

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Горно-Алтайский государственный университет» (ФГБОУ ВО ГАГУ, Горно-Алтайский государственный университет)

Интернет-технологии в туризме
рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой **кафедра экономики, туризма и прикладной информатики**

Учебный план 43.03.02_2018_838.plx
43.03.02 Туризм
Технология и организация туроператорских и турагентских услуг

Квалификация **бакалавр**

Форма обучения **очная**

Общая трудоемкость **3 ЗЕТ**

Часов по учебному плану 108
в том числе:
аудиторные занятия 44
самостоятельная работа 54,4
часов на контроль 8,85

Виды контроля в семестрах:
зачеты 4

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	4 (2.2)		Итого	
	15 5/6		уп	рп
Неделя	уп	рп	уп	рп
Лекции	12	12	12	12
Лабораторные	32	32	32	32
Контроль самостоятельной работы при проведении аттестации	0,15	0,15	0,15	0,15
Консультации (для студента)	0,6	0,6	0,6	0,6
В том числе инт.	32	32	32	32
Итого ауд.	44	44	44	44
Контактная работа	44,75	44,75	44,75	44,75
Сам. работа	54,4	54,4	54,4	54,4
Часы на контроль	8,85	8,85	8,85	8,85
Итого	108	108	108	108

Программу составил(и):

к.э.н., зав. кафедрой, Куттубаева Тосканай Айтмуқановна



Рабочая программа дисциплины

Интернет-технологии в туризме

разработана в соответствии с ФГОС:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки 43.03.02 ТУРИЗМ (уровень бакалавриата) (приказ Минобрнауки России от 14.12.2015 г. № 1463)

составлена на основании учебного плана:

43.03.02 Туризм

утвержденного учёным советом вуза от 02.11.2017 протокол № 11.

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры

кафедра экономики, туризма и прикладной информатики

Протокол от 21.05.2018 протокол № 10

Зав. кафедрой Куттубаева Тосканай Айтмуқановна



Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2018-2019 учебном году на заседании кафедры кафедры экономики, туризма и прикладной информатики

Протокол от _____ 2018 г. № __
Зав. кафедрой Куттубаева Тосканай Айтмуқановна

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2019-2020 учебном году на заседании кафедры кафедры экономики, туризма и прикладной информатики

Протокол от 16 мая 2019 г. № 10
Зав. кафедрой Куттубаева Тосканай Айтмуқановна 

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2020-2021 учебном году на заседании кафедры кафедры экономики, туризма и прикладной информатики

Протокол от _____ 2020 г. № __
Зав. кафедрой Куттубаева Тосканай Айтмуқановна

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2021-2022 учебном году на заседании кафедры кафедры экономики, туризма и прикладной информатики

Протокол от _____ 2021 г. № __
Зав. кафедрой Куттубаева Тосканай Айтмуқановна

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	
1.1	<i>Цели:</i> формирование теоретических знаний и практических навыков по использованию Интернет-технологии в сфере туризма.
1.2	<i>Задачи:</i> - формирование у студентов систематизированных теоретических знаний о принципах функционирования сети Интернет, возможностях и основных направлениях применения Интернет-технологий в сфере туризма. - формирование практических умений и навыков поиска необходимой информации и работы с туристскими ресурсами в сети Интернет; - формирование практических умений и навыков применения Интернет-технологий при организации туристской деятельности.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП	
Цикл (раздел) ООП:	Б1.В.ДВ.05
2.1 Требования к предварительной подготовке обучающегося:	
2.1.1	Для освоения дисциплины «Интернет-технологии в туризме» обучающиеся используют знания, умения, навыки, способы деятельности и установки, сформированные в ходе изучения предмета «Информатика» на предыдущем уровне образования.
2.2 Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:	
2.2.1	Информационные технологии в туристской индустрии
2.2.2	Инновации в туризме

