Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Шебзухова Татьяна Александровна
Должность: Директор Пятигорского института (филиал) Северо-Кавказского федерального университета
Дата подписания: 27.07.2023 12:27:41
Уникальный программный ключ:
d74ce93cd40e39275c3ba2f58486412a1c8ef96f

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Пятигорский институт (филиал) СКФУ

Методические указания по выполнению практических работ по дисциплине «Современное информационно-технологическое обеспечение туристской индустрии»

для направления подготовки **43.04.02 Туризм**
направленность (профиль) **Инновационные технологии в гостиничном и туристическом бизнесе**

Пятигорск
2023

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
Сертификат: 2C0000043E9AB8B952205E7BA500060000043E
Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна
Действителен: с 19.08.2022 по 19.08.2023

СОДЕРЖАНИЕ

Цель и задачи освоения дисциплины 3
Наименование практических работ 3
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКИХ РАБОТ 3
Тема 1. Система информационного обеспечения туризма 3
Тема 2. Системы бронирования в туризме 9
Тема 3 Информационно-коммуникационные сети в туризме 13
Тема 4. Информационно-технологические системы в туризме 20
Тема 5. Проблемы и перспектив информационно-технологического обеспечения в туризме 23

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
Сертификат: 2C0000043E9AB8B952205E7BA500060000043E
Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна
Действителен: с 19.08.2022 по 19.08.2023

ВВЕДЕНИЕ

Цель и задачи освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Современное информационно-технологическое обеспечение туристской индустрии» является формирование набора общепрофессилональных и профессиональных компетенций будущего бакалавра.

Задачи, решаемые в процессе преподавания дисциплины: получение целостного представления о направлениях и возможностях современных средств информационных технологий в профессиональной деятельности; формирование системы знаний, умений и навыков в области использования, их роли в развитии информационного общества; формирование у студентов готовность к грамотному использованию средств информационных технологий; изучение практических аспектов разработки средств реализации информационных технологий.

Наименование практических работ

№ Темы	Наименование работы	Объем часов	Из них практическая подготовка, часов
	1 семестр		
1	Система информационного обеспечения туризма	3	
2	Системы бронирования в туризме	1,5	
3	Информационно-коммуникационные сети в туризме	4,5	
4	Информационно-технологические системы в туризме	1,5	
5	Проблемы и перспективы информационно-технологического обеспечения в туризме	3	
	Итого за 1 семестр	**13,5**	
	Итого	**13,5**	

СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКИХ РАБОТ

ТЕМА 1. Система информационного обеспечения туризма

Цель занятия: изучить сущность понятия и состава информационного обеспечения в туризме,государственные и муниципальные информационные системы

Формируемые в результате освоения компетенции или их части:

ОПК-1. Способен формировать технологическую концепцию туристской организации, организовывать внедрение технологических новаций и программного обеспечения в сфере туризма

ПК-6. Способен применять современные информационные и коммуникативные технологии для обеспечения конкурентоспособности предприятий сферы туризма и индустрии гостеприимства

Актуальность темы: заключается в том, что при её изучении у студентов формируется набор компетенций, знаний, умений и навыков, которые станут основой их профессиональной деятельности в сфере туризма и гостеприимства.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
электронной подписью
Сертификат: 2C0000043E9AB8B952205E7BA500060000043E
Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна
Действителен: с 19.08.2022 по 19.08.2023

Теоретическая часть

Одним из важнейших элементов туристской деятельности является информация,

которая функционирует в сфере туризма на различных уровнях. Известное изречение «кто владеет информацией, тот владеет миром» особенно актуально для сферы туристского бизнеса, так как именно оперативность, надежность, точность, высокая скорость обработки и передачи информации во многом определяют эффективность управленческих решений в этой области. Реализация этих условий возможна только в рамках формирования и применения современного информационного обеспечения туризма.

Информация — это сведения (сообщения, данные) независимо от формы их представления.

Совокупность всей информации, необходимой для функционирования туристской системы на том или ином уровне управления, представляет собой информационную базу данных туризма.

Информационное обеспечение туризма — это совокупность информационной базы данныхтуризма и специализированных информационных технологий, предназначенных для ее обработки, которые обеспечивают эффективное функционирование туристской системы на различных уровнях управления туризмом. За последние годы современная индустрия туризма претерпела весьма существенные изменения, это привело к развитию и внедрению новых информационных систем и технологий в сфере туризма. Успешное функционирование любой фирмы на рынке туристского бизнеса практически немыслимо без использования современных информационных технологий. Специфика формирования и реализации турпродукта требует таких информационных систем, которые в кратчайшие сроки предоставляли бы сведения о доступности транспортных средств, возможностях размещения туристов, обеспечивали быстрое резервирование и бронирование мест, оформление билетов, счетов, обеспечение расчетной и справочной информацией и др. Это достижимо при условии широкого использования в туризме современных компьютерных технологий обработки и передачи информации.

Индустрия туризма настолько многолика и многогранна, что требует применения самых разнообразных информационных технологий, начиная от разработки специализированных программных средств, обеспечивающих автоматизацию работы отдельной туристской фирмы или отеля, до использования глобальных компьютерных сетей.

В настоящее время формирование туристского продукта предусматривает использование глобальных распределительных систем (GDS — Global Distribution System), которые обеспечивают быстрое и удобное бронирование билетов на транспорте, резервирование мест в гостиницах, прокат автомобилей, обмен валюты, заказ билетов на развлекательные и спортивные программы и т.д.

Туристский бизнес, являясь одной из самых динамичных сфер экономики, представляет собой высоко насыщенную информационную сферу деятельности. Другими словами, сбор, хранение, обработка и передача актуальной информации является важнейшим и необходимым условием функционирования любого туристского предприятия. Не так много сфер экономики, в которых успех бизнеса напрямую зависит от скорости пере- дачи и обмена информацией, от ее актуальности и своевременности получения, от ее адекватности и полноты. В связи с этим успешное развитие туристского бизнеса предполагает широкое использование новейших технологий как в области создания турпродукта, так и его продвижения.

Современные компьютерные технологии активно внедряются в сферу туристского бизнеса, и их применение становится неотъемлемым условием повышения конкурентоспособности любого туристского предприятия. Индустрия туризма позволяет использовать все многообразие компьютерных технологий, начиная от специализированных программных продуктов управления отдельной туристской фирмой, до применения глобальных компьютерных сетей. На сегодняшний день в туризме используется достаточно много новейших компьютерных технологий, например, глобальные компьютерные системы резервирования (GDS), интегрированные

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
Сертификат: [illegible]
Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна
Действителен: с 19.08.2022 по 19.08.2023

коммуникационные сети, системы мультимедиа, Smart Cards, информационные системы менеджмента и другие.

Как видно из схемы, наибольшее влияние современные компьютерные технологии оказывают на продвижение туристского продукта (распространение и продажи). Прежде всего это касается возможности формирования новых маркетинговых каналов продвижения и сбыта туристского продукта. Так, в области рекламы получила широкое распространение прямая рассылка туристской информации по электронной почте (direct-mail). Кроме того, большинство туристских предприятий в последние годы создают свои собственные сайты в Интернете, а также используют баннерную рекламу. Хотя в настоящее время эффективность этих каналов распространения туристского продукта в России не очень высока, это направление следует рассматривать как весьма перспективное.

На западе уже сейчас наблюдается электронное наступление на традиционный туристский бизнес. Электронные туристские офисы позволяют любому владельцу кредитной карты приобрести тур, забронировать место на самолет или в отеле, приобрести билеты на зрелищные мероприятия и заказать на прокат автомобиль в любой точке земного шара. Таким образом, компьютерные технологии спровоцировали создание и применение принципиально новых электронных маркетинговых каналов продвижения и сбыта турпродукта.

Компьютерные системы резервирования CRS (Computer Reservation System), появившиеся в середине 60-х годов, позволили ускорить процесс резервирования авиабилетов и осуществлять его в режиме реального времени. Следствием этого явилось повышение качества туристских услуг за счет уменьшения времени обслуживания клиентов, увеличения объемов и разнообразия предлагаемых услуг и т.д. Появилась возможность обеспечить оптимизацию загрузки авиалайнеров, реализовать стратегию гибкого ценообразования, применение новых управленческих методов и т.д. Высокая надежность и удобство этих систем резервирования способствовали их быстрому и широкому распространению. В настоящее время большинство зарубежных предприятий туриндустрии используют системы бронирования. На российском рынке представлены, в основном, такие системы глобального резервирования, как Amadeus, Galileo Worldspan. Компьютерная система бронирования Amadeus функционирует на российском рынке с 1993 года и на данный момент в России насчитываются сотни пользователей системы.

Одним из основных направлений применения информационных технологий в туризме является внедрение мультимедийных технологий, в частности справочников и каталогов. В настоящее время туристские справочники и каталоги выпускаются в книжном исполнении, на видео- кассетах, на дисках, в сети «Интернет». Электронные каталоги позволяют виртуально путешествовать по предлагаемым маршрутам, просмотреть эти маршруты в активном режиме, просмотреть в видеорежиме информацию о стране, объектах по трассе маршрута, получить данные о гостиницах, кемпингах, мотелях и других средствах размещения, ознакомиться с системой льгот и скидок, а также законодательством в сфере туризма. Кроме того, обычно приводится информация о правилах оформления туристских документов, туристские формальности, модели поведения туриста в экстремальных ситуациях и т.д. Клиент может спланировать программу тура, выбрать его по заданным оптимальным параметрам (цена, система льгот, система транспорта, сезон и др.).

Использование мультимедийных технологий оперативно предоставляет потенциальному клиенту информацию о любом интересующем его туре, тем самым позволяет быстро и безошибочно выбрать подходящий турпродукт. При этом туроператор (турагент) имеет возможность при необходимости внести изменения в данный тур или сформировать новый эксклюзивный тур, произвести бронирование мест и продать туристу созданную в оперативном режиме туристскую услугу.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
Сертификат: [illegible]
Владелец: Шебухова Татьяна Александровна
Действителен: с 19.08.2022 по 19.08.2023

В области менеджмента в туристском бизнесе произошли также кардинальные изменения. Современный уровень развития турбизнеса и жест- кая конкуренция в этой

области придают особую важность информационным системам туристских агентств. Функциональные возможности этих систем должны обеспечивать ввод, редактирование и хранение информации о турах, гостиницах, клиентах, о состоянии заявок, предусматривать вывод информации в форме различных документов: анкет, ваучеров, спи- сков туристов, описаний туров, гостиниц, рассчитывать стоимость туров с учетом курса валют, скидок, контролировать оплату туров, формирование финансовой отчетности, экспорт-импорт данных в другие программные продукты (Word, Excel, бухгалтерские программы) и прочие возможно- сти. Эти системы не только ускоряют процесс расчетов и формирование документов, но и могут уменьшать стоимость услуг (турпакета), выбрав оптимальный по цене вариант доставки клиентов, размещения и т.п. Заказ на разработку уникальной информационной системы автоматизации туристского офиса стоит достаточно дорого, да и в настоящее время в этом нет особой необходимости, так как существует ряд хорошо зарекомендовавших себя программных продуктов. Разработками специализированных программных продуктов для туристского бизнеса в настоящее время занимается множество российских фирм, в том числе, Мегатек, ArimSoft, СамоСофт, Recsoft и др.

На рынке программных продуктов представлены компьютерные системы, позволяющие автоматизировать внутреннюю деятельность туристской фирмы. Как правило, эти системы обеспечивают ведение справочных баз данных по клиентам, партнерам, гостиницам, транспорту, посольствам, а также ведение туров и учет платежей, прием заказов и работу с клиентами, формирование выходных документов и т.д. Практически все программные комплексы обеспечивают формирование бухгалтерской отчетности и часто импорт-экспорт данных в специализированные бухгалтерские программы, такие как 1С и др.

Наряду с автоматизацией туристских фирм ведется аналогичная раз- работка программ автоматизации деятельностью гостиниц, ресторанов и других предприятий туристского бизнеса. Применение информационных систем в этой области приводит к существенным изменениям в менеджменте, а также повышает качество обслуживания.

В соответствии с Федеральным законом «Об информации, информационных технологиях ио защите информации» информационные системы включают в себя:

- государственные информационные системы — это федеральные информационные системы и региональные информационные системы, созданные на основании соответственно федеральных законов, законов субъектов Российской Федерации, на основании правовых актов государственных органов;
- муниципальные информационные системы, созданные на основа- нии решения органа местного самоуправления;
- иные информационные системы.

Государственные информационные системы создаются в целях реализации полномочий государственных органов и обеспечения обмена информацией между этими органами. Информация, содержащаяся в государственных информационных системах, относится к государственным информационным ресурсам и является официальной. Государственные органы, поддерживающие функционирование соответствующей государственной информационной системы, обязаны обеспечить достоверность и актуальность информации в этой системе, доступ к информации и ее защиту от неправомерных доступа, уничтожения, модифицирования, блокирования, копирования, предоставления, распространения и др.

Реестр является федеральной государственной информационной системой, содержащей зафиксированные на материальном носителе сведения в соответствии с законодательством Российской Федерации об информации, информационных технологиях и о защите информации. Ведение реестра осуществляется уполномоченным федеральным органом исполнительной власти на бумажном и электронном носителях. Ведение реестра на электронном носителе осуществляется в соответствии с едины- ми организационными, методологическими и программно-техническими принципами, обеспечивающими

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
Сертификат: [illegible]
Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна
Действителен: с 19.08.2022 по 19.08.2023

совместимость и взаимодействие этого реестра с иными федеральными информационными системами и информационно- телекоммуникационными сетями1.

