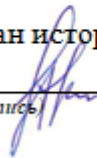


**МИНОБРНАУКИ РОССИИ**  
**Ярославский государственный университет им. П.Г. Демидова**

Кафедра регионоведения и туризма

**УТВЕРЖДАЮ**

Декан исторического факультета

  
\_\_\_\_\_ Р.М. Фролов  
(подпись)

«21» мая 2024 г.

**Рабочая программа дисциплины**  
**«Информационно-коммуникативные и гис-технологии в туризме»**

Направление подготовки  
43.03.02 Туризм

Направленность (профиль)  
«Туризм»

Форма обучения  
очная

Программа одобрена  
на заседании кафедры  
от «24» апреля 2024 года, протокол № 8

Программа одобрена НМК  
исторического факультета  
протокол № 1 от «24» апреля 2024 года

Ярославль

## 1. Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Информационно-коммуникативные и гис-технологии в туризме» является изучение принципов и методов применения современных информационных технологий в индустрии туризма по следующим направлениям: телекоммуникационные системы и компьютерные сети в туризме; геоинформационные системы и ГИС-технологии в туризме; туристские информационные системы; системы электронной коммерции в туризме, туристский бизнес в сети интернет.

## 2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Информационно-коммуникативные и гис-технологии в туризме» относится к обязательной части образовательной программы.

Для освоения данной дисциплиной студенты должны владеть основами математики и информатики, иметь представление о математических моделях в туристской деятельности.

Полученные в курсе «Информационно-коммуникативные и гис-технологии в туризме» знания становятся основой для освоения ряда дисциплин, например, «Программное обеспечение и автоматизация деятельности предприятия туризма», «Технологии продаж в туристской деятельности», «Технология и организация услуг питания», «Технология и организация гостиничных услуг», а также для продолжения обучения в магистратуре по направлению «Туризм».

## 3. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОП бакалавриата

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих элементов компетенций в соответствии с ФГОС ВО, ОП ВО и приобретения следующих знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности:

Формируемая компетенция (код и формулировка)	Индикатор достижения компетенции (код и формулировка)	Перечень планируемых результатов обучения
<b>Общепрофессиональные компетенции</b>		
ОПК-1. Способен применять технологические новации и современное программное обеспечение в туристской сфере	ИД-ОПК-1.1 Осуществляет поиск, анализ, отбор технологических новаций и современных программных продуктов в профессиональной туристской деятельности.	Знать: - технологические инновации в сфере интернет-технологий в туризме; - основные направления использования ГИС-технологий в туризме. Уметь: - выбирать интернет-сервисы и бесплатные программы для создания туристских карт. Владеть: - навыками использования картографических сервисов.

ОПК-8. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	ИД-ОПК-8.2. Использует современные стационарные и мобильные цифровые устройства и программное обеспечение на различных этапах профессиональной деятельности	Знать: - классификацию интернет-ресурсов в глобальной компьютерной сети; - требования к сайтам и виды интернет-рекламы; - виды цифровых устройств и программного обеспечения в туризме Уметь: - анализировать сайты туристских предприятий; - проводить маркетинговые исследования в интернете. Владеть: - навыками использования интернет-технологий при бронировании туристских услуг; - навыками создания туристских сайтов по шаблону; - навыками использования различных видов цифровых устройств и программного обеспечения в туризме
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

#### 4. Объем, структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 акад. часа.

№ п/п	Темы (разделы) дисциплины, их содержание	Семестр	Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу студентов, и их трудоемкость (в академических часах)						Формы текущего контроля успеваемости  Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Контактная работа					самостоятельная работа	
			лекции	практические	лабораторные	консультации	аттестационны е испытания		
1	Система информационных технологий в туризме	4	2	4		1		10	Задания для самостоятельной работы
2	Интернет-технологии в туристской индустрии	4	2	4		1		10	Задания для самостоятельной работы
3	Сайты предприятий туриндустрии: особенности и требования к ним	4	2	4		1		10	Задания для самостоятельной работы Самостоятельная работа №1
4	Интернет-реклама туристских услуг.	4	2	4		1		10	Задания для самостоятельной работы
5	Использование интернет-	4	2	4				10	Задания для

	технологий при бронировании туристских услуг								самостоятельной работы
6	Платежные системы в электронной коммерции	4	2	4				10	Задания для самостоятельной работы
7	Маркетинговые исследования в интернете	4	2	4				10	Задания для самостоятельной работы
8	Геоинформационные системы в туризме.	4	4	8		1		10	Задания для самостоятельной работы Самостоятельная работа №2
							0,3	4,7	Зачет
	<b>Итого за 4 семестр 144 часа</b>		<b>18</b>	<b>36</b>		<b>5</b>	<b>0,3</b>	<b>84,7</b>	

Содержание разделов дисциплины:

1. **Система информационных технологий в туризме.** Понятие, виды и подсистемы ИТ. Классификация информационных систем в туризме. Современные тенденции развития.

