тесты (см.п.5). Шкала оценивания семибалльная (см.п.5.1 критерии оценки тестов)

#### **Тема 2. Интернет-каналы взаимодействия с потребителями**

- 1) Задание (типовые задания см. п.5) Задание выполняет в письменной форме в размере не более страницы. При необходимости сопровождается иллюстрациями. Шкала оценивания семибалльная (см.п.5.1 критерии оценки заданий)
- 2) Подготовка к опросу (см. п.5). Вопросы 7-18. Шкала оценивания семибалльная (см.п.5.1 критерии оценки собеседования/опроса)
- 3) Тесты (см.п.5). Шкала оценивания семибалльная (см.п.5.1 критерии оценки тестов)

#### **Тема 3. Продвижение туристических услуг с использованием Интернет-технологий**

- 1) Задание (типовые задания см. п.5) Задание выполняет в письменной форме в размере не более страницы. При необходимости сопровождается иллюстрациями. Шкала оценивания семибалльная (см.п.5.1 критерии оценки заданий)
- 2) Подготовка к опросу (см. п.5). Вопросы 19-27. Шкала оценивания семибалльная (см.п.5.1 критерии оценки собеседования/опроса)
- 3) Тесты (см.п.5). Шкала оценивания семибалльная (см.п.5.1 критерии оценки тестов)

#### **Тема 4. Информационные технологии в маркетинговых исследованиях предприятия сферы туризма**

1) Задание ( типовые задания см. п.5) Задание выполняет в письменной форме в размере не более страницы. При необходимости сопровождается иллюстрациями. Шкала оценивания семибалльная (см.п.5.1 критерии оценки заданий)

2) Подготовка к опросу (см. п.5). Вопросы 28-37. Шкала оценивания семибалльная (см.п.5.1 критерии оценки собеседования/опроса))

Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины приведены в п.5.2.

Для обеспечения самостоятельной работы обучающихся используется электронный курс «Интернет-технологии сфере туризма», созданный в системе электронного обучения ННГУ – <https://e-learning.unn.ru/course/view.php?id=11238>

## 5. Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине (модулю), включающий:

### 5.1. Описание шкал оценивания результатов обучения по дисциплине

Уровень сформированности компетенций (индикатора достижения компетенций)	Шкала оценивания сформированности компетенций						
	плохо	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	очень хорошо	отлично	превосходно
Знания	Отсутствие знаний теоретического материала. Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки.	Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибок.	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько незначительных ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки, без ошибок	Уровень знаний в объеме, превышающем программу подготовки
Умения	Отсутствие минимальных умений. Невозможность оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки	Продemonстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, но не в полном объеме	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, в полном объеме, но некоторые с недочетами	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме, но некоторые с недочетами.	Продemonстрированы все основные умения, решены все основные задачи с отдельными незначительными недочетами, выполнены все задания в полном объеме.	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме без недочетов
Навыки	Отсутствие владения материалом. Невозможность оценить наличие навыков вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки. Имели место грубые ошибки	Имеется минимальный набор навыков для решения стандартных задач с некоторыми недочетами	Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторыми недочетами	Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартных задач без ошибок и недочетов	Продemonстрированы навыки при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов	Продemonстрирован творческий подход к решению нестандартных задач

### Шкала оценки при промежуточной аттестации

Превосходно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «превосходно»
-------------	--

Отлично	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «отлично»
Очень хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «очень хорошо»
Хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «хорошо»
Удовлетворительно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «удовлетворительно»
Неудовлетворительно	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно», ни одна из компетенций не сформирована на уровне «плохо»
Плохо	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

### Критерии оценки тестов

Каждое правильно выполненное задание оценивается 1 баллом. Задания, предполагающие множественный выбор (несколько правильных ответов) имеют максимальную оценку - 1 балл. Если обучающимся указаны не все правильные ответы из нескольких возможных, то его оценка уменьшается пропорционально. Задания с открытым вопросом оцениваются 1 баллом, если ответ совпал с одним из вариантов правильных ответов.