Реестр государственных информационных систем представлен на сайте Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор, http://rkn.gov. ru/it/register/#).

Для обеспечения деятельности в сфере туризма используются следующие федеральные государственные информационные системы (ФГИС).

1. Официальный интернет-сайт Федерального агентства по туризму (Ростуризм,www.russiatourism.ru).
2. Автоматизированная информационная система «Единый федеральный реестртуроператоров» (Ростуризм, www.russiatourism.ru).
3. Автоматизированная информационная система «Информирование об угрозахбезопасности туристов» (Ростуризм, www.russiatourism.ru).
4. Информационная система по внешнеполитическимвопросам Министерстваиностранных дел Российской Федерации (www.mid.ru).
5. Автоматизированная система оформления приглашений иностранных граждан натерриторию Российской Федерации МИД России (www.mid.ru).
6. Автоматизированная информационная система оформления и учета паспортно- визовых документов в консульских загранучреждениях МИД России (www.mid.ru).
7. Автоматизированная информационная система «Загранпаспорт МИД»(www.mid.ru).
8. Автоматизированная информационная система «Служебный выезд» (www.mid.ru).
9. Консульский информационный портал (единый интернет-ресурс) Консульского департамента, консульских учреждений за рубежом и представительств МИД России на территории Российской Федерации (www.kdmid.ru.).
10. Автоматизированная информационная система оказания государственных услуг Федерального агентства воздушного транспорта (Росавиация, www.favt.ru).
11. Официальный интернет-сайт Федерального агентства воздушного транспорта(Росавиация, www.favt.ru).
12. Информационно-вычислительная система Росстата (Росстат, www.gks.ru).
13. Государственная информационная система миграционного учета Федеральной миграционной службы (ФМС России, www.fms.gov.ru).

1 Федеральный закон от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельностив Российской Федерации».

Официальный интернет-сайт Федерального агентства по туризму обеспечивает доступграждан и организаций к информационным ресурсам о деятельности Ростуризма и информации о порядке оказания государственных услуг, предоставляемых Ростуризмом.

Автоматизированная информационная система «Единый федеральный реестр туроператоров» обеспечивает формирование и ведение единого федерального реестра туроператоров.

Автоматизированная информационная система «Информирование об угрозах безопасности туристов» обеспечивает информирование в установленном порядке туроператоров, турагентов и туристов об угрозе без- опасности туристов в стране (месте) временного пребывания.

Информационная система по внешнеполитическим вопросам Министерства иностранных дел Российской Федерации обеспечивает формирование информационных ресурсов МИД России и информационное взаимодействие с федеральными органами законодательной и исполнительной власти России, доступ пользователей к внешним российским и международным информационным ресурсам.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
Сертификат: [illegible]
Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна
Действителен: с 19.08.2022 по 19.08.2023

Автоматизированная система оформления приглашений иностранных граждан на территорию Российской Федерации МИД России обеспечивает автоматизацию информационных процессов оформления и согласования возможности выдачи приглашений иностранным гражданам, оформление и печать приглашений, автоматизированное информационное взаимодействие между представительствами МИД России, консульскими загранучреждениями, Консульским департаментом МИД России и территориальными органами ФСБ России.

Автоматизированная информационная система оформления и учета паспортно-визовых документов в консульских загранучреждениях МИД России обеспечивает оформление и согласование возможности выдачи виз иностранным гражданам и лицам без гражданства для въезда в Российскую Федерацию, информационное взаимодействие между Консульским Департаментом МИД России и дипломатическими представительствами, консульскими учреждениями Российской Федерации.

Автоматизированная информационная система «Загранпаспорт МИД» обеспечивает оформление и печать паспортов, удостоверяющих личность граждан за пределами территории Российской Федерации, формирование и ведение базы данных выданных паспортов, взаимодействие между дипломатическими представительствами и консульскими учреждениями Российской Федерации, Консульским департаментом МИД России, ФСБ России при оформлении паспортов и согласования вопросов их выдачи.

Автоматизированная информационная система «Служебный выезд» обеспечивает оформление и печать дипломатических и служебных паспортов, удостоверяющих личность граждан Российской Федерации за пределами территории Российской Федерации, формирование и ведение базы данных выданных дипломатических и служебных паспортов, информационное взаимодействие между Консульским департаментом МИД России, ФСБ России и МВД России приоформлении дипломатических и служебных паспортов.

Вопросы и задания

1. Что такое информационное обеспечение туризма?
2. Какова роль информации при принятии управленческих решений в туризме?
3. Что такое информационная база данных туризма?
4. Каковы основные функции информационного обеспечения туризма?
5. Что такое информационная система туризма?
6. Дайте характеристику видов обеспечивающих подсистем информа- ционной системы туризма.
7. Какова классификация информационных систем туризма?
8. Охарактеризуйте влияние на развитие туризма применяемых инфор- мационных систем.
9. Дайте понятие государственных информационных систем.
10. Что относится к государственным информационным системам туризма?
11. Каковы цели создания государственных информационных системтуризма?
12. Дайте характеристику основных государственных информационныхсистем туризма.
13. Каково использование государственных информационных системтуризма?
14. Какие законы регулируют отношения, возникающие в сфере инфор- мационного обеспечения туризма?
15. Дайте краткую характеристику федерального закона «Об основахтуристской деятельности в Российской Федерации».

Список литературы, рекомендуемый к использованию по данной теме

Основная литература:

Жук, Ю. А. Информационные технологии: мультимедиа Электронный ресурс / Жук Ю. А. : учебное пособие для вузов. - 3-е изд., стер. - Санкт-Петербург : Лань, 2021. - 208 с. - ISBN 978-5-8114-6683-2, экземпляров неограниченно.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
Сертификат: 2C0000A3E[illegible]
Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна
Действителен: с 19.08.2022 по 19.08.2023

2. Современные информационные технологии Электронный ресурс : Сборник трудов по материалам 3-й межвузовской научно-технической конференции с международным участием 29 сентября 2017 г. / В. И. Воловач [и др.] ; ред. В. М. Артюшенко. - Королёв : Научный консультант, МГОТУ, 2017. - 191 с. - Книга находится в премиум-версии ЭБС IPR BOOKS. - ISBN 978-5-9500999-7-7, экземпляров неограниченно

Перечень дополнительной литературы:

1. Современные информационные технологии Электронный ресурс : учебное пособие / С.С. Мытько / Д.А. Репечко / И.А. Королькова / А.Р. Ванютин / А.П. Алексеев ; ред. А.П. Алексеев. - Самара : Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2016. - 101 с. - Книга находится в базовой версии ЭБС IPRbooks., экземпляров неограниченно

2. Современные мультимедийные информационные технологии Электронный ресурс : учебное пособие / С.С. Мытько / Д.А. Репечко / А.П. Алексеев / А.Р. Ванютин / И.А. Королькова. - Современные мультимедийные информационные технологии,2019-05-25. - Москва : СОЛОН-ПРЕСС, 2017. - 108 с. - Книга находится в базовой версии ЭБС IPRbooks. - ISBN 978-5-91359-219-4, экземпляров неограниченно

Тема 2. Системы бронирования в туризме

Цель занятия: рассмотреть принципы и историю создания и развития компьютерных систем бронирования, дать характеристику глобальных систем бронирования.

Формируемые в результате освоения компетенции или их части:

ОПК-1. Способен формировать технологическую концепцию туристской организации, организовывать внедрение технологических новаций и программного обеспечения в сфере туризма

ПК-6. Способен применять современные информационные и коммуникативные технологии для обеспечения конкурентоспособности предприятий сферы туризма и индустрии гостеприимства

Актуальность темы: заключается в том, что при её изучении у студентов формируется набор компетенций, знаний, умений и навыков, которые станут основой их профессиональной деятельности в сфере туризма и гостеприимства.

Теоретическая часть

На развитие массового туризма существенное влияние оказало появление современного авиационного транспорта и компьютерных систем бронирования. В свою очередь, увеличение количества авиалиний, самолетов, рост объемов авиаперевозок закономерно привели к необходимости создания и использования компьютерных систем бронирования CRS (Computer Reservation System), которые стали основным инструментом для резервирования авиабилетов.

Первые системы резервирования появились на рынке в середине 60-х годов. Это были системы APOLLO фирмы United Airlines и SABRE фирмы American Airlines. Первоначально развитие компьютерных систем бронирования шло путем установки термина-лов в офисах самих авиакомпаний, что позволяло существенно повыситьскорость и эффективность работы персонала авиакомпаний, улучшить качество обслуживания клиентов за счет сокращения времени оформле-ния билетов, сократить штат сотрудников, занимающихся бронированием авиабилетов.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
Сертификат: 2C0000043E9AB8B952205E7BA500060000043E
Владелец: [illegible]
Действителен: [illegible]

Техническим оснащением первых центров бронирования занималась фирма IBM, которая до сих пор поставляет оборудование длясистем резервирования.

Развитие и широкое распространение компьютерных систем резерви- рования CRS осуществлялось, с одной стороны, за счет увеличения количе- ства предоставляемых услуг,

а, с другой стороны, за счет сокращения сто- имости электронных услуг бронирования и резервирования. Расширение сферы деятельности происходило по всем направлениям предоставляемых турбизнесом услуг, в том числе проживание, развлечения и т.д. Это привело к созданию глобальных распределительных систем — GDS (Global Distribution System). В дополнение к возможностям электронного сервиса при бронировании мест для транспортировки авиапассажиров эти системы включают также возможности резервирования мест в гостиницах, прокат автомобилей, обмен валюты, заказ билетов на развлекательные и спортивные мероприятия и т.д. В практике туристских фирм эти системы естественным образом встроены в технологическую цепочку формирования и обработки туристской информации, а через механизм кредитных карт обеспечивается финансовая ответственность при бронировании услуг. Через глобальные распределительные системы можно связаться с сотня- ми авиакомпаний, тысячами гостиниц и фирмами проката автомобилей, забронировать билеты на железнодорожные, морские и паромные перевозки, обеспечить резервирование билетов на посещение всевозможных культурных мероприятий.

Наиболее крупными системами бронирования являются Sabre, Ama- deus, Galileo и Worldspan (компания Travelport). Практически все туркомпании пользуются услугами GDS, таккак это является одним из условий успеха в туристском бизнесе.

До недавнего времени в России в основном использовалась отечественная система бронирования билетов Сирена и ее модификации, а также системы Gabriel и Gets. Терминалы Gabriel (Габриэль) к настоящему времени уже морально устарели. Им на смену приходят современные системы.

Система бронирования Amadeus

Система бронирования Amadeus создана в 1987 году крупнейшими европейскими авиакомпаниями Air France, Iberia, Lufthansa, SAS и сей- час является одной из самых крупных и распространенных систем резервирования. Головной офис компании находится в Мадриде (Испания), центр развития продуктов в Ницце (Франция), центр обработки данных в Эрдинге (Германия). Головной офис определяет корпоративную, маркетинговую и финансовую стратегии развития компании. Центр развития продуктов развивает инновационную политику компании, обеспечивает консультационную поддержку клиентов. Центр обработки данных являет- ся одним из крупнейших в Европе и ежедневно обрабатывает более 3 миллионов бронирований.

Amadeus является ведущей компьютерной системой бронирования в Европе, а в результате приобретения в 1995 году системы бронирования System One она активно продвигается и на американский рынок. Авиакомпания Continental Airlines стала совладельцем компании Amadeus.

Системы бронирования Galileo и Worldspan (компания Travelport)

Компания Travelport (www.travelport.com) является одним из ведущих поставщиков дистрибьюторских услуг и электронной коммерции для мировой индустрии путешествий. Она представлена более чем в 170 стра- нах, в ней работает более 3500 сотрудников, штаб-квартира компании находится в Атланте (США, штат Джорджия). С 2006 года в Travelport объединяет глобальные системы бронирования Galileo и Worldspan, которые ранее функционировали как самостоятельные системы глобального бронирования.

Система Galileo основана в 1987 году авиакомпаниями British Airways, Swissar, KLM и Covia, к которым несколько позже присоединились Alitalia и Austrian Airlines. Компания Covia, имевшая свою собственную систему Apollo, переориентировала своих пользователей на Galileo и в 1993 году система Galileo объединилась с системой Apollo в одну и получила название Galileo International.

В декабре 1999 года компания Galileo официально открыла свое представительство в России.

В настоящее время GDS Galileo входит в корпорацию Travelport. Систему Galileo используют 67 тысяч туркомпаний в 160 странах мира. В системе представлено 420

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
Сертификат: 2A0000043E9AB8B952205E7BA500060000043E
Владелец: Шебухова Татьяна Александровна
Действителен: с 19.08.2022 по 19.08.2023

авиакомпаний, 90 тысяч гостиниц, 30 тысяч пунктов по прокату автомобилей.

Система Worldspan появилась в результате объединения компьютер- ной системы бронирования PARS европейского отделения американской авиакомпании TWA и КСБ DATAS американского авиаперевозчика Delta Airlines. Контрольный пакет акций Worldspan принадлежалкомпании Delta Airlines, центр управления системой находился в г. Атланте (США).

Worldspan являласья самой распространенной системой бронирования в Америке, занимала 3 место по популярности в Европе после Amadeus и Galileo. Представительство Worldspan действовало в России с 1995.

Система Amadeus осуществляет более 250 млн бронирований в год и является самой крупной в мире по объему международных бронирований. Amadeus предоставляет самый разнообразный сервис, включающий взаимодействие с авиакомпаниями, железнодорожными и паромными пере- возками, прокатом автомобилей, отелями, а также дополнительные услуги, например, страхование туристов и пр.бронирования (GDS). В 1994 году в России были открытыпервые представительства компаний Amadeus и Worldspan.