2. **Интернет-технологии в туристской индустрии.** Роль интернет-технологий в туристском бизнесе. Классификация туристских сайтов в глобальной компьютерной сети. Безопасность и проблемы при использовании интернета в туризме. Основные направления совершенствования интернет-технологий в туристском бизнесе.

3. **Сайты предприятий туристской индустрии: особенности и требования к ним.** Основные типы сайтов турфирм и этапы их создания. Требования к сайту турпредприятия (критерии оценки сайта).

4. **Интернет-реклама туристских услуг.** Особенности интернет-рекламы в туризме. Виды интернет-рекламы.

5. **Использование интернет-технологий при бронировании туристских услуг.** Бронирование гостиниц через интернет. Страхование туристов через интернет. Покупка билетов через глобальную компьютерную сеть

6. **Платежные системы в электронной коммерции.** Преимущества использования платежных систем. Виды платежных систем. Безопасность электронной коммерции.

7. **Маркетинговые исследования в интернете.** Сущность и виды маркетинговых исследований. Интернет-опросы. Онлайн фокус-группы. Преимущества и недостатки маркетинговых исследований в интернете

8. **Геоинформационные системы в туризме.** Определение и классификация. История ГИС. Составные части и задачи ГИС. Использование ГИС в туризме.

**5. Образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения и дистанционные образовательные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине**

В процессе обучения используются следующие образовательные технологии:

**Вводная лекция** – дает первое целостное представление о дисциплине и ориентирует студента в системе изучения данной дисциплины. Студенты знакомятся с назначением и задачами курса, его ролью и местом в системе учебных дисциплин и в

системе подготовки в целом. На этой лекции высказываются методические и организационные особенности работы в рамках данной дисциплины, а также дается анализ рекомендуемой учебно-методической литературы.

**Академическая лекция с элементами лекции-беседы** – последовательное изложение материала, осуществляемое преимущественно в виде монолога преподавателя. Элементы лекции-беседы обеспечивают контакт преподавателя с аудиторией, что позволяет привлекать внимание студентов к наиболее важным темам дисциплины, активно вовлекать их в учебный процесс, контролировать темп изложения учебного материала в зависимости от уровня его восприятия.

**Практическое занятие** – занятие, посвященное освоению конкретных умений и навыков по закреплению полученных на лекции знаний.

**Консультации** – вид учебных занятий, являющийся одной из форм контроля самостоятельной работы студентов. На консультациях по просьбе студентов рассматриваются наиболее сложные моменты при освоении материала дисциплины, преподаватель отвечает на вопросы студентов, которые возникают у них в процессе самостоятельной работы.

В процессе обучения используются следующие технологии электронного обучения и дистанционные образовательные технологии:

**Электронный учебный курс в LMS Электронный университет Moodle ЯрГУ**, в котором:

- представлены задания для самостоятельной работы обучающихся по темам дисциплины;
- осуществляется проведение отдельных мероприятий текущего контроля успеваемости студентов;
- представлены тексты лекций по отдельным темам дисциплины;
- представлен список учебной литературы, рекомендуемой для освоения дисциплины;
- имеется список вопросов для проведения промежуточной аттестации.

#### **6. Перечень лицензионного и (или) свободно распространяемого программного обеспечения, используемого при осуществлении образовательного процесса по дисциплине**

В процессе осуществления образовательного процесса по дисциплине используются:

для формирования материалов для текущего контроля успеваемости и проведения промежуточной аттестации, для формирования методических материалов по дисциплине:

- программы Microsoft Office;
- Adobe Acrobat Reader.

#### **7. Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (при необходимости)**

В процессе осуществления образовательного процесса по дисциплине используются:

- автоматизированная библиотечно-информационная система «БУКИ-NEXT»  
[http://www.lib.uni-yar.ac.ru/opac/bk\\_cat\\_find.php](http://www.lib.uni-yar.ac.ru/opac/bk_cat_find.php)
- справочно-правовая система «КонсультантПлюс» (договор с ЯрГУ).