### Тест оценивается по следующей шкале

Превосходно	100%
Отлично	90-99%
Очень хорошо	80-90%
Хорошо	70-80%
Удовлетворительно	50-70%
Неудовлетворительно	20-50%
Плохо	0-20%

### Критерии оценки заданий

Оценка	Уровень подготовленности, характеризуемый оценкой
Превосходно	Задание выполнено в полном объеме (все поставленные задачи решены), ответ логичен и обоснован, обучающийся отвечает четко и последовательно, показывает глубокое знание основного и дополнительного материала
Отлично	Задание выполнено в полном объеме (все поставленные задачи решены), ответ логичен и обоснован, обучающийся отвечает четко и последовательно, показывает глубокое знание основного материала
Очень хорошо	Задание выполнено в полном объеме (все поставленные задачи решены), ответ логичен и обоснован, обучающийся отвечает четко и последовательно, показывает глубокое знание материала, допущено не более 2 неточностей не принципиального характера
Хорошо	Задание выполнено в полном объеме (все поставленные задачи решены), ответ логичен и обоснован, допущены неточности не принципиального характера, но обучающийся показывает систему знаний по теме своими ответами на поставленные вопросы
Удовлетворительно	Задание выполнено не в полном объеме (решено более 50% поставленных задач), но обучающийся допускает ошибки, нарушена последовательность

	ответа, но в целом раскрывает содержание основного материала
Неудовлетворительно	Задание выполнено не в полном объеме (решено менее 50% поставленных задач), обучающийся дает неверную информацию при ответе на поставленные задачи, допускает грубые ошибки при толковании материала, демонстрирует незнание основных терминов и понятий.
Плохо	Задание не выполнено, обучающийся демонстрирует полное незнание материала

### Критерии оценки собеседования (опроса)

Превосходно	ставится в случае, если студент отвечает четко и последовательно, показывая глубокие знания по теме и уверенное владение основным и дополнительным материалом. Ответ логичен и обоснован
Отлично	ставится в случае, если студент отвечает четко и последовательно, показывая глубокие знания по теме и уверенное владение основным материалом. Ответ логичен и обоснован
Очень хорошо	ставится в случае, если ответ логичен и обоснован, студент отвечает четко и последовательно, показывает глубокое знание материала, допущено не более 2 неточностей непринципиального характера
Хорошо	ставится в случае, если студентом допущены неточности непринципиального характера, но студент показывает систему знаний по теме своими ответами на поставленные вопросы
Удовлетворительно	ставится в случае, если студент допускает ошибки, нарушена последовательность ответа, но в целом раскрывает содержание основных понятий темы.
Неудовлетворительно	ставится в случае, если студент при ответе на вопросы допускает грубые ошибки, демонстрирует незнание основных терминов и понятий
Плохо	ставится в случае, если студент демонстрирует полное незнание материала

## 5.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения.

### 5.2.1 Контрольные вопросы

Вопросы	Код формируемой компетенции
1. Изменение поведения потребителей в условиях цифровизации бизнеса	ПКР-5
2. Изменение комплекса маркетинга в условиях цифровизации: товар/услуга	ПКР-5
3. Изменение комплекса маркетинга в условиях цифровизации: цены	ПКР-5
4. Изменение комплекса маркетинга в условиях цифровизации: продвижение	ПКР-5
5. Изменение комплекса маркетинга в условиях цифровизации: каналы сбыта	ПКР-5
6. Направление цифровизации в туризме	ПКР-3
7. Сайты турагентов и туроператоров: задачи, структура	ПКР-3
8. Сайты турагентов и туроператоров: контент и обеспечение трафика	ПКР-3
9. Описание и каталог туров, возможности фильтрации, сравнения и отбора.	ПКР-3