Система бронирования SABRE

Система Sabre была создана в 1964 году авиакомпанией American Airlines, а в 1976 году была добавлена подсистема бронирования гостиничных мест. Центр сети находится в Оклахоме (США). Сеть Sabre обеспечивает резервирование авиа и железнодорожных билетов, мест в отелях и др. В настоящее время система Sabre позволяет осуществлять брониро- вание авиабилетов более 400 авиакомпаний, в ней представлены более 93 тысяч отелей, 25 компаний по прокату автомобилей, в ней работают более 350 000 турагентов. Система Sabre обрабатывает около 1 миллиона операций в минуту — больше, чем какая-либо другая организация в мире1.

Возможности Sabre GDS в нахождении наиболее низких тарифов в 4 раза превышают возможности Amadeus или Travelport, что обеспечивает в сред- нем экономию 20% для каждого билета. Независимое исследование, прове- денное фирмой Fried&Partners (http://www.fried- partner.de), показало, что система Sabre обеспечивает поиск минимальных тарифов на 9% чаще,чем Amadeus и на 33% чаще, чем Travelrort/Тарифы, найденные через Sabre, ока- зываются, в среднем, на 13 долл. США дешевле тарифов, найденных через Amadeus, и на 72 долл. США дешевле тарифов, найденных через Travelport2.

Выбор системы бронирования

В настоящее время вопрос о необходимости подключения к глобальным системам бронирования и резервирования для многих туристских предприятий остается весьма актуальным. Принятие решения о подключении должно приниматься, прежде всего, на основе анализа основных функций и задач конкретного предприятия туризма, а также с учетом общего объема производимых фирмой бронирований.

Как показывает практика, использование GDS в российских турфирмах сводится обычно либо к бронированию и продаже авиабилетов, либо к бронированию отдельных туруслуг в составеиндивидуальных туров. В первом случае выбор системы бронирования и резервирования, к кото- рой целесообразно подключиться фирме, обычно сводится к следующему. Проводится анализ объемов продаж авиабилетов по направлениям и пред- почтительным авиакомпаниям, исходя из этого, предпочтение отдается терминалам той системы и авиакомпании, по которой идет максимальный объем реализации авиабилетов и в которой доступны специальные тарифы наиболее часто продаваемой авиакомпании.

В случае необходимости бронирования отдельных сегментов туров критерием выборасистемы бронирования может служить соотношение цена-качество предоставляемой услуги.

Понятие качества услуги, предоставляемой глобальными системами бронирования и резервирования, характеризуется следующими параметрами:

- удобством системного интерфейса, в частности, иногда решающее значение имеетналичие русифицированной версии;

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
Сертификат: [illegible]
Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна
Действителен: с 19.08.2022 по 19.08.2023

- скоростью и стабильностью работы системы;
- предлагаемым способом подключения к системе;
- совместимостью с отечественными офисными и бухгалтерскими программами;
- наличием доступа к специальным тарифам авиакомпаний, гости- ниц и т.п.;
- используемая в системе технология оплаты и аннулирования заказа и т.д.

Компьютерные системы бронирования обладают рядом преимуществ перед другими каналами сбыта продукции и услуг в сфере социально- культурного сервиса и туризма. Они предоставляют возможность про- изводить бронирование в самые короткие сроки и визуальный просмотр резервируемых гостиничных мест, а также схемы расположения мест на транспортных средствах. Компьютерные системы бронирования обеспечивают экономию на расходах на телефон, факс, осуществляют строгий финансовый учет и контроль выполняемых операций, анализ сбытовой деятельности на основе статистических данных, предоставляемых компьютероми т.д.

Стратегия деятельности гостиничных компаний, работающих на международном рынке, заключается в объединении возможностей внутри- гостиничных компьютерных систем, позволяющих увеличивать доходы от продажи гостиничных мест, с мощными системами бронирования, имеющими возможность подключаться к глобальным компьютерным сетям и использовать электронное оборудование по бронированию третьего поколения. Такие системы должны предоставлять подробную информацию (графическую и в виде фильма) в пункте бронирования (продажи) и максимально облегчить и ускорить процесс продажи. Уже сейчас создана технология, позволяющая пользоваться банком данных всех глобальных компьютерныхсистем через один терминал.

Вопросы и задания

1. Что такое глобальные системы бронирования и резервирования мест в туризме?
2. Какова история создания и развития систем бронирования?
3. Каковы основные функции этих систем?
4. Какова роль и значение глобальных систем бронирования для туристских предприятий?
5. Дайте характеристику глобальной системы бронирования Amadeus.
6. Дайте характеристику глобальной системы бронирования Galileo.
7. Дайте характеристику глобальной системы бронирования Sabre.
8. Какие основные услуги предоставляют глобальные системы бронирования?
9. Каково использование глобальных систем бронирования в России?
10. Дайте анализ российских систем бронирования в туризме.
11. Каковы основные проблемы и тенденции развития систем бронирования?
12. Как осуществляется выбор системы бронирования?
13. Какова эффективность использования систем бронирования в туризме?

Список литературы, рекомендуемый к использованию по данной теме

Основная литература:

Основная литература:

Жук, Ю. А. Информационные технологии: мультимедиа Электронный ресурс / Жук Ю. А. : учебное пособие для вузов. - 3-е изд., стер. - Санкт-Петербург : Лань, 2021. - 208 с. - ISBN 978-5-8114-6683-2, экземпляров неограниченно.

2. Современные информационные технологии Электронный ресурс : Сборник трудов по материалам 3-й межвузовской научно-технической конференции с международным участием 29 сентября 2017 г. / В. И. Воловач [и др.] ; ред. В. М. Артюшенко. - Королёв : Научный консультант, МГОТУ, 2017. - 191 с. - Книга находится в премиум-версии ЭБС IPR BOOKS. - ISBN 978-5-9500999-7-7, экземпляров неограниченно

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
Сертификат: 2C0000043E9AB8B952205E7BA500060000043E
Владелец: [illegible]
Действителен: [illegible]

Перечень дополнительной литературы:

1. Современные информационные технологии Электронный ресурс : учебное пособие / С.С. Мытько / Д.А. Репечко / И.А. Королькова / А.Р. Ванютин / А.П. Алексеев ; ред. А.П. Алексеев. - Самара : Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2016. - 101 с. - Книга находится в базовой версии ЭБС IPRbooks., экземпляров неограниченно

2. Современные мультимедийные информационные технологии Электронный ресурс : учебное пособие / С.С. Мытько / Д.А. Репечко / А.П. Алексеев / А.Р. Ванютин / И.А. Королькова. - Современные мультимедийные информационные технологии,2019-05-25. - Москва : СОЛОН-ПРЕСС, 2017. - 108 с. - Книга находится в базовой версии ЭБС IPRbooks. - ISBN 978-5-91359-219-4, экземпляров неограниченно

Тема 3 Информационно-коммуникационные сети в туризме

Цель занятия: изучить понятие электронной коммерции, классификацию и характеристику основных интернет ресурсов, классификацию и функциональные возможности сайтов туристических фирм и гостиниц, дать арактеристику основных специализированных российских и зарубежных серверов в туризме

Формируемые в результате освоения компетенции или их части:

ОПК-1. Способен формировать технологическую концепцию туристской организации, организовывать внедрение технологических новаций и программного обеспечения в сфере туризма

ПК-6. Способен применять современные информационные и коммуникативные технологии для обеспечения конкурентоспособности предприятий сферы туризма и индустрии гостеприимства

Актуальность темы: заключается в том, что при её изучении у студентов формируется набор компетенций, знаний, умений и навыков, которые станут основой их профессиональной деятельности в сфере туризма и гостеприимства.

Теоретическая часть

Электронная коммерция является важнейшим составным элементом электронного бизнеса. Электронный бизнес является особой формой бизнеса, реализующейся в значительной степени
посредством компьютеризации процессов производства, продажи и распределения товаров и услуг. Электронный бизнес — это любая деловая активность, использующая возможности глобальных информационных сетей для преобразования внутренних и внешних связей с целью присвоения прибыли.

Под электронной коммерцией (e-commerce) подразумеваются любые формы деловых сделок, при которых взаимодействие сторон осуществляется с использованием автоматизированных систем электронного документооборота в результате которого право собственности или право пользования товаром или услугой передается от одного лица другому.

E-commerce принято делить по категориям взаимодействия:

- business-to-business (B2B) — данное направление включает в себя все уровни взаимодействия между компаниями;
- business-to-consumer (B2C) — основу этого направления составляет электронная розничная торговля;
- business-to-administration (B2A) — взаимодействие бизнеса и администрации включает деловые связи коммерческих структур с государственными организациями, начиная от местных властей и закан- чивая международными организациями;
- consumer-to-administration (C2A) — это направление трудно развиваемое, так

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
Сертификат: 2C0000043E9AB8B952205E7BA500060000043E
Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна
Действителен: с 19.08.2022 по 19.11.2023

как предполагает организацию взаимодействия потребителей, особенно в социальной и налоговой сфере, с чиновниками государственных структур;

■ consumer-to-consumer (C2C) — это направление включает в себя возможность взаимодействия потребителей для обмена коммерческой информацией. Это может быть обмен опытом приобретения того или иного товара, обмен опытом взаимодействия с той или иной фирмой и многое другое. К этой же области относится и фор- ма аукционной торговли между физическими лицами.

Первые системы электронной коммерции возникли в 60-х годах прошлого века в США, к чести туристской отрасли, в авиакомпаниях и приме- нялись для заказа билетов, а также для обмена данными между различными службами при подготовке рейсов.

Основной проблемой организации e-commerce является согласование форматов и протоколов (программ) передачи данных участниками деловых сделок. Первоначально электронная коммерция велась по сетям, использующим собственные протоколы обмена данными, что объективно сдерживало e-commerce. Для развития электронной коммерции были созданы стандарты электронного обмена данными между организациями (Electronic Data Interchange, EDI)

— наборы правил электронного оформления типовых деловых документов: заказов, накладных, таможенных деклараций, страховых форм, счетов и т.д.

К концу 60-х годов в США уже существовало четыре индустриаль- ных стандарта для обмена данными в системах управления авиационным, железнодорожным и автомобильным транспортом. Поскольку такая множественность не способствовала развитию экономики, для объединения форматов данных был создан специальный Комитет согласования транс- портных данных (Transportation Data Coordination Committee, TDCC), его труды легли в основу следующегоEDI-стандарта ANSI X.12.

Примерно в те же годы аналогичные события произошли и в Англии, хотя в этой стране главной областью применения EDI был не транспорт, а торговля. Выработанный здесь набор спецификаций Tradacoms был принят Европейской экономической комиссией ООН (United Nations Economic Commission for Europe, UNECE) в качестве стандарта обмена данными в международных торговых организациях. Этот набор форматов и протоколов получил название GTDI (General-purpose Trade Data Interchange).

В 80-х годах начались работы по объединению европейских и американских спецификаций. На базе GTDI международная организация по стандартизации ISO сформировала новый стандарт Electronic Data Interchange for Administration, Commerce and Transport (EDIFACT, ISO 9735), использующий, в качестве транспортного, протокол электронной почты X400, что дало новый толчок для увеличения оборотов электрон- ной коммерции и числа вовлеченных в нее компаний. В 1996 году, когда торговля через Интернет была еще в зачаточном состоянии, посредством EDI-транзакций было совершено операций на 300 млрд долларов. Главнымположительным свойством EDI, привнесенным в мир электронной ком- мерции, является стандартизация всех процедур документооборота между компаниями. Установив у себя шлюз (маршрутизатор) для перекодировки информации из кодов, действующих в своей сети в стандартные коды EDI, компания получает возможность вести электронный бизнес с любой другой компанией, имеющей такой же EDI-шлюз. Еще один немаловажный фак- тор состоит втом, что EDI является удобным и безопасным интерфейсом, надежность которого была проверена в течение многих лет эксплуатации. В качестве основного недостатка EDI — высокая стоимость внедрения. До настоящего времени стоимость внедрения EDI от 100 000 долларов

и более, а потому доступным только крупным компаниям. По уровню представления в Сети онлайновые туристские ресурсы Рунета можно подразделить на сайты общего назначения, специализированные сайты и порталы, порталы для профессионалов турбизнеса, сайты фирм — туроператоров, сайты туристических агентств.

Сайты общего назначения. В таких сайтах есть туристические разделы. Наиболее часто туристские разделы встречаются в каталогах ресурсов, среди которых наиболее

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
Сертификат: [illegible]
Владелец: Шебухова Татьяна Александровна
Действителен: с 19.08.2022 по 19.08.2023

посещаемые:

■ раздел «Вокруг света» портала «MAIL.RU» (URL : list.mail.ru/ catalog/10894.html; см. Приложение, рис. 1). Здесь собраны ссыл- ки на более чем 3000 страниц посвященных туризму, путешествиям, странам, курортам, турфирмам, причем сгруппированы они в несколько десятков подкатегорий, что значительно облегчает поиск нужного ресурса;

■ специальный туристический раздел на Rambler — Рамблер-Путе- шествия (URL : http://www.rambler.ru/travel/), который открылся в 2002 году. Основной упор на этом сайте сделан на размещение рекламных модулей туристических фирм, при этом содержательная часть представлена весьма скромно (см. Приложение, рис. 2).