## **8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (при необходимости), рекомендуемых для освоения 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. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 340 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07375-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/537752> (дата обращения: 10.05.2024).

### **б) дополнительная литература**

1. Информационные технологии в социально-культурном сервисе и туризме: метод. указания к лабораторным работам / сост. О. Д. Дашковская; Яросл. гос. ун-т им. П. Г. Демидова, Науч. метод. совет ун-та. - Ярославль: ЯрГУ, 2007. - 39 с. 82 экз.

2. Блиновская, Я. Ю. Информационные технологии в туризме : учебное пособие / Я. Ю. Блиновская, В. Н. Бочарников, Е. Г. Лаврушина. — 3-е изд., стер. — М.: ФЛИНТА, 2019. — 358 с. — ISBN 978-5-9765-0251-2. // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/119304> (электронный ресурс)

## **9. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине**

Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине включает в свой состав специальные помещения:

- учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа;
- учебные аудитории для проведения практических занятий (семинаров);
- учебные аудитории для проведения групповых и индивидуальных консультаций;
- учебные аудитории для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации;
- помещения для самостоятельной работы;
- помещения для хранения и профилактического обслуживания технических средств обучения.

Специальные помещения укомплектованы средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде ЯрГУ.

Автор:

Доцент кафедры регионоведения и  
туризма, канд. ист. наук

*должность, ученая степень*

*подпись*

О.Д. Дашковская  
*И.О. Фамилия*

**Приложение № 1 к рабочей программе дисциплины  
«Информационно-коммуникативные и гис-технологии в туризме»**

**Фонд оценочных средств  
для проведения текущего контроля успеваемости  
и промежуточной аттестации студентов  
по дисциплине**

**1. Типовые контрольные задания и иные материалы,  
используемые в процессе текущего контроля успеваемости**

**Задания для самостоятельной работы**

*(данные задания выполняются студентом самостоятельно  
и преподавателем в обязательном порядке не проверяются)*

**Задание по теме № 1. Система информационных технологий в туризме.**

Приведите примеры подсистем, использующихся в ИТ. Какие виды стационарных и мобильных устройств, применяемых в туризме, Вы знаете?

**Задание по теме № 2. Интернет-технологии в туристской индустрии.** Приведите не менее 5 примеров сайтов для профессионалов турбизнеса.

**Задание по теме № 3. Сайты предприятий туристической индустрии: особенности и требования к ним.** Проанализируйте сайт любого туроператора по следующим критериям:

1. Информационный критерий включает в себя содержательное наполнение ресурса, которое должно отвечать следующим требованиям:

а) соответствовать тематике сайта и привлекать внимание посетителей, предоставляя им искомую информацию;

б) быть уникальным (не являться плагиатом или репостом – вторичной публикацией) и грамотно написанным текстом;

в) постоянно обновляться, т.е. быть актуальным на данный момент времени. Этот показатель легко проверить по новостному разделу на сайте, отзывам и пр.

г) обладать хорошей читабельностью (легкостью восприятия), при этом ключевые слова, которые используются для продвижения ресурса, должны оптимально соотноситься с остальной лексикой.

2. Структура и навигационные функции сайта:

а) для туристских сайтов предпочтительна широкая структура, при которой основные элементы располагаются на главной странице. Глубокая структура (со строгой иерархией разделов) менее привлекательна для посетителей подобных ресурсов;

б) необходимо обеспечить простое и удобное перемещение между разделами;

в) веб-представительство со значительным количеством страниц-вложений должно содержать карту сайта и иметь возможности поиска внутри ресурса;

г) требуется корректная работа всех ссылок и отсутствие «тупиковых» страниц, т.е. тех, которые не содержат переходов на другие разделы в рамках текущего проекта.

3. Дизайн сайта также должен отвечать определенным требованиям:

а) иметь в основе оригинальную идею, т.е. уникальное оформление, соответствующее направлению деятельности компании, а не просто шаблонный вариант, благодаря последним в интернете находятся сотни идентичных по внешнему виду ресурсов;

- б) для фона предпочтительно выбирать мягкие, нейтральные тона;
- в) цвета, шрифты и графика должны быть выдержаны в едином стиле;
- г) следует логично сочетать фото- и видеоматериалы.

4. Коммуникационный критерий включает следующие характеристики:

а) привлекательное доменное имя ;  
а) контактная информация (телефон и электронная почта) должна размещаться на каждой странице сайта, например, в верхнем его разделе, справа от названия. Необходима и карта расположения компании (внизу главной страницы или в рамках отдельного раздела).