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
ОПК-1: способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности, использовать различные источники информации по объекту туристского продукта	
Знать:	
<ul style="list-style-type: none"> - об особенностях функционирования и о возможностях применения Интернет-технологий в сфере туризма; - классификацию туристских ресурсов в Интернет; - основные инструменты Интернет-рекламы туристских услуг; - особенности денежно-финансового Интернет-обеспечения сферы туризма; - возможности проведения маркетинговых исследований в Интернете; - модели организации туристского бизнеса в Интернете. 	
Уметь:	
<ul style="list-style-type: none"> - осуществлять поиск и работать с туристскими ресурсами в Интернете; - использовать Интернет-технологий в туристском бизнесе. 	
Владеть:	
<ul style="list-style-type: none"> - навыками поиска необходимой для принятия управленческих решений информации в Интернете; - навыками работы с туристскими ресурсами с использованием Интернет-технологий. 	
ПК-11: способностью к продвижению и реализации туристского продукта с использованием информационных и коммуникативных технологий	
Знать:	
<ul style="list-style-type: none"> - об особенностях функционирования и о возможностях применения Интернет-технологий в сфере туризма; - классификацию туристских ресурсов в Интернет; - основные инструменты Интернет-рекламы туристских услуг; - особенности денежно-финансового Интернет-обеспечения сферы туризма; - возможности проведения маркетинговых исследований в Интернете; - модели организации туристского бизнеса в Интернете. 	
Уметь:	
<ul style="list-style-type: none"> - использовать Интернет-технологий при продвижении и реализации туристского продукта. 	
Владеть:	
<ul style="list-style-type: none"> - навыками поиска необходимой для принятия управленческих решений информации в Интернете; - навыками продвижения и реализации туристского продукта в сети Интернет. 	

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)							
Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Инте ракт.	Примечание

	Раздел 1. Тема 1. Общие принципы функционирования сети Интернет						
1.1	Тема 1. Общие принципы функционирования сети Интернет Интерактивная лекция (лекция-визуализация) Глобальная компьютерная сеть Интернет. История создания Интернета. Основы работы в Интернет. Принципы построения и организационная структура Интернет. Основные службы Интернет: электронная почта, электронные доски объявлений или сетевые новости, WWW, аудио- и видеокommunikации, FTP, IRS и др. Возможности и преимущества Интернет и их применение в туризме. /Лек/	4	2	ОПК-1 ПК-11	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3	2	
1.2	Тема 1. Общие принципы функционирования сети Интернет Содержание самостоятельной работы: 1. Подготовка конспекта Формы отчетности: конспект /Ср/	4	4	ОПК-1 ПК-11	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3	0	
	Раздел 2. Тема 2. Туристские бизнес-ресурсы в Интернете						
2.1	Тема 2. Туристские бизнес-ресурсы в Интернете Интерактивная лекция (лекция-визуализация) Классификация туристских бизнес-ресурсов. Сайты общего назначения. Порталы для профессионалов турбизнеса. Сайты фирм-туроператоров. Сайты туристских агентств. Порталы, каталоги и серверы туристской направленности. Структура и содержание представительств туристских фирм в Интернете. Общее и отличия структуры сайтов туроператоров и турагентств. /Лек/	4	2	ОПК-1 ПК-11	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3	2	
2.2	Тема 2. Туристские бизнес-ресурсы в Интернете Образовательные технологии: работа с Интернет-ресурсами, письменная работа План занятия: Лабораторная работа 1. Изучение туристских ресурсов Интернет (составление каталога туристских Интернет-ресурсов). Лабораторная работа 2. Изучение структуры и содержания сайтов туристской направленности (сравнительная характеристика сайтов туристских агентств и туроператоров). Лабораторная работа 3. Изучение и оценка сайтов туристических фирм Республики Алтай, выявление их недостатков и разработка рекомендации. /Лаб/	4	6	ОПК-1 ПК-11	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3	4	

2.3	<p>Тема 2. Туристские бизнес-ресурсы в Интернете</p> <p>Содержание самостоятельной работы:</p> <p>1. Подготовка к лабораторной работе (изучение литературы, Интернет-ресурсов)</p> <p>2. Выполнить задание: Составить сравнительную таблицу по глобальным системам бронирования и резервирования (название, характеристика, функциональные возможности, преимущества и недостатки)</p> <p>3. Подготовка реферата</p> <p>Формы отчетности: выполнение плана лабораторного занятия, сравнительная таблица, реферат</p> <p>/Ср/</p>	4	8	ОПК-1 ПК-11	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3	0	
	Раздел 3. Тема 3. Туристская реклама в Интернете						
3.1	<p>Тема 3. Туристская реклама в Интернете</p> <p>Интерактивная лекция (лекция-визуализация)</p> <p>Особенности рекламы туризма в Интернете. Содержательная и внешняя реклама. Виды и инструменты рекламы в Интернете. Баннерная реклама. E-mail-реклама, списки рассылки, дискуссионные листы.</p> <p>Эффективность рекламных кампаний в Интернете.</p> <p>/Лек/</p>	4	2	ОПК-1 ПК-11	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3	2	
3.2	<p>Тема 3. Туристская реклама в Интернете</p> <p>Образовательные технологии: работа с Интернет-ресурсами, письменная работа, тестирование</p> <p>План занятия:</p> <p>Лабораторная работа 1. «Исследование особенностей Интернет-рекламы» (сравнительная характеристика видов Интернет-рекламы, примеры реализации)</p> <p>Лабораторная работа 2. «Расчет эффективности Интернет-рекламы»</p> <p>Тестирование по теме в системе Moodle (тест «Выберите правильный ответ»)</p> <p>/Лаб/</p>	4	6	ОПК-1 ПК-11	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3	4	
3.3	<p>Тема 3. Туристская реклама в Интернете</p> <p>Содержание самостоятельной работы:</p> <p>1. Подготовка к лабораторной работе (изучение литературы, Интернет-ресурсов)</p> <p>2. Подготовка к проверочной работе</p> <p>Выполнение задания: Разработайте план рекламной кампании для конкретной турфирмы в Интернете</p> <p>Формы отчетности: выполнение плана лабораторного занятия, письменная работа (план рекламной кампании)</p> <p>/Ср/</p>	4	8	ОПК-1 ПК-11	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3	0	