Реклама на этом проекте формально характеризуется высокой эффективностью и не менее высокой стоимостью;

■ туристский проект — Яндекс-Отпуск. Здесь также был сделан упор на размещение туристической рекламы в виде тестовграфических HTML-блоков. Однако до настоящего времени проект не дожил в связи с экономической неэффективностью и проект сайта сохранен только в архиве студии Артемия Лебедева (см. Приложение, рис. 3);

■ проект Gismeteo-Tourism известного погодного сайта (URL : http:// tourism.gismeteo.ru/). Проект также представляет собой сборник рекламных модулей туристических фирм (см. Приложение, рис. 4). Рекламная «дочка» метеорологического проекта Gismeteo, находится под единым руководством с проектами Votpusk.ru и Otzyv.ru. к 2014 году среднеуточная посещаемость в сезон — около 20 тысяч.

Перечень проектов можно продолжить, но отметим следующую особенность. Размещение рекламных модулей на таких сайтах формально имеет высокую отдачу, ведь большинство посетителей попадает на такие сайты по баннерной рекламе. Веб-серферу, попавшему на такую страницу, сплошь состоящую из рекламных блоков, ничего не остается, как нажать на один из многочисленных баннеров рекламодателя и оказаться на его сайте. Постоянная аудитория на этих сайтах практически отсутствует.

Специализированные порталы и сайты. Туристические порталы можно рассматривать в качестве онлайновых рекламных площадок, при- званных способствовать продажам услуг рекламодателей — туроператоров и турагентств. Источником доходов порталов могут быть как баннерная реклама и платное размещение информации о турфирмах и их предложениях, так и комиссионные, полученные от турфирмы за заказы с сервера. Также констатируется тенденция, когда туристские порталы сами становятся продавцами. На порталах можно послать заявку на тур через специально разработанную форму или запросить информацию о подходящем предложении по электронной почте. Обычно такие предложения выглядят в виде строчек с указанием фирмы- продавца, курорта, категории отеля, вида транспорта, дополнительных услуг в туре, минимальной или максимальной цены и т.п. Примечательно то, что сотрудник турфирмы сам может в режиме реального времени заносить и изменять свои туры. И если не про- дается, например, Австрия, можно начать рекламировать туры в Египет. В некоторых ресурсах реализован механизм онлайн- заказа тура, в некоторых сайтах есть возможность вставлять прайс-листы или программы туров, писать развернутые комментарии и т.п. Причем фирмам-рекламодателям в этом случае не обязательно иметь свою страничку в сети, а достаточно указать свой e-mail или телефон. Можно не только заказать турпоездку, но и подобрать себе компаньона: одноместный номер в отелях обходится дороже, чем место в двухместном. Желающие сэкономить туристы подыскивают себе приемлемого соседа по номеру. Подобные страницы пользуются большой популярностью.

Не меньшим успехом пользуются и онлайновые туристические конференции (форумы) на туристических сайтах. В них любой пользователь Сети может высказать свое мнение о работе той или иной турфирмы, посоветовать другим, где лучше отдохнуть, спросить у аудитории как ему лучше поступить в той или иной ситуации при выборе путевки, курорта, турфирмы и т.п. Обычно выступая в таких форумах анонимно, либо под

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
Сертификат: [illegible]
Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна
Действителен: с 19.08.2022 по 19.08.2023

псевдонимами, люди особо не стесняются в выражениях, для участников конференций практически не существует никаких авторитетов.

На многих порталах собраны большие коллекции различных рассказов туристов о своих поездках и впечатлениях, в качестве примера следует отметить Форумы Travel. Ru (URL : http://forum.travel.ru/board/ikonboard. cgi; см. Приложение, рис. 5).

Наиболее известные и популярные туристские порталы:

- «100Дорог.ру» (URL : http://100dorog.ru/about/addresses/) — существует с 1996 года, имеет свой зарегистрированный торговый знак, создатель «Аримсофт». В 2007 году начались работы по полной переделке системы управления сайтом. За основу была взята разра- ботка компании QuantumArt — QuantumArt Publishing Framework. За это время были реализованы следующие разделы: Полностью переведен на новую реализацию Клуб Стодорожников, Отзывы, Фотогалерея, Видеотека, Конкурс «Бесселлер», Опросы аудито- рии; Переведен раздел ТурГид, блоки Новости, «Страноведение», Отели, События, Статьи, «Учимся отдыхать», «ИнтересныеТуры»;
- Переведен раздел Поиск Попутчика; Переведен раздел Турмаркет, блоки Туркомпании, Туры; Материалы на сайте можно комментировать, Отзывы, Фото, Видео, События — можно добавлять участникам клуба Стодорожников. Комментарии к материалам сайта можно добавлять анонимно;
- ранее уже упомянутый сервер Travel.ru — существует с 1997 года;
- Turizm.ru (URL : http://www.turizm.ru/)/TurGid.ru (URL : http:// turgid.ru/) — сайты администрирует «Бюро интернет-маркетинга», существующее с 1998 г. Сервер Turizm.ru содержит поисковую систему по всем разделам сайта. В частности, отметим «Поиск информации о турфирмах и отзывов», а также свою систему рейтинговых оценок турфирм (см. Приложение, рис. 6). TurGid.ru аналитической информации по турфирмам не содержит;
- «Туристический маяк» (URL : http://www.mayakinfo.ru/; URL : http://www.votpusk.ru/) — рекламно-информационный сервер, представлен в сети с 1999 г. Название «МАЯКИНФО» хорошо знакомо многим представителям турбизнеса как доменное имя одного из первых российских туристических интернет-проектов — «Туристический МАЯК» — www.mayakinfo.ru. Коллектив, работавший над созданием сайта, принял непосредственное уча- стие в формировании самого рынка рекламы туристических услуг в Интернет — его терминологии, ценовой политики, технологии, форматов. 1999 год — начал работу Сайт «Туристический МАЯК»; 2002 год —

  «Туристический МАЯК» получил новое название —

  «В ОТПУСК.РУ» — www.votpusk.ru; 2003 год — при поддержке само- го популярного в России погодного интернет-сервиса GISMETEO. RU реализован новый успешный рекламный туристический проект TOURISM.GISMETEO.RU; 2005 год — создано специализирован- ное Агентство МАЯКИНФО, предлагающее проведение эффектив- ных рекламных кампаний в сети

  «Интернет» для туристических фирм; 2009 год — начало активной работы сайта ОТЗЫВ.РУ;
- РБК-TRAVEL (URL : http://travel.rbc.ru/) — сайт появился в сере- дине 2001 года, как проект группы компаний РБК. Ведущий рос- сийский медиахолдинг РБК работает в сферах масс- медиа и интер- нет-сервисов. Среди проектов РБК — крупнейший портал новостей и деловой информации www.rbc.ru, газета «РБК Daily», журнал

  «РБК», крупнейший деловой телеканал в России; Список туристских серверов по всему миру огромен, поэтому, для отбора основных, используются следующие критерии:
- в выборке участвуют только туроператоры, сервера-посредники между туроператорами и пользователями (торговые площадки или Internet Distribution Systems — IDS) исключаются;
- популярность сервера по SEO (search engine optimization) в поис- ковых системахYandex и Google;

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
Сертификат: 2[illegible]205E7BA500060000043E
Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна
Действителен: с 19.08.2022 по 19.08.2023

■ полнофункциональность сервера — наличие в интернет-проекте системы бронированиятуров online;

■ популярность страны с точки зрения россиянина;

■ если сервер зарубежный — рассматриваются, прежде всего, сервера, ориентированные на въездной туризм, как с наиболее интересным контентом, даже без систем бронирования online. Россия

В России достаточно аналитиков, составляющих рейтинги туропера- торов. В числе таких

— аналитики разделов «Новости туризма» и «Новости России» журнала инвесторов «Биржевой лидер», использующих количество запросов пользователей по тому или иному туроператору в поисковой систе- ме Яндекс. По их данным первые пять мест в I квартале 2013 года занимают:

«Пегас Туристик» (более 461,2 тыс. запросов за месяц), «Библио Глобус» (почти 173,9 тыс.), Coral Travel (164,7 тыс.), «Натали Турс» (80,3 тыс.),

«Анекс Тур» (32,8 тыс.), TEZ Tour (21,3 тыс.). (URL : http://www.profi-forex. org/internet/poiskovye-sistemy/jandeks/entry1008152424. html).

С такой оценкой согласны аналитики RATA (Российская ассоциа- ция туристических агентств). Что же до рейтинга остальных участников, у RATA есть вполне обоснованные сомнения. Тем не менее:

1) туоператор Pegas Touristik (461 242 запроса в Яндексе) — не только лидер популярности у россиян, но и крупнейшая туристическая компания в стране. Главной оценкой качества работы является постоянно увеличивающееся количество клиентов компании. PegasTouristik, благодаря планированию, инвестициям в технологии, устойчивой политике, успешному управлению и гибкости, про- должает задавать тенденции в области туризма. Кроме того, к пре- имуществам компании можно отнести: обеспечение качествен- ных и надежных авиаперевозок, предложения комфортабельных и популярных отелей, приемлемые цены. Компания предлагает заказ туров 24 часа в сутки без выходных, осуществляет отправку туристов из 45 городов России. С компанией сотрудничают более 2500 отелей разного класса в 21 стране мира. «Pegas Touristik» занимается организацией массового, индивидуально, спортивно- го и VIP- туризма. По всей России клиентов обслуживают более 690 офисов продаж. Реализуются следующие турнаправления: Турция, Тунис, Египет, Греция, Испания, Иордания, Андорра, Израиль, Вьетнам, Индия, Таиланд, Куба, Китай, Индонезия, Кения, ОАЭ, Мексика, Кипр, Марокко, Доминикана, Мальдивы;

2) вторым, но с огромным отрывом от лидера, является туристический оператор «Библио Глобус» (173 895 запросов в Яндексе). «Библио Глобус» туроператор же более 18 лет специализируется на выезд- ном туризме, предлагая круизы, пляжный отдых, комбинирован- ные туры на популярных курортах в странах Южной и Северной Америки, Юго-восточной Азии, а также Африки и Европы. «Библио Глобус» предлагает полные пакеты туров, которые включают в себя трансфер и авиаперелет. Ежегодно туроператор расширяет спектр своих услуг и направлений,предлагая достойный отдых по приемлемой цене;

3) третье место среди популярных туроператоров занял Coral Travel (164 730 запросов в Яндексе) — оператор, который уже более двад- цати лет работает на рынке. На сегодняшний день сеть представи- тельств Coral Travel, принадлежащей международному холдингу OTI, работает в Украине, России, Белоруссии, Турции и Польше. Компания предлагает лучшие отели и курорты в 26 странах мира — Испании, Турции, Греции, Таиланде, Египте, Тунисе, Израиле, Марокко, ОАЭ, Кубе, Китае, Индии, Танзании, Маврикии, Доминикане, Мальдивах, Индонезии, Вьетнаме, Шри- Ланке, Сейшелах, Сингапуре, Камбодже, Мексике, Иордании, Австрии, Андорре. Coral Travel может организовывать групповые и индивидуальные туры, по желанию клиента, на базе регулярных рейсов или собственных чартерных программ, а также активно занимается развитием спортивного и VIP-туризма;

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
Сертификат: [illegible]
Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна
Действителен: с 19.08.2022 по 19.08.2023

4) четвертая позиция в рейтинге популярных туроператоров принадлежит компании

«Натали Турс» (80 267 запросов в Яндексе), кото- рая в основном ориентирована на массовый отдых. С «Натали Турс» можно провести выходные в Испании, Кипре, Греция, Турция,Италия, Турция, Австрии, Таиланде, Египте, Андорре, на Кубе, в Доминиканской республике, Мексике, Франции, ОАЭ, Бразилии или подобрать интересный морской круиз. Кроме того, компания предоставляет своим клиентам онлайн-сервис, с помощью которого можно выбирать (используя кнопку «корзина покупателя»; см. Приложение, рис. 10) и бронировать (используя на выбор кнопки «заказать» или «Отправить заявку на бронирование тура в турагентство»; см. Приложение, рис. 11) туры, отели, авиабилеты, автомобили или можно приобрести медицинскую страховку. Если активирована кнопка «заказать», от вас потребуют аутентификацию, если кнопка «Отправить заявку на бронирование тура в турагентство» — следует заполнить анкету клиентов до 3 человек(в нашем примере см. Приложение, рис. 12). В основе любой коммерческой деятельности лежит маркетинг — система управления производственно-сбытовой деятельностью фирмы, ориентированная на получение прибыли с помощью активного влияния на рыночные условия и процессы. В основе маркетинга — решение трех укрупненных проблем: выяснение сегодняшнего состояния фирмы, выработка планов на будущее, определение путей осуществления этих планов.Отсюда, основными коммерческими задачами фирмы являются: получение товара (его изготовление, или покупка); выяснение состава потенциальных потребителей; выяснение состава потенциальных покупателей; информирование потенциальных покупателей и потребителей о наличии у фирмы этого товара и намерении его продать (или готовности предоставить данную услугу); продажа товара (предоставление услуги) и получение денег за реализованный товар или услугу; доставка товара; гарантийное обслуживание.

Кроме того, существуют дополнительные коммерческие задачи, связанные с проведением специальных мероприятий по изучению рынков.

С точки зрения специалистов по e-commerce перечисленные задачи сводятся к следующему набору элементарных операций:

- при проведении рыночных исследований: поиск информации; ее получение; обработка;
- при продвижении товаров: создание образа фирмы; реклама товаров и услуг; формирование положительного отношения к результатам деятельности фирмы;
- при реализации товаров: информирование покупателей; оформление заявок на товары иуслуги; оплата; доставка.