б) форумы, страницы «вопрос-ответ» сейчас не очень популярны на туристских ресурсах, т.к. требуют постоянной модерации, а вот отзывы публикуются часто, особенно на веб-представительствах средств размещения и питания. Следует учитывать, что отзывы – это очень субъективный источник, требующий критического анализа и иногда созданный по заказу компании;

в) представленность в социальных медиа, безусловно, способствует продвижению компании, поэтому на сайтах часто расположены ссылки на социальные сети («ВКонтакте»), сервисы фото- и видеохостинга (Instagram);

г) наличие иноязычной версии сайта будет актуально для сайтов туристских дестинаций и центров, а для турфирм не имеет особого смысла.

5. Технические характеристики требуют проверки нескольких показателей:

а) индекс качества сайта (ИКС) показывает, насколько полезен ресурс для пользователей с точки зрения Яндекса.

б) время загрузки положительно влияет на лояльность пользователей и продажи туристских услуг, если сайт ориентирован на последнее;

в) сайт должен корректно отображаться в различных браузерах и иметь мобильную версию (хотя большинство мобильных устройств адаптируют страницы).

Эти и многие другие технические показатели достаточно легко проверить на сервисе PR-CY.

**Задание по теме № 4. Интернет-реклама туристских услуг.** Представьте, что Вы владелец/работник маркетинговой службы туристской фирмы/гостиницы. Ваша задача – организовать продвижение компании в интернете. Какие варианты бесплатной интернет-рекламы Вы можете использовать?

**Задание по теме № 5. Использование интернет-технологий при бронировании туристских услуг.** Какие интернет-ресурсы предоставляют возможность бронирования билетов на мероприятия и пр. в вашем регионе. Дайте их краткую характеристику.

**Задание по теме № 6. Платежные системы в электронной коммерции.** Проанализируйте одну из карточных платежных системы (Visa, Master card, Мир и т.п.) по следующим критериям: историческая справка (год создания, страна и т.д.); центр платежной системы (название и место расположения); количество эмитентов, держателей карт, предприятий торговли и сервиса, принимающих карты данной платежной системы к оплате, количество банкоматов в динамике за несколько лет (по России); предлагаемые карточные продукты и возможность их использования для оплаты покупок в интернете.

**Задание по теме № 7. Маркетинговые исследования в интернете.**

Самостоятельное создание анкет для проведения маркетингового исследования:

- А) Зарегистрируйтесь на сайте <https://www.survio.com/ru/>.
- Б) выберите «Создать анкету» - Шаблон опроса
- В) выберите один из 14 шаблонов раздела «Маркетинговые исследования» - далее на ваш выбор

Г) отредактируйте дизайн, вопросы и настройки анкеты.

Д) отправьте сформированную полностью сформированную ссылку на анкету вашему сокурснику через соц. сети (чтобы перейти на адрес ссылки нажмите слева сбор ответов)



Г) Посмотрите, как идет обработка ответов - Анализ результатов

**Задание по теме № 8. Геоинформационные системы в туризме.** Вспомните, Какие бесплатные интернет-ресурсы и бесплатное программное обеспечение Вы можете применять при создании туристских карт?

### **Самостоятельная работа № 1**

*(проверка сформированности ОПК-8, индикатор ИД-ОПК-8.2  
(в части навыков создания сайтов))*

1. Найдите информацию о бесплатных конструкторах сайтов. Какие из них являются популярными в РФ? (назвать 5-6)
2. В конструкторе <https://www.wix.com> создайте по шаблону сайт. Варианты тематик: «Туризм» (в категории «Бизнес»), «Отели», «Сайт частного гида». Пошаговое создание сайта (Инструкция) находятся по ссылке <http://zabolotskikh.com/konstruktor-saitov/kak-sozdat-sayt-na-wix/>

#### Правила выставления оценки по результатам самостоятельной работы:

Оценка по результатам самостоятельной работы считается в баллах по каждому заданию по следующему принципу:

- правильно выполненное задание (соблюдены требования создания сайта, и он наполнен информацией) – 5 баллов;
- соблюдены 2/3 требований к созданию сайта, он наполнен информацией – 4 балла;
- соблюдены 1/3 требований к созданию сайта, он наполнен информацией – 3 балла;
- соблюдены менее 1/3 требований к созданию сайта, он не наполнен информацией – 2 балла;

### **Самостоятельная работа № 2**

*(проверка сформированности ОПК-1, индикатор ИД-ОПК-1.1  
(в части навыков работы с картографическими сервисами))*

Сформируйте маршрут передвижения по историческому центру г. Ярославля с помощью сервисов Яндекс.Карты или Google.Карты.