	Раздел 4. Тема 4. Маркетинговые исследования туристского рынка в Интернете						
4.1	Тема 4. Маркетинговые исследования туристского рынка в Интернете Интерактивная лекция (лекция-визуализация) Преимущества (выгоды) использования Интернета в маркетинговых исследованиях. Организация и проведение вторичных маркетинговых исследований в Интернете. Методы получения первичной информации средствами Интернет. /Лек/	4	2	ОПК-1 ПК-11	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3	2	
4.2	Тема 4. Маркетинговые исследования туристского рынка в Интернете Образовательные технологии: работа с Интернет-ресурсами, письменная работа, тестирование План занятия: Лабораторная работа 1. «Исследование особенностей проведения маркетингового исследования в Интернете» (сравнительная характеристика методов проведения маркетингового исследования в Интернете; примеры реализации) Лабораторная работа 2. «Разработка плана проведения маркетингового исследования для туристической фирмы с использованием возможностей Интернет, реализация и анализ результатов» Тестирование по теме в системе Moodle (тест «Выберите правильный ответ») /Лаб/	4	4	ОПК-1 ПК-11	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3	2	
4.3	Тема 4. Маркетинговые исследования туристского рынка в Интернете Содержание самостоятельной работы: 1. Подготовка к лабораторной работе (изучение литературы, Интернет-ресурсов) 2. Подготовка к проверочной работе 3. Выполнение задания: Разработайте анкету для проведения маркетингового исследования туристского рынка в Интернете Формы отчетности: выполнение плана лабораторного занятия, проверочная работа, письменная работа (анкеты) /Ср/	4	8	ОПК-1 ПК-11	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3	0	
	Раздел 5. Тема 5. Денежно-финансовое обеспечение туристского бизнеса с использованием Интернета						

5.1	<p>Тема 5. Денежно-финансовое и страховое обеспечение туристского бизнеса с использованием Интернет-технологий</p> <p>Интерактивная лекция (лекция-визуализация)</p> <p>Денежно-финансовые услуги в Интернет. Возможности и преимущества системы Интернет-банкинга. Платежная система в Интернет: возможности и преимущества. Электронные чеки, электронные деньги, электронные деньги на основе смарт-карт. Российские платежные системы.</p> <p>Интернет-трейдинг: возможности и преимущества. Российские системы Интернет-трейдинга. Страхование Интернет-обеспечение туристского бизнеса.</p> <p>/Лек/</p>	4	1	ОПК-1 ПК-11	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3	1	
5.2	<p>Тема 5. Денежно-финансовое и страховое обеспечение туристского бизнеса с использованием Интернет-технологий</p> <p>Образовательные технологий: работа с Интернет-ресурсами, письменная работа, тестирование</p> <p>План занятия:</p> <p>Лабораторная работа 1. «Сравнительная характеристика основных способов оплаты товаров и услуг в электронной коммерции»</p> <p>Лабораторная работа 2. «Исследование особенностей организации электронной коммерции в индустрии услуг» (сравнительная характеристика систем Интернет-трейдинга QUIK- Брокер, Alog-Trade, MetaQuotes)</p> <p>Лабораторная работа 3. «Изучение способов оплаты в глобальных системах бронирования и резервирования»</p> <p>Тестирование по теме в системе Moodle (тест «Выберите правильный ответ»)</p> <p>/Лаб/</p>	4	4	ОПК-1 ПК-11	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3	2	
5.3	<p>Тема 5. Денежно-финансовое и страховое обеспечение туристского бизнеса с использованием Интернет-технологий</p> <p>Содержание самостоятельной работы:</p> <p>1. Подготовка к лабораторной работе (изучение литературы, Интернет-ресурсов)</p> <p>2. Подготовка к проверочной работе</p> <p>3. Подготовка реферата с презентацией вMS Power Point</p> <p>Формы отчетности: выполнение плана лабораторного занятия, проверочная работа, реферат /Ср/</p>	4	8,4	ОПК-1 ПК-11	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3	0	
	Раздел 6. Тема 6. Юридическое, консультационное и образовательное обеспечение туристского бизнеса в Интернет						