Использовать Internet при решении этих задач можно в виде следующих услуг:

- коммуникационные услуги (обмен информацией с филиалами, поставщиками,клиентами, общественностью);
- автоматизированный поиск информации;
- получение информации с помощью электронной почты, FTP, теле-конференций;
- использование удаленного доступа для обработки информации в режиме ON-LINE;
- предоставление информационных услуг;
- разработка и размещение в Сети Web — представительства фирмы для проникновения на рынок, продвижения товаров, информирования покупателей, оформления заявок на товары и услуги, изучения мнений покупателей, потребителей, специалистов;
- для проведения других специальных мероприятий по изучению рынков;
- для реализации торгового процесса (оплата товаров и услуг, их доставка покупателю и

др.).

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
Сертификат: 2C0[illegible]0043E[illegible]
Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна
Действителен: с 19.08.2022 по 19.08.2023

Среди перечисленных услуг особое место по своим возможностям занимает создание и

ведение (эксплуатация) Web-представительства фирмы.

Исходя из общих задач коммерческой деятельности фирмы на рынке полнофункциональный (All Inclusive) интернет-проект электронной коммерции может быть представлен в виде спиральной модели поэтапного развития (рис. 5):

SP (SalesPromotions) — проект продвижения на Информационном рынке:

- Версия 1.0 Web-присутствие в Интернете;
- Версия 1.1 Информационный Web для информирования клиентов о производимыхтоварах и услугах;
- Версия 1.2 Web-promotion для продвижения товаров и услуг;
- Версия 1.3 Web-форум с обратной связью для изучения мнений покупателей, потребителей, специалистов оптовой и розничной торговли, промышленности.

IC (InternetCommerce) — проект выхода на рынок интернет-коммерции — как правило, IC- проект является дальнейшим развитием SP-проекта с наследованием всей функциональности:

- Версия 2.0 Web-витрина — Информационный Web преобразуется в Web-витрину для информирования клиентов о производимых товарах и услугах и (или) о сервисном и гарантийном обслуживания клиентов;
- Версия 2.1 Web-заявка для приема от клиентов заявок (запросы к СУБД) на товары и услуги, оплаты и доставки товаров и услуг;
- Версия 2.2 Web-оплата для осуществления платежей;
- Версия 2.3 Web-доставка для доставки продукта потребителю.

CALS — проект технической поддержки WEB. Аббревиатура CALS расшифровывается как Continuous Acquisition and Life cycle Support — непрерывная информационная поддержка жизненного цикла продукта. Встречается также другой перевод, менее схожий с исходным названием, но более близкий по смыслу: обеспечение неразрывной связи между производством и прочими этапами жизненного цикла изделия. Данная технология, разработанная в 80-х годах в Министерстве обороны США, распространилась по всему миру и охватила практически все сферы мировой экономики. Она предназначена для повышения эффективности и качества бизнес- процессов, выполняемых на протяжении всего жизненного цикла продукта, за счет применения безбумажных технологий. Началом создания системы CALS-технологий явилась разработка системы стандартов описания процессов на всех этапах жизненного цикла продукции.

- Версия 3.0 Web-консалтинг профессионального обучения сотрудников;
- Версия 3.1 Web-проектирование совместной реализации проектов удаленными исполнителями (Web для совместного проектирования). Таким образом, AI-проект = SP-проект + IC-проект + CALS-проект.

Каждый из перечисленных видов Web-представительств имеет свои особенности, которые отражаются в его структуре и функциях. При создании Web-представительства фирмы может преследоваться несколько целей, в результате чего усложняется структура представительства.

Вопросы и задания

1. По каким категориям классифицируется электронная коммерция?
2. Как оцениваются состояние и перспективы развития интернет-коммерции вроссийском туризме?
3. Что представляют собой туристские информационные ресурсы и как они классифицируются?
4. Каковы основные рейтинговые туристские ресурсы в Рунете?
5. Какими показателями определяется эффективность поисковых средств

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
Сертификат: [illegible]5E7BA500060000043E
Владелец: Шебухова Татьяна Александровна
Действителен: с 19.08.2022 по 19.08.2023

Интернета?

6. Как классифицируютсяпредставительства туристских фирм в Рунете?
7. Как и в каком виде организуется реклама в Интернете?
8. Каковы требования к содержательной рекламе туристских фирм в Рунете?
9. Каковы основные требования к внешней рекламе туристских фирм в Рунете?

10. В чем заключаются преимущества и недостатки баннерной рекламы по сравнениюс обычной?
11. Какие виды рекламы относятся к категории спама?
12. Охарактеризуйте типы туристских рынков электронной коммерции.
13. Какими технологиями представлен туристский рынок B2B?
14. В чем заключается специфика туристских торговых площадок?
15. Какими технологиями представлен туристский рынок B2C?
16. Какие показатели включаются в систему оценки эффективности сайта?
17. Основные направления использования Internet в туризме и индустриигостеприимства.
18. Интернет как средство продвижения туристских и гостиничных услуг.

Список литературы, рекомендуемый к использованию по данной теме

Основная литература:

Жук, Ю. А. Информационные технологии: мультимедиа Электронный ресурс / Жук Ю. А. : учебное пособие для вузов. - 3-е изд., стер. - Санкт-Петербург : Лань, 2021. - 208 с. - ISBN 978-5-8114-6683-2, экземпляров неограниченно.

2. Современные информационные технологии Электронный ресурс : Сборник трудов по материалам 3-й межвузовской научно-технической конференции с международным участием 29 сентября 2017 г. / В. И. Воловач [и др.] ; ред. В. М. Артюшенко. - Королёв : Научный консультант, МГОТУ, 2017. - 191 с. - Книга находится в премиум-версии ЭБС IPR BOOKS. - ISBN 978-5-9500999-7-7, экземпляров неограниченно

Перечень дополнительной литературы:

1. Современные информационные технологии Электронный ресурс : учебное пособие / С.С. Мытько / Д.А. Репечко / И.А. Королькова / А.Р. Ванютин / А.П. Алексеев ; ред. А.П. Алексеев. - Самара : Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2016. - 101 с. - Книга находится в базовой версии ЭБС IPRbooks., экземпляров неограниченно

2. Современные мультимедийные информационные технологии Электронный ресурс : учебное пособие / С.С. Мытько / Д.А. Репечко / А.П. Алексеев / А.Р. Ванютин / И.А. Королькова. - Современные мультимедийные информационные технологии,2019-05-25. - Москва : СОЛОН-ПРЕСС, 2017. - 108 с. - Книга находится в базовой версии ЭБС IPRbooks. - ISBN 978-5-91359-219-4, экземпляров неограниченно

Тема 4. Информационно-технологические системы в туризме

Цель занятия: рассмотреть понятие автоматизация деятельности туристских фирм и гостиниц.

Формируемые в результате освоения компетенции или их части:

ОПК-1. Способен формировать технологическую концепцию туристской организации, организовывать внедрение технологических новаций и программного обеспечения в сфере туризма

ПК-6. Способен применять современные информационные и коммуникативные технологии для обеспечения конкурентоспособности предприятий сферы туризма и

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
Сертификат: 2C0000043E9AB8B952205E7BA500060000043E
Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна
Действителен: с 19.08.2022 по 19.08.2023

индустрии гостеприимства

Актуальность темы: заключается в том, что при её изучении у студентов формируется набор компетенций, знаний, умений и навыков, которые станут основой их профессиональной деятельности в сфере туризма и гостеприимства.

Теоретическая часть

Необходимость автоматизации процессов управления в туристской компании уже стала своего рода аксиомой, но проблемными по-прежнему остаются методика и обстоятельства перехода на новые технологии.

Любая автоматизация туристской фирмы предполагает внедрение в деятельность туристской компании автоматизированных рабочих мест, которые реализуют тот комплекс обеспечивающих и функциональных информационных технологий, способствующих выполнению тех или иных задач управления. Целью автоматизации турфирмы является информационная поддержка формирования и принятия решений менеджером туристской компании.

В большинстве случаев в автоматизации турфирмы реализована лишь подготовка информации для анализа ситуации, на основе анализа кото- рой сотрудник может принять решение. Таким образом, информационные технологии управления турфирмами предназначены для автоматизации деятельности туроператоров и турагентов по формированию и реализации турпродукта потребителюВ настоящее время на российском туристском рынке можно выделить следующие этапы автоматизации типовой турфирмы.Применение стандартного программного обеспечения. Например, использование программ Word, Excel, PowerPoint, Outlook, готовых баз данных Access, программ-переводчиков, бухгалтерских, финансовых, систем управления документами, знаниями и т.д.). Применение специальных типовых информационных технологий управления для туристского бизнеса («Мастер-Тур», «Само-Тур» и др.).Использование глобальных компьютерных систем бронирования (AMADEUS, GALILEO, SABRE и др.).

Сопряжение типовых информационных технологий управления с системами бронирования.Участие в электронной торговле или электронном бизнесе.

Таким образом, разнообразные информационные технологии управления, используемые в туризме (программные комплексы, сопряженные с глобальными компьютерными системами бронирования и локальными программами типа бухгалтерских или программ рассылки факсов) позволяют все бизнес-процессы в туризме превратить в электронные, реализуя безбумажные технологии, технологии обмена информацией по электрон- ной почте и возможности сети Интернет.

Выбор турфирмами программных продуктов и специфика их использования зависят от многих факторов:

направления деятельности турфирмы, совокупности решаемых задач, исходной технологии, принятой на турфирме, суммарного объема продаж, финансового состояния компании;

осведомленности руководства турфирмы о программном обеспечении, существующем на рынке информационных технологий управления в туризме, о его достоинствах и недостатках;

режима работы компьютеров (автономный или сетевой).

При выборе программного обеспечения целесообразно обратить внимание на следующие моменты:

известность и надежность. Зарекомендовавшие себя информационные технологии управления имеют опыт внедрения на разных турфирмах, что гарантирует их высокий уровень и отсутствие «узких мест»;

дружелюбность, простота, стандартность интерфейса. Интер- фейс — это способ общения человека и программы, поэтому к нему предъявляется ряд требований, а именно:

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
Сертификат: 2C0[illegible]5E7BA500060000043E
Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна
Действителен: с 19.08.2022 по 19.08.2023

простота, понятность, дружелюбность (реагировал на ошибки подсказками), должен быть графическим (ориентированным на работу с мышью), стандартным (обеспечивал одинаковые для всех частей программного комплекса методы и правила управления);

приемлемая стоимость информационной технологии управления турфирмой и ее обслуживания. Полная стоимость автоматизации турфирмы складывается из стоимости программного обеспечения, техники, обучения, услуг обслуживания и т.д. В этой стоимости можно выделить сумму, которая будет израсходована сразу на при- обретение техники и программного продукта и сумму постоянных расходов на обслуживание техники и программного продукта. Сравнивать разные информационные технологии следует только по их полной стоимости или стоимости владения.

В настоящее время на российском туристском рынке для автоматизации турфирм активно продвигаются типовые информационные технологии управления, основной целью которых является обслуживание их деятельности. Типовая информационная технология управления должна отвечать следующим требованиям:

соответствовать нормам российского законодательства;

охватывать все стороны производственно-хозяйственной и финансовой деятельности турфирмы, обеспечивая при этом:

функциональную полноту — отдельная программа (подсистема или модуль) должна обеспечивать автоматизацию наиболее полного набора функций отдельного подразделения турфирмы,

эффективность — высокую производительность автоматизированной системы при выполнении всех функций;

комплексность — обеспечение тесной связи (интегрированности) отдельных модулей между собой,

гибкость и открытость архитектуры — возможность дополнения системы новыми модулями, вписывающимися в общую структуру уже установленной системы управления,

масштабируемость — одинаково эффективно функционировать при любых объемах обрабатываемой информации и вне зависимости от числа участников процесса;

быть современным и конкурентоспособным информационным продуктом в своем классе, используя:

современные передовые технологии туристского бизнеса, передовые информационные технологии;

иметь возможность модернизации программ в связи с высокими темпами научно-технического прогресса, который обусловливает изменение оборудования и технологий; обеспечивать надежность и безопасность хранения данных, иметь защиту от несанкционированного доступа как по отдельным технологическим операциям, так и по системе управления в целом; в случае несанкционированного доступа — уметь обнаруживать его;

иметь гибкую и быструю настройку параметров на особенности конкретной фирмы;

иметь фирменную техническую поддержку: консультации, семинары, «горячая линия», выезд специалиста, доступность новых версий программного обеспечения (стоимость которых значительно ниже, чем первая покупка программного обеспечения);

обладать мощным статистическим и аналитическим блоками для оперативного анализа деятельности турфирмы и принятия стратегических решений, что особенно важно в условиях конкурентной борьбы;

быть реализована на базе архитектуры «клиент-сервер», обеспечивая обработку информации, находящейся в разных местах, без потерь производительности.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
Сертификат: 2C0000043E9AB8B9[illegible]
Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна
Действителен: с 19.08.2022 по 19.08.2023

Вопросы и задания

1. Какие существуют критерии выбора информационной технологии управления длятурфирм?

2. Для чего предназначены информационные технологии управления

турфирмами?

3. Перечислите требования к типовым информационным технологиям управлениятурфирмами. Каковы преимущества их использования?

4. Сравните программные комплексы «МАСТЕР-ТУР», «САМО-Тур» и TURWINMULTIPRO.

5. Назовите особенности работы с системой FIDELIO F&B.

6. Почему использование гостиницами собственных программных продуктов невсегда является оптимальным путем автоматизации деятельности отеля?

7. От каких факторов зависит эффективность внедрения и использованияинформационных технологий управления гостиницей?

8. Какие главные модули FIDELIO Front Office вы знаете и каково их назначение?

9. Какие виды отчетов можно составлять с помощью системы FIDELIO Front Office?

10. Назовите основные преимущества системы управления гостиницей Lodging TouchLIBICA по сравнению с другими системами автоматизации.