10. Мобильные приложения предприятий сферы туризма: задачи, структура	ПКР-3
11. Мобильные приложения предприятий сферы туризма: контент, обеспечение трафика	ПКР-3
12. Использование мессенджеров предприятиями сферы туризма: решаемые задачи, возможности	ПКР-3
13. Чат-боты для общения с клиентами туристического предприятия	ПКР-3
14. Страничка в соцсети для предприятия сферы туризма	ПКР-3
15. Омниканальность взаимодействия с потребителем: задачи, преимущества	ПКР-3
16. Информационные системы для реализации омниканального подхода: функции, затраты	ПКР-5
17. Клиентоориентированный подход в туристическом бизнесе	ПКР-3
18. CRM - системы в туристическом бизнесе	ПКР-5
19. Пользовательский контент и социальное доказательство: значение для предприятия	ПКР-3
20. Пользовательский контент: отзывы, вопросы и жалобы потребителей	ПКР-3
21. Правила работы с отзывами и жалобами потребителей в сети Интернет	ПКР-3
22. Пользовательский контент: творчество потребителей	ПКР-3
23. Мотивация создания пользовательского контента	ПКР-3
24. Площадки для размещения пользовательского контента	ПКР-3
25. Агрегаторы отзывов как площадки для размещения пользовательского контента	ПКР-3
26. Социальные сети как площадки для размещения пользовательского контента	ПКР-3
27. Геосервисы как площадки для размещения пользовательского контента	ПКР-3
28. Задачи маркетинговых исследований в туризме	ПКР-5
29. Проведение опросов в рамках маркетинговых исследований	ПКР-5
30. Автоматизация проведения опросов: Яндекс Взгляд	ПКР-5
31. Таргетирование в маркетинговой деятельности: возможности социальной сети	ПКР-5
32. Таргетирование в маркетинговой деятельности: Яндекс.Аудитория	ПКР-5
33. Большие данные и их применение для решения задач маркетинга в сфере туризма	ПКР-5
34. Классификация программ для обеспечения маркетинговой деятельности предприятия	ПКР-5
35. Проблемы и барьеры внедрения маркетинговых информационных систем	ПКР-5
36. Выгоды от внедрения маркетинговых информационных систем	ПКР-5
37. Виды маркетинговых информационных систем в туризме	ПКР-5

## 5.2.2. Типовые тестовые задания для оценки сформированности компетенций

### 5.2.2.1 Компетенция ПКР-3

1.Значимое для предмета маркетинга, бесплатно создаваемое потребителями и размещаемое ими публично содержимое, в котором упоминается предмет маркетинга:

а) пользовательский контент

- б) социальное доказательство
- в) реферальный маркетинг
- г) геймификация

2.Какое явление отражает следующая фраза: Мы определяем, что является правильным, выясняя, что считают правильным другие.

- а) пользовательский контент
- б) социальное доказательство
- в) видеонаблюдение
- г) геймификация

3.Построение коммуникации с целевой аудитории с помощью различных каналов (email, соцсети, push-уведомления и т.д.), объединенных в единую систему -

- А) омниканальность
- Б) многоканальность
- В) геймификация
- Г) реферальный маркетинг

### 5.2.2.2 Компетенция ПКР-5

Тесты не предусмотрены

## 5.2.3 Типовые задания для оценки сформированности компетенций

### 5.2.3.1 Компетенция ПКР-3

#### Задание 1

Выберите сайты двух российских гостиниц, укажите название предприятия и адрес сайта. Изучите их и проведите сравнительную оценку по следующему плану.

1. Определите критерии оценки и укажите, как каждый из критериев реализован на выбранных сайтах:

Наименование критерия	Предприятие 1	Предприятие 2
1.Понятность меню сайта		
2.Описание цен		
3.Информация о направлениях путешествий		
4.Информация о видах услуг		
5.Информация о спецпредложениях и горящих турах		
6.Возможности и удобство подбора туров		
7.Описание контактов		
8.Возможность обратной связи через сайт		
9.Возможность оставлять отзывы на сайте		
10.Возможность онлайн бронирования		
11.Возможности онлайн оплаты тура		
12.Мультиязычность сайта		
13.Наличие полезной информации для поездок		
14.Удобство работы с сайтом при использовании мобильных устройств		
15.Дизайн сайта		

Примеры формулировок: возможность обратной связи через сайт отсутствует/присутствует в ограниченном интервале времени/ присутствует постоянно; информации о туре представлена в виде (краткого, подробного, детального) текстового описания и фотографий (хорошего/плохого) качества в количестве не менее \_\_\_\_, отражающих/не отражающих основные элементы тура.

Сделайте вывод относительно преимуществ, недостатков анализируемых сайтов.