6.1	<p>Тема 6. Юридическое, консультационное и образовательное обеспечение туристского бизнеса в Интернет</p> <p>Интерактивная лекция (лекция-визуализация)</p> <p>Объекты законодательного регулирования в области электронной коммерции. Основные группы консалтинговой информации в Интернете. Поставщики консалтинговых услуг в Интернете. Системы дистанционного обучения. Подготовка туристских кадров в системе дистанционного обучения.</p> <p>/Лек/</p>	4	1	ОПК-1 ПК-11	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3	1	
6.2	<p>Тема 6. Юридическое, консультационное и образовательное обеспечение туристского бизнеса в Интернет</p> <p>Образовательные технологии: работа с Интернет-ресурсами, письменная работа</p> <p>План занятия:</p> <p>Лабораторная работа 1. «Исследование особенностей оказания услуг в Интернете» (исследование структуры и особенностей организации сайтов, предоставляющих образовательные, юридические, консалтинговые, страховые услуги и значение для сферы туризма)</p> <p>/Лаб/</p>	4	2	ОПК-1 ПК-11	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3	1	
6.3	<p>Тема 6. Юридическое, консультационное и образовательное обеспечение туристского бизнеса в Интернет</p> <p>Содержание самостоятельной работы:</p> <p>1. Подготовка к лабораторной работе (изучение литературы, Интернет-ресурсов)</p> <p>2. Подготовка к проверочной работке</p> <p>3. Подготовка реферата с презентацией вMS Power Point</p> <p>Формы отчетности: выполнение плана лабораторного занятия, проверочная работа, реферат</p> <p>/Ср/</p>	4	8	ОПК-1 ПК-11	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3	0	
Раздел 7. Тема 7. Организация туристского бизнеса в Интернете							
7.1	<p>Тема 7. Организация туристского бизнеса в Интернете</p> <p>Интерактивная лекция (лекция-визуализация)</p> <p>Создание сайта туристской фирмы, управление его содержанием и продвижение. Цели, возможности и преимущества корпоративных сайтов. Системы он-лайн бронирования. Модели онлайн-бизнеса: особенности и преимущества. Модели онлайн-бизнеса используемые в сфере туризма.</p> <p>/Лек/</p>	4	2	ОПК-1 ПК-11	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3	2	

7.2	Тема 7. Организация туристского бизнеса в Интернете Образовательные технологии: работа с Интернет-ресурсами, письменная работа, тестирование План занятия: Лабораторная работа 1. «Разработка технического задания на создание сайта туристической фирмы» Лабораторная работа 2. «Разработка маркетингового плана по продвижению и оптимизации сайта туристической фирмы» Лабораторная работа 3. «Разработка маркетингового плана по продвижению услуг туристической фирмы посредством использования социальных сетей» Тестирование по теме в системе Moodle (тест «Выберите правильный ответ») /Лаб/	4	10	ОПК-1 ПК-11	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3	7	
7.3	Тема 7. Организация туристского бизнеса в Интернете Содержание самостоятельной работы: 1. Подготовка к лабораторной работе (изучение литературы, Интернет-ресурсов) 2. Подготовка к проверочной работе 3. Подготовка реферата Формы отчетности: выполнение плана лабораторного занятия, проверочная работа, реферат /Ср/	4	10	ОПК-1 ПК-11	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3	0	
Раздел 8. Консультации							
8.1	Консультация по дисциплине /Конс/	4	0,6	ОПК-1 ПК-11	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3	0	
Раздел 9. Промежуточная аттестация (зачёт)							
9.1	Подготовка к зачёту /Зачёт/	4	8,85	ОПК-1 ПК-11	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3	0	
9.2	Контактная работа /КСРАТТ/	4	0,15	ОПК-1 ПК-11	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3	0	