11. Назовите основные функции системы автоматизации гостиницы

12. «Эдельвейс».

13. Для каких целей используется система MICROS и каковы ее возможности?

14. Перечислите достоинства систем FIDELIO и MICROS

15. Назовите основные понятия, используемые в системе FIDELIO F&B.

16. Какие виды АРМ системы R-keeper вы знаете? Кратко охарактеризуйте их.

Список литературы, рекомендуемый к использованию по данной теме

Основная литература:

Жук, Ю. А. Информационные технологии: мультимедиа Электронный ресурс / Жук Ю. А. : учебное пособие для вузов. - 3-е изд., стер. - Санкт-Петербург : Лань, 2021. - 208 с. - ISBN 978-5-8114-6683-2, экземпляров неограниченно.

2. Современные информационные технологии Электронный ресурс : Сборник трудов по материалам 3-й межвузовской научно-технической конференции с международным участием 29 сентября 2017 г. / В. И. Воловач [и др.] ; ред. В. М. Артюшенко. - Королёв : Научный консультант, МГОТУ, 2017. - 191 с. - Книга находится в премиум-версии ЭБС IPR BOOKS. - ISBN 978-5-9500999-7-7, экземпляров неограниченно

Перечень дополнительной литературы:

1. Современные информационные технологии Электронный ресурс : учебное пособие / С.С. Мытько / Д.А. Репечко / И.А. Королькова / А.Р. Ванютин / А.П. Алексеев ; ред. А.П. Алексеев. - Самара : Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2016. - 101 с. - Книга находится в базовой версии ЭБС IPRbooks., экземпляров неограниченно

2. Современные мультимедийные информационные технологии Электронный ресурс : учебное пособие / С.С. Мытько / Д.А. Репечко / А.П. Алексеев / А.Р. Ванютин / И.А. Королькова. - Современные мультимедийные информационные технологии,2019-05-25. - Москва : СОЛОН-ПРЕСС, 2017. - 108 с. - Книга находится в базовой версии ЭБС IPRbooks. - ISBN 978-5-91359-219-4, экземпляров неограниченно

Тема 5. Проблемы и перспектив информационно-технологического обеспечения в туризме

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
Сертификат: 2C0000043E9AB8B952205E7BA500060000043E
Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна
Действителен: с 19.08.2022 по 19.08.2023

Цель занятия: рассмотреть понятие Российский и зарубежный опыт использования возможностей интернета для продвижения туристских дестинаций, зарубежный опыт информационного обеспечения туризма.

Формируемые в результате освоения компетенции или их части:

ОПК-1. Способен формировать технологическую концепцию туристской организации, организовывать внедрение технологических новаций и программного обеспечения в сфере туризма

ПК-6. Способен применять современные информационные и коммуникативные технологии для обеспечения конкурентоспособности предприятий сферы туризма и индустрии гостеприимства

Актуальность темы: заключается в том, что при её изучении у студентов формируется набор компетенций, знаний, умений и навыков, которые станут основой их профессиональной деятельности в сфере туризма и гостеприимства.

Теоретическая часть

Традиционный взгляд на дестинацию как на исключительно географическую зону (страну, город, остров) сегодня вытеснен подходом, исходящим из восприятия потребителя, которое основывается на цели путешествия, культурной среде, прошлом опыте и пр. Например, Лондон является туристкой дестинацией для немецких бизнесменов, Европа — для китайских туристов, приехавших окунуться в другую культуру. Для некоторых туристов дестинацией (как целью путешествия и пунктом назначения) может стать конкретный санаторий, гостиничный комплекс. С другой стороны, есть дестинации, которые разделены административными границами, но воспринимаются и потребляются туристами как часть единого продукта (например, Альпы). Есть и примеры формирования несколькими административными территориями единой дестинации (например, «Золотое кольцо» в России). Однако, в любом случае, дестинация имеет конкретную территориальную привязку, в большинстве случаев она совпадает с административными и политическими границами, но это не обязательно

Как комплексный продукт дестинация включает:

- аттракции (природные и культурные, естественные и искусственно созданные,специальные события);
- инфраструктура (средства размещения, систему питания, магазины и другиетуристские услуги);
- доступность — (транспортная, экономическая, визовая и пр.);
- мероприятия, виды деятельности (все виды деятельности, которыми можетзаняться турист во время пребывания в дестинации);
- вспомогательные услуги (банки, телекоммуникации, система здравоохранения,система охраны порядка и пр.);
- доступные пакеты — оформленный пакет предложений дестинации, покупаемый через маркетинговых посредников — туроператоров, турагентов, авиакомпании и пр.

Продукт дестинации состоит из 3 уровней:

1) основной продукт — то, зачем турист посещает дестинацию и что дестинацияможет ему предложить. В основе туризма, как в основе любого продукта, лежит удовлетворение определенных потребностей людей. Дестинация предлагает туристу ряд аттракций, которые могутудовлетворить эти потребности;

2) сопутствующий продукт — то, что обеспечивает потребление основного продукта, но не имеет самостоятельной ценности для туриста. К таким элементам относится туристская инфраструктура: система размещения, система питания, транспорт, система подготовки кадров;

3) дополнительный продукт — то, что не создается специально для туристов, но потребляется ими, так как на определенное время они становятся частью территории (платежные системы и системы без- опасности, страхования, здравоохранения и пр.).

Продвижение основного продукта дестинации Поскольку, дестинация прежде всего географическая зона, то для про-движения в Сети актуальным является вопрос представительства интернет-проекта. Для стран — это правительства, для регионов —

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
Сертификат: 2C000[illegible]
Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна
Действителен: с 19.08.2022 по 19.08.2023

региональные власти, для городов — муниципальные. Продвижение в Сетитребует затрат, поэтому интернет-проекты дестинаций априори финансируются из бюджета. В рыночных условиях не исключается привлечение частных инвестиций, но в таком случае, проект должен рекламировать спонсорскую помощь тем или иным способом. Рассмотрим сайты продвижения дести- нации на примере стран, использующих разные схемы финансирования проектов.

Коммерческий проект — Турция

Правительство Турции, в 1963 г. вышедшей на арену туризма, в конце 1980х гг. взяло курс на создание отвечающей мировым стандартам туристической индустрии. Сейчас уже трудно найти самый первый и самый официальный сайт Турции. Среди тех, кто уже очень давно рекламирует эту страну, по мнению российских энтузиастов Турции (URL : http:// www.turkey90.ru):

- www.turizm.gov.tr — информация для путешественников;
- www.gototurkey.co.uk — Добро пожаловать в Турцию;
- www.goturkey.com — официальный туристический портал о Турции.

Сайт www.turizm.gov.tr локализован на двух языках — турецком (рис. 37) и английском (рис. 38). Из рисунков видно, что версии локализации отличаются. Госбюджетный проект — Россия

Официальный сайт Федерального агентства по туризму Министерства культуры Российской Федерации. Действующая версия официального сайта Федерального агентства по туризму (Ростуризм) Минспорттуризма России была открыта 1 сентября 2009 года.

Сайт полностью содержится за счет бюджетных средств. Поэтому информационные ресурсы, непосредственно доступные с http://www. russiatourism.ru, находятся в государственной собственности Российской Федерации, если иное не установлено законодательством об информации, информатизации и защите информации. Указанные информационные ресурсы содержат информацию открытого доступа, которая не может рассматриваться как конфиденциальные сведения, подлежащие защите в соответствии с законодательством о государственной тайне. Указанная информация также не может рассматриваться как объект для использования в коммерческих целях. Лица и/или организации, желающие разместить гиперссылку на сайт Ростуризма в целях использования в качестве элемента информационной (содержательной) структуры своего интернет-ресурса (например, в каталоге, предусматривающем реконструкцию текста, либо в виде самостоятельной тематической рубрики и т.п.), а также в виде графической ссылки (баннера), в обязательном порядке уведомляют об этом пресс-службу Ростуризма. В настоящее время конкурентные преимущества в туризме в большей степени формируются в информационном поле. Информационные техно- логии являются современным инновационным ресурсом повышения конкурентоспособности в туризме. Они позволяют сформировать новые конкурентные преимущества на всех уровнях деятельности в сфере туризма. Это в полной мере относится как к отдельным туристским предприятиям, так и к повышению конкурентоспособности туристских дестинаций.

Информационное развитие становится критически важным фактором конкурентного успеха в туризме на всех уровнях. Оно предполагает увеличение количества информации в системе, что позволяет лучше адаптироваться к изменяющимся внешним условиям. Информационное развитие связано с процессом распространения информационно- ориентированных инноваций, которые приводят к увеличению как количества информации, так и организационному разнообразию. Такими инновациями являются цифровые технологии, компьютерная техника, телекоммуникационные системы, в том числе, электронная почта, Интернет.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
Сертификат: [illegible]
Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна
Действителен: с 19.08.2022 по 19.08.2023

Успешная деятельность любой фирмы на рынке туристского бизнеса в настоящее время практически немыслима без использования современных информационных технологий. Основной ресурс, который используют- ся в турбизнесе на этапе разработки идеи и создания туристского продукта, представляется в виде информационных потоков.

При этом специфика современной технологии разработки и реализации туристского продукта требует таких информационных систем, которые бы в кратчайшие сроки предоставляли актуальную и адекватную информацию по всем составляющим компонентам турпродукта, в том числе сведения о доступности транс- портных средств, наличии билетов, возможностях размещения туристов и др. Необходимо обеспечить быстрое бронирование мест, а также автоматизацию решения вспомогательных задач при предоставлении туристских услуг, в том числе, формирование и печать документов, обеспечение расчетной и справочной информацией и т.п. Это достижимо при условии широкого использования компьютерных технологий обработки и передачи информации. Современная индустрия туризма за последние годы претерпела весьма существенные изменения в связи свнедрением новых компьютерных технологий.

Применяемые в современном туристском бизнесе информационные технологии можно разделить на две группы. В первую группу следует отнести технологии, способствующие автоматизации и повышению эффективности внутриофисных бизнес-процессов, их можно назвать технологиями back-office. Они позволяют обеспечить быстрое и качественное формирование туристского продукта с использованием современных систем бронирования, создавать и поддерживать в актуальном состоянии базы данных отелей, партнеров, клиентов, формировать необходимую документационную базу туристских предприятий, обеспечивать электронный документооборот и др. К этой группе можно отнести глобальные системы бронирования, такие как Amadeus, Galileo, Sabre, Worldspan, системы бронирования туров или отдельных туристских услуг, программы автоматизации туроператорских и турагентских компаний программы автоматизации управления гостиничными комплексами.

Вторая группа информационных технологий реализует взаимодействие с конечным потребителем, в связи с чем их можно назвать технологиями front-office. К этой группе можно отнести интернет-технологии, которые обеспечивают доступ конечного пользователя к информации о турах, средствах размещения, туристских ресурсах и т.п. Современный туристский продукт становится более гибким и доступным для потребите- ля, в том числе и за счет внедрения информационных технологий в сферу туристского бизнеса.

Следует подчеркнуть, что некоторые информационные технологии могут быть использованы как профессиональными работниками туристского бизнеса, так и конечными пользователями. Так системы бронирования туристских услуг предусматривают разнообразные возможности и степень доступа для различных субъектов туристского рынка. Для профессиональных участников туристского рынка глобальная сеть обеспечивает эффективную коммуникацию, поиск партнеров, новые маркетинговые инструменты продвижения туристского продукта, проведение маркетинговых исследований, создание виртуального туристского офиса, обеспечение электронной коммерции и другие возможности. Для конечного потребителя туристских услуг Интернет предоставляет возможность поиска разнообразной справочнойинформации, использование электронных каталогов по странам, туристским ресурсам, турпродуктам, средствам размещения, расписанию движения различных видов транспорта, получение оперативной информации по тарифам и ценам отелей, ресторанов, перевозчиков и др. Статистические данные свидетельствуют о том, что количество бронирований туристских услуг через Интернет возрастает, так, например, в туриндустрии США доля online бронирований составляет белее 50% от всех продаж.

Развитие информационных технологий приводит к увеличению числа туристов и во многом способствуют происходящему в настоящее время процессу глобализации. В условиях глобализации туристского рынка воз- растает роль и значение качества информационного обмена между всеми участниками туристского рынка. Прежде всего, это относится к информационным процессам «турагент – туроператор — принимающий туроператор». Для обеспечения конкурентоспособности туристского предприятия

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
Сертификат: [illegible]
Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна
Действителен: с 19.08.2022 по 19.08.2023

необходимо создание единого информационного пространства «поставщик — продавец туристского продукта». Качество и актуальность информационных обменов непосредственно влияет на качество предоставляемых туристских услуг, так как любое несоответствие или неточность предоставленной конечному пользователю информации, например, о средстве размещения, дополнительных услугах может отрицательно сказаться на тех впечатлениях и туристском опыте, которое получит конечный пользователь. Кроме того, в современных условиях качество туристского продукта определяется не только качеством предоставляемых основных услуг, но и наличием и уровнем информационного сопровождения и информационных коммуникаций.

Вопросы и задания

1. Какие существуют технологии для формирования информационной базы продвиженияТуристских дестинаций?
2. Как влияет информационное обеспечение туризма на его конкурентоспособность?
3. Приведите примеры успешного опыта продвижения зарубежных туристских дестинаций.
4. Какие информационные ресурсы следует предоставлять для успешного продвиженияТуристских дестинаций?
5. Как реализуется совместный информационный проект удаленными исполнителями?
6. Что такое единое информационное пространство туризма?