**Содержание самостоятельной работы оценивается по шкале «зачтено-незачтено»:**

**«Зачтено»** - студент правильно нарисовал маршрут передвижения, используя возможности онлайн-сервисов;

**«Не зачтено»** – студент некорректно использовал картографические сервисы.

**Или** решение задания полностью отсутствует.

## **2. Список вопросов и (или) заданий для проведения промежуточной аттестации**

На зачете проверяется сформированность компетенций ОПК-8 (индикатор ИД-ОПК-8.2 и ОПК-1 (индикатор ИД-ОПК-4.4) на основе проверки теоретического материала. При этом учитывается сформированность навыков и умений на практических занятиях во время работы в семестре.

Оценка «зачет» выставляется студенту, у которого сформированы обе компетенции, получены достаточно полные ответы во время устного собеседования по вопросам.

Оценка «незачтено» выставляется студенту, у которого не сформированы обе или одна компетенция.

### Список вопросов к зачету

#### **Проверка сформированности ОПК-8, индикатор ИД-ОПК-8.2**

1. Понятие, виды и подсистемы ИТ.
2. Классификация информационных систем в туризме. Современные тенденции развития.
3. Роль интернет-технологий в туристском бизнесе. Классификация туристских сайтов в глобальной компьютерной сети.
4. Безопасность и проблемы при использовании интернета в туризме. Основные направления совершенствования интернет-технологий в туристском бизнесе.
5. Сайты предприятий туристской индустрии: особенности и требования к ним
6. Интернет-реклама туристских услуг.
7. Бронирование гостиниц через интернет.
8. Страхование туристов через интернет. Покупка билетов через глобальную компьютерную сеть
9. Преимущества использования платежных систем. Виды платежных систем.
10. Безопасность электронной коммерции.
11. Сущность и виды маркетинговых исследований. Интернет-опросы. Онлайн фокус-группы.
12. Преимущества и недостатки маркетинговых исследований в интернете

#### **Проверка сформированности ОПК-1, индикатор ИД-ОПК-1.1**

13. Геоинформационные системы в туризме. Определение и классификация. История ГИС.
14. Составные части и задачи ГИС.
15. Использование ГИС в туризме.

## **Приложение № 2 к рабочей программе дисциплины «Информационно-коммуникативные и гис-технологии в туризме»**

### **Методические указания для студентов по освоению дисциплины**

В ходе изучения данного курса студент должен овладеть методами сбора, хранения и обработки данных при подготовке решений туризме, получить устойчивые навыки работы с необходимым для этих целей программным обеспечением, освоить интернет-технологии, используемые в данной сфере.

Основной формой изложения учебного материала по дисциплине являются лекции и практические занятия, причем последние в достаточно большом объеме.

Для проверки и контроля усвоения теоретического материала, приобретенных практических навыков работы, в течение обучения проводятся мероприятия текущей аттестации в виде двух самостоятельных работ. Также проводятся консультации (при необходимости) по разбору заданий для самостоятельной работы, которые вызвали затруднения.

Для самостоятельной работы, в том числе и повтора разобранного на лекции и практических занятиях материала, рекомендуется использовать учебник для вузов Ветитнева А.М. «Информационные технологии в туристской индустрии», 2021 год издания (электронная версия на «Юрайт» <https://urait.ru/viewer/informacionnyye-tehnologii-v-turistskoy-industrii-470420>). Он состоит из 10 разделов, в которых рассматриваются информационные технологии в туристской индустрии. Материал каждого раздела включает в себя краткое изложение теоретического материала по заданной теме и вопросы. В электронном учебнике имеется 10 тестов для проверки знаний и 2 видеолекции.

В конце курса студенты сдают зачет в форме устного собеседования. При этом учитывается текущая работа студента в семестре на практических занятиях.

Освоить вопросы, излагаемые в процессе изучения дисциплины самостоятельно студенту крайне сложно. Это связано со сложностью изучаемого материала и большим объемом курса. Поэтому посещение всех аудиторных занятий является совершенно необходимым. Без упорных и регулярных занятий в течение семестра сдать зачет по итогам изучения дисциплины студенту практически невозможно.