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания

- Контрольные вопросы для подготовки к зачету
1. Глобальная компьютерная сеть Интернет. История создания Интернета.
 2. Принципы построения и организационная структура Интернет.
 3. Основные службы Интернет: электронная почта, электронные доски объявлений или сетевые новости, WWW, аудио- и видеокommunikации, FTP, IRS и др.
 4. Возможности и преимущества Интернет и их применение в туризме.
 5. Классификация туристских бизнес-ресурсов.
 6. Структура и содержание представительств туристских фирм в Интернете. Общие и отличия структуры сайтов туроператоров и турагентств.
 7. Особенности рекламы туризма в Интернете. Содержательная и внешняя реклама.
 8. Виды и инструменты рекламы в Интернете.
 9. Эффективность рекламных кампаний в Интернете.
 10. Организация и проведение вторичных маркетинговых исследований в Интернете.
 11. Методы получения первичной информации средствами Интернет.
 12. Денежно-финансовые услуги в Интернете. Возможности и преимущества системы Интернет-банкинг.
 13. Платежная система в Интернете: возможности и преимущества. Электронные чеки, электронные деньги, электронные деньги на основе смарт-карт.
 14. Интернет-трейдинг: возможности и преимущества. Российские системы Интернет-трейдинга.

15. Объекты законодательного регулирования в области электронной коммерции.
16. Основные группы консалтинговой информации в Интернете. Поставщики консалтинговых услуг в Интернете.
17. Системы дистанционного обучения. Подготовка туристских кадров в системе дистанционного обучения.
18. Создание сайта туристской фирмы, управление его содержанием и продвижение. Цели, возможности и преимущества корпоративных сайтов.
19. Модели онлайн-бизнеса: особенности и преимущества.
20. Модели онлайн-бизнеса используемые в сфере туризма.

Примерные тесты для проведения компьютерного тестирования по курсу:

1. В глобальных сетях существуют два режима информационного обмена – это:

- а) пользовательский и сетевой;
- б) информируемый и скрытый;
- в) диалоговый и пользовательский;
- г) диалоговый и пакетный.

2. On-line – это:

- а) информационная сеть;
- б) команда;
- в) режим реального времени;
- г) утилита

3. Крупнейшая телекоммуникационная сеть:

- а) BITNET;
- б) APRANET;
- в) NET;
- г) RELCOM.

4. Транспортная основа глобальных сетей – это:

- а) витая пара;
- б) коаксиальный кабель;
- в) телефонные линии и спутниковые каналы;
- г) телеграф.

5. Гипертекст – это:

- а) информационная оболочка;
- б) текст, содержащий иллюстрации;
- в) информация в виде документов, имеющих ссылки на другие документы;
- г) информационное хранилище.

6. Наиболее распространенными и важными являются следующие направления использования Интернет-технологии в сфере туризма, кроме:

- а) реклама и продвижение туристского продукта, электронная презентация фирмы и ее туристского продукт;
- б) использование системы бронирования и резервирования, использование электронных каталогов туристского продукта по странам и направлениям;
- в) для формирования стратегии развития бизнеса, использование возможности дистанционного обучения, а также различных образовательных программ;
- г) создания виртуального туристского офиса, использование сети Интернет для взаиморасчетов.

7. К интернет-решениям, применяемым для продвижения туристской фирмы, турпродукта и формирования лояльной группы потребителей относятся:

- а) новостная лента, онлайн-СМИ, энциклопедия/справочник/каталог, контент-порталы;
- б) интернет-витрина, электронный магазин, торговый ряд;
- в) CRM-системы, корпоративные информационные системы;
- г) визитная карточка компании, корпоративный сайт, промо-сайт, корпоративные информационные системы.

8. Любой сайт, в том числе и корпоративный, должен состоять из следующих основных компонентов:

- а) система поиска информации, контент, информационная архитектура;
- б) содержание, структурные составляющие, система навигации, дизайн;
- в) физическая и логическая структура, веб-дизайн, навигация;
- г) открытая часть, функционал, закрытая часть.

9. Определите последовательность работ при создании корпоративного сайта туристской фирмы: 1) наполнение сайта информацией; 2) разработка структуры навигации; 3) разработка визуального решения дизайна страниц; 4) создание логичной структуры представления информации на сайте; 5) разработка функциональных элементов; 6) поддержка сайта:

- а) 1,2,3,4,5,6;
- б) 2,3,5,6,4,1;
- в) 4,2,3,5,1,6;
- г) 4,1,2,3,4,6.

10. Система бронирования туристских услуг через Интернет, по сравнению с системой бронирования через турагентство, имеет следующие преимущества:

- а) работа в режиме реального времени, мгновенное бронирование и подтверждение, визуальное представление всей информации;
- б) наличие обратной связи, использование профессиональных знаний турагента, использование времени турагента, а не клиента;
- в) использование кредитной карты для оплаты, отсутствие визовой поддержки, работа в режиме реального времени;
- г) работа в режиме реального времени, доступность только базовых тарифов, необходимость специального оборудования.