### **5.2.3.2 Компетенция ПКР-5**

#### **Задание 1**

Составьте небольшой опрос (не более 5 вопросов), который должен дать вам предварительное представление о том, нужно ли клиентам вашего турагентства брендированное мобильное приложение. Определите, каким образом вы будете распространять этот опрос, где и как клиенты будут на него отвечать (при посещении агентства, на сайте, по ссылке из электронного письма / странички в социальной сети / канала в мессенджере и пр.). Укажите преимущества и недостатки разных вариантов. Выберите и обоснуйте наилучший.

### **5.2.4 Темы курсовых работ**

Курсовые работы по дисциплине согласно учебному плану не предусмотрены.

## **6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

### **а) основная литература**

1. Ветитнев А.М. Информационные технологии в туристской индустрии: учебник для вузов / А.М. Ветитнев, В.В. Коваленко, В.В. Коваленко. – 2-е изд., испр. и доп. - М: Издательство Юрайт, 2022. – 340 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-07375-1. – Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/490903> (дата обращения: 21.08.2022).

2. Интернет-маркетинг: учебник для вузов / О. Н. Жильцова [и др.]; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 335 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15098-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489043> (дата обращения: 26.08.2022).

3. Отнюкова, М. С. Инновации в туризме: учебное пособие для вузов / М. С. Отнюкова. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 135 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15354-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/497663> (дата обращения: 21.08.2022).

### **б) дополнительная литература**

4. Гаврилов, Л. П. Информационные технологии в коммерции: учебное пособие / Л.П. Гаврилов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: ИНФРА-М, 2022. — 369 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/1085795. - ISBN 978-5-16-016187-7. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1085795> (дата обращения: 25.08.2022). – Режим доступа: по подписке.

5. Жабина, С. Б. Маркетинг продукции и услуг. Общественное питание: учебное пособие для вузов / С. Б. Жабина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 264 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05141-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/493126> (дата обращения: 25.08.2022).

6. Информационные технологии в маркетинге: учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова [и др.]; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 367 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02476-0. — Текст: электронный

// Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489042> (дата обращения: 22.08.2022).

7. Кожевникова, Г. П. Информационные системы и технологии в маркетинге : учебное пособие для вузов / Г. П. Кожевникова, Б. Е. Одинцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 444 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07447-5. — Текст : электронный

// Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489534> (дата обращения: 22.08.2022).

8. Маркетинг-менеджмент : учебник и практикум для вузов / И. В. Липсиц [и др.] ; под редакцией И. В. Липсица, О. К. Ойнер. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 379 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01165-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489346> (дата обращения: 26.08.2022).

#### **в) программное обеспечение и Интернет-ресурсы**

1. <https://www.retail.ru/> - Retail.ru - портал для ритейлеров и поставщиков
2. <https://www.ozon.ru/travel/> Поиск дешёвых авиа и ж/д билетов онлайн
3. <https://www.tripadvisor.ru/> - Tripadvisor
4. <https://travel.yandex.ru/> - Яндекс Путешествия
5. <https://yandex.ru/support/audience/> -Яндекс.Аудитории
6. <https://surveys.yandex.ru/#features> Яндекс.Взгляд

#### **г) специализированная литература**

1. Журнал «Современные проблемы сервиса и туризма» // Режим доступа: <http://elibrary.ru/contents.asp?titleid=26229>
2. Журнал «Туризм: право и экономика» // Режим доступа: [https://www.elibrary.ru/title\\_about\\_new.asp?id=10474](https://www.elibrary.ru/title_about_new.asp?id=10474)

### **7. Материально-техническое обеспечение дисциплины**

Помещения представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных программой, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения: компьютеры, мультимедийный проектор, экран.

Помещения оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ВО ННГУ с учетом рекомендаций и ООП ВО по направлению подготовки 43.03.03 «Гостиничное дело» профиль «Организация гостиничной деятельности и бизнес-мероприятий».

Автор

К.э.н., доцент  
кафедры торгового дела

Н.Г. Копасовская

Рецензент:

Директор АНО «Эксперт-НН  
Торгово-промышленной палаты  
Нижегородской области,  
руководитель Центра по классификации  
средств размещения

Н.А. Барина

Заведующий кафедрой  
сервиса и туризма  
д.э.н., профессор

М.В. Ефремова

Программа одобрена на заседании методической комиссии Института экономики и предпринимательства от «14» ноября 2022 года, протокол № 6.