Список литературы, рекомендуемый к использованию по данной теме Основная литература:

Основная литература:

Жук, Ю. А. Информационные технологии: мультимедиа Электронный ресурс / Жук Ю. А. : учебное пособие для вузов. - 3-е изд., стер. - Санкт-Петербург : Лань, 2021. - 208 с. - ISBN 978-5-8114-6683-2, экземпляров неограниченно.

2. Современные информационные технологии Электронный ресурс : Сборник трудов по материалам 3-й межвузовской научно-технической конференции с международным участием 29 сентября 2017 г. / В. И. Воловач [и др.] ; ред. В. М. Артюшенко. - Королёв : Научный консультант, МГОТУ, 2017. - 191 с. - Книга находится в премиум-версии ЭБС IPR BOOKS. - ISBN 978-5-9500999-7-7, экземпляров неограниченно

Перечень дополнительной литературы:

1. Современные информационные технологии Электронный ресурс : учебное пособие / С.С. Мытько / Д.А. Репечко / И.А. Королькова / А.Р. Ванютин / А.П. Алексеев ; ред. А.П. Алексеев. - Самара : Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2016. - 101 с. - Книга находится в базовой версии ЭБС IPRbooks., экземпляров неограниченно

2. Современные мультимедийные информационные технологии Электронный ресурс : учебное пособие / С.С. Мытько / Д.А. Репечко / А.П. Алексеев / А.Р. Ванютин / И.А. Королькова. - Современные мультимедийные информационные технологии,2019-05-25. - Москва : СОЛОН-ПРЕСС, 2017. - 108 с. - Книга находится в базовой версии ЭБС IPRbooks. - ISBN 978-5-91359-219-4, экземпляров неограниченно

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
Сертификат: 2C0000043E9AB8B952205E7BA500060000043E
Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна
Действителен: с 19.08.2022 по 19.08.2023

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Пятигорский институт (филиал) СКФУ

Методические указания для обучающихся по организации и проведению самостоятельной работы по дисциплине «Современное информационно-технологическое обеспечение туристской индустрии»

для студентов направления подготовки **43.04.02 Туризм**
направленность (профиль) **Инновационные технологии в гостиничном и туристическом бизнесе**

Пятигорск, 2023

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
Сертификат: 2C0000043E9AB8B952205E7BA500060000043E
Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна
Действителен: с 19.08.2022 по 19.08.2023

СОДЕРЖАНИЕ

1. Ошибка! Закладка не определена.

2. Ошибка! Закладка не определена.

3. Ошибка! Закладка не определена.

4. Ошибка! Закладка не определена.

4.1. Методические рекомендации по работе с учебной литературой 5

4.2. Методические рекомендации по подготовке к практическим и лабораторным занятиям 7

4.3. Методические рекомендации по самопроверке знаний 7

4.4. Методические рекомендации по написанию научных текстов (докладов, докладов, эссе, научных статей и т.д.) 7

4.5. Методические рекомендации по выполнению исследовательских проектов 10

4.6. Методические рекомендации по подготовке к экзаменам и зачетам 13

5. Ошибка! Закладка не определена.

6. 40

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат: 2C0000043E9AB8B952205E7BA500060000043E

Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна

Действителен: с 19.08.2022 по 19.08.2023

1. Общие положения

Самостоятельная работа - планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Самостоятельная работа студентов (СРС) в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К основным видам самостоятельной работы студентов относятся:

- формирование и усвоение содержания конспекта лекций на базе рекомендованной лектором учебной литературы, включая информационные образовательные ресурсы (электронные учебники, электронные библиотеки и др.);

 написание докладов;

 подготовка к семинарам, практическим и лабораторным работам, их оформление;

 составление аннотированного списка статей из соответствующих журналов по отраслям знаний (педагогических, психологических, методических и др.);

-выполнение учебно-исследовательских работ, проектная деятельность;

- подготовка практических разработок и рекомендаций по решению проблемной ситуации;

- выполнение домашних заданий в виде решения отдельных задач, проведения типовых расчетов, расчетно-компьютерных и индивидуальных работ по отдельным разделам содержания дисциплин и т.д.;

- компьютерный текущий самоконтроль и контроль успеваемости на базе электронных обучающих и аттестующих тестов;

 выполнение курсовых работ (проектов) в рамках дисциплин;

 выполнение выпускной квалификационной работы и др.

Методика организации самостоятельной работы студентов зависит от структуры, характера и особенностей изучаемой дисциплины, объема часов на ее изучение, вида заданий для самостоятельной работы студентов, индивидуальных качеств студентов и условий учебной деятельности.

Процесс организации самостоятельной работы студентов включает в себя следующие этапы:

- подготовительный (определение целей, составление программы, подготовка методического обеспечения, подготовка оборудования);
- основной (реализация программы, использование приемов поиска информации, усвоения, переработки, применения, передачи знаний, фиксирование результатов, самоорганизация процесса работы);
- заключительный (оценка значимости и анализ результатов, их систематизация, оценка эффективности программы и приемов работы, выводы о направлениях оптимизации труда).

Самостоятельная работа по дисциплине «Современное информационно-технологическое обеспечение туристской индустрии» направлена на формирование следующих компетенции:

ОПК-1. Способен формировать технологическую концепцию туристской организации, организовывать внедрение технологических новаций и программного обеспечения в сфере туризма

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
Сертификат: 2C6000045E9AB0B952205A7BA36000600045E
Владелец: Шубухова Татьяна Александровна
Действителен: с 19.08.2022 по 19.08.2023

ПК-6. Способен применять современные информационные и коммуникативные технологии для обеспечения конкурентоспособности предприятий сферы туризма и индустрии гостеприимства

2. Цель и задачи самостоятельной работы

Ведущая цель организации и осуществления СРС совпадает с целью обучения студента – формирование набора общенаучных, профессиональных и специальных компетенций будущего бакалавра по соответствующему направлению подготовки

При организации СРС важным и необходимым условием становятся формирование умения самостоятельной работы для приобретения знаний, навыков и возможности организации учебной и научной деятельности. Целью самостоятельной работы студентов является овладение фундаментальными знаниями, профессиональными умениями и навыками деятельности по профилю, опытом творческой, исследовательской деятельности. Самостоятельная работа студентов способствует развитию самостоятельности, ответственности и организованности, творческого подхода к решению проблем учебного и профессионального уровня.

Задачами СРС являются:

- систематизация и закрепление полученных теоретических знаний и практических умений студентов;
- углубление и расширение теоретических знаний;
- формирование умений использовать нормативную, правовую, справочную документацию и специальную литературу;
- развитие познавательных способностей и активности студентов: творческой инициативы, самостоятельности, ответственности и организованности;
- формирование самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;
- развитие исследовательских умений;
- использование материала, собранного и полученного в ходе самостоятельных занятий на семинарах, на практических и лабораторных занятиях, при написании курсовых и выпускной квалификационной работ, для эффективной подготовки к итоговым зачетам и экзаменам.

Технологическая карта самостоятельной работы студента

Коды реализуемых компетенций	Вид деятельности студентов	Итоговый продукт самостоя-тельной работы	Средства и технологии оценки	Объем часов, в том числе (астр.)		
				СРС	Контактная работа с преподавателем	Всего
1 семестр						
ИД-1 $_{ОПК-1}$ ИД-2 $_{ОПК-1}$ ИД-3 $_{ОПК-1}$ ИД-1$_{ПК-6}$ ИД-2$_{ПК-6}$	Самостоятельное изучение литературы и источников	Конспект	Собеседование	48,105	5,345	53,45
ИД-1 $_{ОПК-1}$ ИД-2 $_{ОПК-1}$ ИД-3 $_{ОПК-1}$	Подготовка к практическим занятиям	Отчет по ПР	Защита ПР	3,645	0,405	4,05

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
Сертификат: 2C1C0043E9AB3B0A2C0E7B7A000600000043E
Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна
Действителен: с 19.08.2022 по 19.08.2023

ИД-1$_{ПК-6}$ ИД-2$_{ПК-6}$						
ИД-1 $_{ОПК-1}$ ИД-2 $_{ОПК-1}$ ИД-3 $_{ОПК-1}$ ИД-1$_{ПК-6}$ ИД-2$_{ПК-6}$	Написание реферата	реферат	Защита реферата	9	1	10
			Итого за 1 семестр	60,75	6,75	67,5
			Итого	60,75	6,75	67,5

4. Порядок выполнения самостоятельной работы студентом

4.1. Методические рекомендации по работе с учебной литературой

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги.

Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил.

Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу.

Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода).

При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа.

Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем.

Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались.

Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того на сколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Выделяют ***четыре основные установки в чтении научного текста***:

информационно-поисковый (задача – найти, выделить искомую информацию)

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
Сертификат: 2C0000043E04B8B952200E7E2D000000043E
Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна
Действителен: с 19.08.2022 по 19.08.2023

усваивающая (усилия читателя направлены на то, чтобы как можно полнее осознать и запомнить как сами сведения излагаемые автором, так и всю логику его рассуждений)

аналитико-критическая (читатель стремится критически осмыслить материал, проанализировав его, определив свое отношение к нему)

творческая (создает у читателя готовность в том или ином виде – как отправной пункт для своих рассуждений, как образ для действия по аналогии и т.п. – использовать суждения автора, ход его мыслей, результат наблюдения, разработанную методику, дополнить их, подвергнуть новой проверке).

Основные виды систематизированной записи прочитанного:

Аннотирование – предельно краткое связное описание просмотренной или прочитанной книги (статьи), ее содержания, источников, характера и назначения;

Планирование – краткая логическая организация текста, раскрывающая содержание и структуру изучаемого материала;

Тезирование – лаконичное воспроизведение основных утверждений автора без привлечения фактического материала;

Цитирование – дословное выписывание из текста выдержек, извлечений, наиболее существенно отражающих ту или иную мысль автора;

Конспектирование – краткое и последовательное изложение содержания прочитанного.

Конспект – сложный способ изложения содержания книги или статьи в логической последовательности. Конспект аккумулирует в себе предыдущие виды записи, позволяет всесторонне охватить содержание книги, статьи. Поэтому умение составлять план, тезисы, делать выписки и другие записи определяет и технологию составления конспекта.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли.

В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля.

Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

4.2. Методические рекомендации по подготовке к практическим и лабораторным занятиям

Для того чтобы практические и лабораторные занятия приносили максимальную пользу, необходимо помнить, что упражнение и решение задач проводятся по вычитанному на лекциях материалу и связаны, как правило, с детальным разбором отдельных вопросов лекционного курса. Следует подчеркнуть, что только после усвоения лекционного материала с определенной точки зрения (а именно с той, с которой он излагается на лекциях) он будет закрепляться на практических занятиях как в результате обсуждения и анализа лекционного материала, так и с помощью решения проблемных ситуаций, задач. При этих условиях студент не только хорошо усвоит материал, но и научится применять

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
Сертификат: [illegible]
Владелец: Щебзухова Татьяна Александровна
Действителен: с 19.08.2022 по 19.08.2023

его на практике, а также получит дополнительный стимул (и это очень важно) для активной проработки лекции.

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками.

Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

4.3. Методические рекомендации по самопроверке знаний

После изучения определенной темы по записям в конспекте и учебнику, а также решения достаточного количества соответствующих задач на практических занятиях и самостоятельно студенту рекомендуется, провести самопроверку усвоенных знаний, ответив на контрольные вопросы по изученной теме.

В случае необходимости нужно еще раз внимательно разобраться в материале.

Иногда недостаточность усвоения того или иного вопроса выясняется только при изучении дальнейшего материала. В этом случае надо вернуться назад и повторить плохо усвоенный материал. Важный критерий усвоения теоретического материала - умение решать задачи или пройти тестирование по пройденному материалу. Однако следует помнить, что правильное решение задачи может получиться в результате применения механически заученных формул без понимания сущности теоретических положений.

4.4. Методические рекомендации по написанию научных текстов (докладов, докладовов, эссе, научных статей и т.д.)

Перед тем, как приступить к написанию научного текста, важно разобраться, какова истинная цель вашего научного текста - это поможет вам разумно распределить свои силы и время.

Во-первых, сначала нужно определиться с идеей научного текста, а для этого необходимо научиться либо относиться к разным явлениям и фактам несколько критически (своя идея – как иная точка зрения), либо научиться увлекаться какими-то известными идеями, которые нуждаются в доработке (идея – как оптимистическая позиция и направленность на дальнейшее совершенствование уже известного). Во-вторых, научиться организовывать свое время, ведь, как известно, свободное (от всяких глупостей) время – важнейшее условие настоящего творчества, для него наконец-то появляется время. Иногда именно на организацию такого времени уходит немалая часть сил и талантов.

Писать следует ясно и понятно, стараясь основные положения формулировать четко и недвусмысленно (чтобы и самому понятно было), а также стремясь структурировать свой текст. Каждый раз надо представлять, что ваш текст будет кто-то читать и ему захочется сориентироваться в нем, быстро находить ответы на интересующие вопросы (заодно представьте себя на месте такого человека). Понятно, что работа, написанная «сплошным текстом» (без заголовков, без выделения крупным шрифтом наиболее важным мест и т, п.), у культурного читателя должна вызывать брезгливость и даже жалость к автору (исключения составляют некоторые древние тексты, когда и жанр был иной и к текстам относились иначе, да и самих текстов было гораздо меньше – не то, что в эпоху «информационного взрыва» и соответствующего «информационного мусора»).

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
Сертификат: [illegible]
Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна
Действителен: с 19.08.2022 по 19.08.2023

Объем текста и различные оформительские требования во многом зависят от принятых в конкретном учебном заведении порядков.

Доклад - это самостоятельное исследование студентом определенной проблемы, комплекса взаимосвязанных вопросов.