11. Управление потребительским спросом на туруслуги с использованием сетевых технологий и уменьшение дисбаланса между участниками рынка путем реализации преимуществ сети Интернет – это задача:

- а) интернет-рекламы;
- б) интернет-маркетинга;
- в) электронной коммерции;
- г) интернет-магазина.

12. Рекламное изображение фиксированного размера, как правило, содержащее анимацию, которое выполняет роль гиперссылки на тот или иной ресурс Интернета – это:

- а) оффтопик;
- б) венчур;
- в) баннер;
- г) виртуальная карта.

13. Для анализа рекламной кампании используются следующие данные:

- а) график и схема размещения рекламы
- б) число показов, кликов
- в) результаты анализа лог-файлов сервера рекламодателя
- г) данные, полученные внутри компании рекламодателя
- д) все выше перечисленное
- е) число кликов

14. Выделите операции интернет-банкинга доступные клиентам:

- а) осуществлять все коммунальные платежи;
- б) оплачивать счета за связь (IP-телефония, сотовая и пейджинговая связь, Интернет) и другие услуги (спутниковое теле-видение, обучение и пр.);
- в) переводить средства в оплату счетов за товары, в том числе купленные через интернет-магазины;
- г) покупать и продавать иностранную валюту; пополнять/сни-мать денежные средства со счета пластиковой карты, в том числе наличными;
- д) открывать различные виды счетов;
- е) получать информацию о поступивших платежах в режиме реального времени;
- ж) получать другие услуги (покупка/продажа ценных бумаг, со-здание инвестиционного портфеля, возможность участия в паевых фондах банка, участие в торгах и т.д.).

15. Выделите услуги, которые предоставляются интернет-трейдингом:

- а) вывод сделки покупки/продажи ценных бумаг на рынок (discount broker);
- б) полное юридическое, финансовое и т.п. сопровождение ин-вестиционного счета (full service broker);
- в) помощь в совершении сделки на бирже непосредственно частным ли-цам.

16. Определите классификацию консалтинговых и образовательных ресурсов Интернета:

- а) к первой группе следует отнести поставщиков «сырой» фи-нансовой информации - финансовые институты и службы;
- б) вторую группу составляют информационные, консультац-онные агентства, информационные центры и образователь-ные структуры;
- в) третью группу образуют издательские дома, газетные объединения и информационные службы;
- г) четвертую группу образуют брокерские конторы, предоставляющие услуги Интернет-трейдинга, аутсорсинговые компании, консалтинговые фирмы.

5.2. Темы письменных работ

Тематика рефератов

1. Значение Интернет в современных условиях.
2. Особенности применения Интернет-технологии в сфере туризма.
3. Влияние Интернет-технологии на повышение эффективности деятельности туристских фирм.
4. Электронная коммерция в туризме.
5. Масштабы распространения электронной коммерции и Интернета в России.
6. Преимущества ведения бизнеса через Интернет.
7. Особенности организации электронного маркетинга для продвижения и реализации туристского продукта.

8. Использование Интернета в сфере туризма как средства коммуникаций и эффективной связи
9. Реклама туристского продукта в сети Интернет: особенности, методы, преимущества и недостатки.
10. Нестандартные возможности использования Интернета в сфере туризма для решения задач традиционного бизнеса
11. Поисковая реклама как специфический проводник маркетинговых коммуникаций в сфере туризма
12. Социально-психологические аспекты Интернет-маркетинга
13. Бонусные программы в Интернете – инструмент повышения эффективности функционирования дилерской сети и повышения мотивации персонала
14. Особенности использования Интернета при проведении маркетинговых исследований в сфере туризма
15. Чат как инструмент маркетинга, рекламы и Паблик Рилейшнз
16. Принципы позиционирования сайта в поисковых системах
17. Проблемы формирования эффективного бизнес-сайта туристской фирмы
18. Особенности разработки корпоративного веб-сайта и проблемы повышения его эффективности
19. Интернет как источник информации для принятия решений. Вопросы эффективности поиска информации в Интернете и профессиональных базах
20. Особенности промоушна в Интернете.
21. Телемейл как новая возможность в получении новых клиентов для бизнеса
22. Электронная система бронирования и резервирования туристских услуг в Интернет.
23. Виртуальные туристские офисы
24. Платежная система в Интернет: возможности и преимущества.
25. Интернет-трейдинг: возможности и преимущества. Российские системы Интернет-трейдинга.
26. Объекты законодательного регулирования в области электронной коммерции.
27. Основные группы консалтинговой информации в Интернете. Поставщики консалтинговых услуг в Интернете.
28. Подготовка туристских кадров в системе дистанционного обучения.
29. Модели онлайн-бизнеса: особенности и преимущества.
30. Модели онлайн-бизнеса используемые в сфере туризма.

Фонд оценочных средств

Фонд оценочных средств представлен в отдельном документе

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л1.1	Морозова Н.С., Морозов М.А., Чудновский [и др.] А.Д.	Информационное обеспечение туризма: учебник для вузов	Москва: Федеральное агентство по туризму, 2014	

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	Васильев Г.А., Забегалин Д.А.	Электронный бизнес и реклама в Интернете: учебное пособие для вузов	Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2008	
Л2.2	Есаулова С.П.	Информационные технологии туристической индустрии: учебное пособие	Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2019	http://www.iprbookshop.ru/80359.html
Л2.3	Родигин Л.А., Наймарк К.В., Родигин Л.А.	Экономическая эффективность интернет-проектов в туризме: монография	Москва: Российская международная академия туризма, Советский спорт, 2011	http://www.iprbookshop.ru/14306.html

6.3.1 Перечень программного обеспечения

6.3.1.1	MS Office
6.3.1.2	Kaspersky Endpoint Security для бизнеса СТАНДАРТНЫЙ
6.3.1.3	NVDA
6.3.1.4	MS WINDOWS
6.3.1.5	Google Chrome
6.3.1.6	Яндекс.Браузер

6.3.2 Перечень информационных справочных систем

6.3.2.1	База данных «Электронная библиотека Горно-Алтайского государственного университета»
---------	---

6.3.2.2	Электронно-библиотечная система IPRbooks
---------	--

7. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ		
	работа с Интернет-ресурсами	
	лекция-визуализация	
	выполнение практических работ	
	дискуссия	
	подготовка конспекта	
	подготовка реферата	
	презентация	

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)		
Номер аудитории	Назначение	Основное оснащение
136 А1	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.	Рабочее место преподавателя. Посадочные места обучающихся (по количеству обучающихся). Интерактивная доска с проектором, компьютер, подключение к интернету, ученическая доска, презентационная трибуна
317 А2	Компьютерный класс, класс деловых игр, учебно-тренинговый центр (лаборатория). Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. Помещение для самостоятельной работы.	Рабочее место преподавателя. Посадочные места обучающихся (по количеству обучающихся). Компьютеры, ученическая доска, подключение к сети Интернет, мультимедийный проектор, офисная мебель (офисные столы, компьютерные кресла), круглый стол.

9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
<p>Методические указания по самостоятельной работе студента</p> <p>Самостоятельная работа призвана способствовать развитию у студентов творческих навыков, инициативы, умению организовать свое время.</p> <p>При выполнении плана самостоятельной работы студенту необходимо изучить теоретический материал, представленный в рекомендуемой литературе, творчески его переработать и представить его для отчета в форме, рекомендованной планом самостоятельной работы.</p> <p>Самостоятельная работа студента должна быть полной, раскрывающей уровень освоения студентом той или иной темы и грамотно оформленной, показывающей творческий и инициативный подход студента к выполнению задания.</p> <p>Выполненные задания проверяются преподавателем и оцениваются в баллах.</p> <p>В рамках плана самостоятельной работы по данной дисциплине предусмотрены следующие виды самостоятельной работы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - подготовка к лабораторным занятиям. Такая подготовка предусматривает самостоятельное изучение основной и дополнительной литературы, лекционного материала и подготовку ответов на вопросы и выполнение заданий по теме лабораторного занятия; - подготовка к зачету предусматривает самостоятельную подготовку студента по вопросам, которые представлены в рабочей программе дисциплины; - подготовка рефератов по темам, указанным в плане самостоятельной работы; - подготовка к контрольным (проверочным) работам. <p>Методические указания по подготовке рефератов (докладов)</p> <p>Реферат — письменная работа объемом 10-18 печатных страниц, представляющая собой краткое точное изложение сущности какого-либо вопроса, темы на основе одной или нескольких книг, монографий или других первоисточников. Реферат должен содержать основные фактические сведения и выводы по рассматриваемому вопросу. Помимо реферирования прочитанной литературы, от студента требуется аргументированное изложение собственных мыслей по рассматриваемому вопросу. В реферате нужны развернутые аргументы, рассуждения, сравнения. Материал подается не столько в развитии, сколько в форме констатации или описания. Содержание рефератуемого произведения излагается</p>

объективно от имени автора.

Структура реферата:

1. Титульный лист
2. После титульного листа на отдельной странице следует оглавление (план, содержание), в котором указаны названия всех разделов (пунктов плана) реферата и номера страниц, указывающие начало этих разделов в тексте реферата.
3. После оглавления следует введение. Объем введения составляет 1,5-2 страницы.
4. Основная часть реферата может иметь одну или несколько глав, состоящих из 2-3 параграфов (подпунктов, разделов) и предполагает осмысленное и логичное изложение главных положений и идей, содержащихся в изученной литературе. В тексте обязательны ссылки на первоисточники. В том случае если цитируется или используется чья-либо неординарная мысль, идея, вывод, приводится какой-либо цифровой материал, таблицу - обязательно сделайте ссылку на того автора у кого вы взяли данный материал.
5. Заключение содержит главные выводы, и итоги из текста основной части, в нем отмечается, как выполнены задачи и достигнуты ли цели, сформулированные во введении.
6. Приложение может включать графики, таблицы, расчеты.
7. Библиография (список литературы) здесь указывается реально использованная для написания реферата литература. Список составляется согласно правилам библиографического описания.

Требования, предъявляемые к оформлению реферата.

Объемы рефератов колеблются от 10-18 машинописных страниц. Работа выполняется на одной стороне листа стандартного формата. По обеим сторонам листа оставляются поля размером 35 мм. слева и 15 мм. справа, рекомендуется шрифт 12-14, интервал - 1,5. Все листы реферата должны быть пронумерованы. Каждый вопрос в тексте должен иметь заголовок в точном соответствии с наименованием в плане-оглавлении.

Методические указания по работе с литературой

При изучении курса следует, прежде всего, использовать учебники, учебные пособия, указанные в списке основной и дополнительной литературы. При использовании иной учебной литературы, следует убедиться в актуальности той информации, которая в ней приведена. Прежде всего, необходимо обратить внимание на год выпуска литературы следует использовать литературу не ранее 2012 года издания, предпочтительнее всего 2014 – 2019 года издания как наиболее актуальную.

Начиная работу с литературой, студент должен, прежде всего, записать библиографические данные анализируемого источника с учетом требований стандарта к оформлению списка литературы.

Методические указания по подготовке конспектов

При подготовке конспектов необходимо использовать различные способы конспектирования, особенности которых раскрываются ниже.

Тезисы — это кратко сформулированные основные мысли, положения изучаемого материала, которые лаконично выражают суть рассматриваемого текста, дают возможность раскрыть его содержание. Приступая к освоению записи в виде тезисов, полезно в самом тексте отмечать места, наиболее четко формулирующие основную мысль, которую автор доказывает (если, конечно, это не библиотечная книга). Часто такой отбор облегчается шрифтовым выделением, сделанным в самом тексте. Линейно-последовательная запись текста. При конспектировании линейно — последовательным способом целесообразно использование плакатно-оформительских средств, которые включают в себя следующие: сдвиг текста конспекта по горизонтали, по вертикали; выделение жирным (или другим) шрифтом особо значимых слов; использование различных цветов; подчеркивание; заключение в рамку главной информации.

Способ «вопросов - ответов». Он заключается в том, что, поделив страницу тетради пополам вертикальной чертой, конспектирующий в левой части страницы самостоятельно формулирует вопросы или проблемы, затронутые в данном тексте, а в правой части дает ответы на них. Одна из модификаций способа «вопросов - ответов» — таблица, где место вопроса занимает формулировка проблемы, поднятой автором (лектором), а место ответа - решение данной проблемы. Иногда в таблице могут появиться и дополнительные графы: например, «мое мнение» и т.п.

Схема с фрагментами — способ конспектирования, позволяющий ярче выявить структуру текста, — при этом фрагменты текста (опорные слова, словосочетания, пояснения всякого рода) в сочетании с графикой помогают созданию рационально-лаконичного конспекта.

Простая схема — способ конспектирования, близкий к схеме с фрагментами, объяснений к которой конспектирующий не пишет, но должен уметь давать их устно.

Действия при составлении конспекта - схемы могут быть такими: 1. Подберите факты для составления схемы. 2. Выделите среди них основные, общие понятия. 3. Определите ключевые слова, фразы, помогающие раскрыть суть основного понятия. 4. Сгруппируйте факты в логической последовательности. 5. Дайте название выделенным группам. 6. Заполните схему данными.

Комбинированный конспект — вершина овладения рациональным конспектированием. При этом умело используются все перечисленные способы, сочетая их в одном конспекте (один из видов конспекта свободно перетекает в другой в зависимости от конспектируемого текста, от желания и умения конспектирующего). Именно при комбинированном конспекте более всего проявляется уровень подготовки и индивидуальность студента.

Опорный конспект. В опорном конспекте содержание информации «кодируется» с помощью сочетания графических символов, знаков, рисунков, ключевых слов, цифр и т. п.