Доклад не должна составляться из фрагментов статей, монографий, пособий. Кроме простого изложения фактов и цитат, в доклад е должно проявляться авторское видение проблемы и ее решения.

Рассмотрим основные этапы подготовки

а студентом.

Выполнение доклада начинается с выбора темы.

Затем студент приходит на первую консультацию к руководителю, которая предусматривает:

- обсуждение цели и задач работы, основных моментов избранной темы;
- консультирование по вопросам подбора литературы;
- составление предварительного плана.

Следующим этапом является работа с литературой. Необходимая литература подбирается студентом самостоятельно.

После подбора литературы целесообразно сделать рабочий вариант плана работы. В нем нужно выделить основные вопросы темы и параграфы, раскрывающие их содержание.

Составленный список литературы и предварительный вариант плана уточняются, согласуются на очередной консультации с руководителем.

Затем начинается следующий этап работы - изучение литературы. Только внимательно читая и конспектируя литературу, можно разобраться в основных вопросах темы и подготовиться к самостоятельному (авторскому) изложению содержания доклада. Конспектируя первоисточники, необходимо отразить основную идею автора и его позицию по исследуемому вопросу, выявить проблемы и наметить задачи для дальнейшего изучения данных проблем.

Систематизация и анализ изученной литературы по проблеме исследования позволяют студенту написать работу.

Рабочий вариант текста доклада предоставляется руководителю на проверку. На основе рабочего варианта текста руководитель вместе со студентом обсуждает возможности доработки текста, его оформление. После доработки доклад сдается на кафедру для его оценивания руководителем.

Требования к написанию доклада

Написание 1 доклада является обязательным условием выполнения плана СРС по любой дисциплине профессионального цикла.

Тема доклада может быть выбрана студентом из предложенных в рабочей программе или фонде оценочных средств дисциплины, либо определена самостоятельно, исходя из интересов студента (в рамках изучаемой дисциплины). Выбранную тему необходимо согласоваться с преподавателем.

Доклад должен быть написан научным языком.

Объем доклада должен составлять 20-25 стр.

Структура доклада:

● Введение (не более 3-4 страниц). Во введении необходимо обосновать выбор темы, ее актуальность, очертить область исследования, объект исследования, основные цели и задачи исследования.

● Основная часть состоит из 2-3 разделов. В них раскрывается суть исследуемой проблемы, проводится обзор мировой литературы и источников Интернет по предмету исследования, в котором дается характеристика степени разработанности проблемы и авторская аналитическая оценка основных теоретических подходов к ее решению. Изложение материала не должно ограничиваться лишь описательным подходом к раскрытию выбранной темы. Оно также должно содержать собственное видение

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
Сертификат: [illegible]
Владелец: Щебзухова Татьяна Александровна
Действителен: с 19.08.2022 по 19.08.2023

рассматриваемой проблемы и изложение собственной точки зрения на возможные пути ее решения.

- Заключение (1-2 страницы). В заключении кратко излагаются достигнутые при изучении проблемы цели, перспективы развития исследуемого вопроса
- Список использованной литературы (не меньше 10 источников), в алфавитном порядке, оформленный в соответствии с принятыми правилами. В список использованной литературы рекомендуется включать работы отечественных и зарубежных авторов, в том числе статьи, опубликованные в научных журналах в течение последних 3-х лет и ссылки на ресурсы сети Интернет.
- Приложение (при необходимости).

Требования к оформлению:

- текст с одной стороны листа;
- шрифт Times New Roman;
- кегль шрифта 14;
- межстрочное расстояние 1,5;
- поля: сверху 2,5 см, снизу – 2,5 см, слева - 3 см, справа 1,5 см;
- доклад должен быть представлен в сброшюрованном виде.

Порядок защиты доклада:

Защита доклада проводится на практических занятиях, после окончания работы студента над ним и исправления всех недочетов, выявленных преподавателем в ходе консультаций. На защиту доклада отводится 5-7 минут времени, в ходе которого студент должен показать свободное владение материалом по заявленной теме. При защите доклада приветствуется использование мультимедиа-презентации.

Оценка доклада

Доклад оценивается по следующим критериям:

• соблюдение требований к его оформлению;

• необходимость и достаточность для раскрытия темы приведенной в тексте доклада информации;

• умение студента свободно излагать основные идеи, отраженные в докладе;

• способность студента понять суть задаваемых преподавателем и сокурсниками вопросов и сформулировать точные ответы на них.

Критерии оценки:

Оценка «отлично» выставляется студенту, если в докладе студент исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно излагает материал; свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний; использует для написания доклада современные научные материалы; анализирует полученную информацию; проявляет самостоятельность при написании доклада.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если качество выполнения доклада достаточно высокое. Студент твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопросы по теме доклада.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если материал доклада излагается частично, но пробелы не носят существенного характера, студент допускает неточности и ошибки при защите доклада, дает недостаточно правильные формулировки, наблюдаются нарушения логической последовательности в изложении материала.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он не подготовил доклад или допустил существенные ошибки. Студент неуверенно излагает материал доклада, не отвечает на вопросы преподавателя.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
Сертификат: [illegible]
Владелец: Щебзухова Татьяна Александровна
Действителен: с 19.08.2022 по 19.08.2023

4.5. Методические рекомендации по выполнению исследовательских проектов

Исследовательская проектная работа – это групповая работа, для выполнения которой необходим выбор и приложение научной методики к поставленной задаче, получение собственного теоретического или экспериментального материала, на основании которого

необходимо провести анализ и сделать выводы об исследуемом явлении. Выполнение проекта – это всегда коллективная, творческая практическая работа, предназначенная для получения определенного продукта или научно-технического результата. Такая работа подразумевает четкое, однозначное формирование поставленной задачи, определение сроков выполнения намеченного, определение требований к разрабатываемому объекту.

Выполнение 1 группового проекта является обязательным условием выполнения самостоятельной работы по любой дисциплине профессионального цикла. Тема проектного задания может быть выбрана студентом из предложенных в рабочей программе или фонде оценочных средств дисциплины, либо определена самостоятельно, исходя из интересов студента (в рамках изучаемой дисциплины). Выбранную тему необходимо согласоваться с преподавателем.

Требования по выполнению и оформлению проекта

При выполнении проекта приветствуется работа в группе (2-3 человека). Проект – это исследовательская работа, в ходе которой студенты должны продемонстрировать владение навыками научного исследования, умения проводить анализ, обобщать информацию, делать выводы, предлагать свои решения проблемы, рассматриваемой в проекте.

При подготовке материалов проекта студенты должны продемонстрировать владение современными методами компьютерной обработки данных.

Критерии оценки работы участника проекта.

Для каждого из участников проекта оцениваются:

• профессиональные теоретические знания в соответствующей области;

• умение работать со справочной и научной литературой, осуществлять поиск необходимой информации в Интернет;

• умение работать с техническими средствами;

• умение пользоваться соответствующими выполняемому проекту информационными технологиями;

• умение готовить материалы проекта для презентации: составлять и редактировать тексты, формировать презентацию проекта;

• умение работать в команде;

• умение публично представлять результаты собственной деятельности;

• коммуникабельность, инициативность, творческие способности.

Критерии выставления оценки участникам проекта

Оценка	Профессиональные компетенции	Компетенции, связанные с использованием соответствующих выполняемому проекту технических средств и информационных технологий	Иные универсальные компетенции (коммуникабельность, инициативность, умение работать в «команде», управленческие навыки и т.д.)	Отчетность
«Отлично»	Работа выполнена на высоком профессиональном уровне. Представленный материал в основном фактически верен, допускаются негрубые	Технические средства и информационные технологии освоены и использованы для реализации проекта полностью	Студент проявил инициативу, творческий подход, способность к выполнению сложных заданий, навыки работы в	Проект представлен полностью и в срок.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
Сертификат: 2C0000043E9AB8B95205E7BA5080600000043E
Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна
Действителен: с 19.08.2022 по 19.08.2023

Оценка	Профессиональные компетенции	Компетенции, связанные с использованием соответствующих выполняемому проекту технических средств и информационных технологий	Иные универсальные компетенции (коммуникабельность, инициативность, умение работать в «команде», управленческие навыки и т.д.)	Отчетность
	фактические неточности. Студент свободно отвечает на вопросы, связанные с проектом.		коллективе, организационные способности.	
«Хорошо»	Работа выполнена на достаточно высоком профессиональном уровне. Допущено до 4–5 фактических ошибок. Студент отвечает на вопросы, связанные с проектом, но недостаточно полно.	Обнаруживаются некоторые ошибки в использовании соответствующих технических средств и информационных технологий	Студент достаточно полно, но без инициативы и творческих находок выполнил возложенные на него задачи.	Проект представлен достаточно полно и в срок, но с некоторыми недоработками.
«Удовлетворительно»	Уровень недостаточно высок. Допущено до 8 фактических ошибок. Студент может ответить лишь на некоторые из заданных вопросов, связанных с проектом.	Обнаруживает недостаточное владение навыками работы с техническими средствами и соответствующими информационными технологиями	Студент выполнил большую часть возложенной на него работы.	Проект сдан со значительным опозданием (более недели) и не полностью
«Неудовлетворительно»	Работа не выполнена или выполнена на низком уровне. Допущено более 8 фактических ошибок. Ответы на связанные с проектом вопросы обнаруживают непонимание предмета и отсутствие ориентации в материале проекта.	Навыков работы с техническими средствами нет, информационные технологии не освоены	Студент практически не работал, не выполнил свои задачи или выполнил лишь отдельные не существенные поручения в групповом проекте.	Проект не сдан.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
Сертификат: 2C0000043E9AB8B952205E7BA500060000043E
Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна
Действителен: с 19.08.2022 по 19.08.2023

Студенты должны: защитить проект в режиме презентации, предъявить файлы выполненного проекта, уметь рассказать о технологиях, использованных ими при выполнении проекта, дать оценку работы каждого члена группы (*если проект групповой*).

Темы рефератов

Базовый уровень

1. Эволюция систем бронирования и резервирования
2. Классификация систем бронирования и резервирования.
3. Характеристика и функциональные возможности отечественных и зарубежных систем бронирования и резервирования.
4. Международные нормативно-правовые акты по использованию систем бронирования и резервирования.
5. GDS – глобальная распределительная система
6. Геоинформационные системы: понятие, общие сведения
7. Общие функциональные компоненты ГИС
8. Классификация ГИС
9. Сферы и примеры применения ГИС-технологий
10. Геоинформационные системы в туризме. Примеры ГИС

Повышенный уровень

1. Глобальная система бронирования AMADEUS
2. Глобальная система бронирования GALILEO
3. Глобальная система бронирования WORLDSPAN
4. Глобальная система бронирования SABRE
5. Характеристика системы бронирования Сирена, Туринтел, Continent-ANT, Алеан
6. Интернет маркетинг туристских услуг
7. Онлайн стратегии Business-to-Business
8. Законодательные аспекты электронной коммерции
9. Системы оплаты туристических услуг электронной коммерции
10. Рынок туристических услуг электронной коммерции
11. Перспективные разработки программ автоматизации туристского офиса.
12. Программные комплексы «МАСТЕР-ТУР», «САМО-Тур», «TURWIN MULTIPRO».

Методические рекомендации по подготовке к экзаменам и зачетам

Изучение многих общепрофессиональных и специальных дисциплин завершается экзаменом. Подготовка к экзамену способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к экзамену, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На экзамене студент демонстрирует то, что он приобрел в процессе обучения по конкретной учебной дисциплине.

Экзаменационная сессия - это серия экзаменов, установленных учебным планом. Между экзаменами интервал 3-4 дня. Не следует думать, что 3-4 дня достаточно для успешной подготовки к экзаменам.

В эти 3-4 дня нужно систематизировать уже имеющиеся знания. На консультации перед экзаменом студентов познакомят с основными требованиями, ответят на возникшие у них вопросы. Поэтому посещение консультаций обязательно.

Требования к организации подготовки к экзаменам те же, что и при занятиях в течение семестра, но соблюдаться они должны более строго. Во-первых, очень важно соблюдение режима дня, сон не менее 8 часов в сутки, занятия заканчиваются не позднее, чем за 2-3 часа до сна. Оптимальное время занятий - утренние и дневные часы. В перерывах между занятиями рекомендуются прогулки на свежем воздухе, неутомительные занятия спортом.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
Сертификат: [illegible]
Владелец: Щебзухова Татьяна Александровна
Действителен: с 19.08.2022 по 19.08.2023

Во-вторых, наличие хороших собственных конспектов лекций. Даже в том случае, если была пропущена какая-либо лекция, необходимо во время ее восстановить (переписать ее на кафедре), обдумать, снять возникшие вопросы для того, чтобы запоминание материала было осознанным. В-третьих, при подготовке к экзаменам у студента должен быть хороший учебник или конспект литературы, прочитанной по указанию преподавателя в течение семестра. Здесь можно эффективно использовать листы опорных сигналов.

Вначале следует просмотреть весь материал по сдаваемой дисциплине, отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов.

Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время экзаменационной сессии для систематизации знаний.

Контроль самостоятельной работы студентов

Контроль самостоятельной работы проводится преподавателем в аудитории.

Предусмотрены следующие виды контроля: собеседование, оценка доклада, оценка презентации, оценка участия в круглом столе, оценка выполнения проекта.

Подробные критерии оценивания компетенций приведены в Фонде оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации.

Список литературы для выполнения СРС

Основная литература:

1. Жук, Ю. А. Информационные технологии: мультимедиа Электронный ресурс / Жук Ю. А. : учебное пособие для вузов. - 3-е изд., стер. - Санкт-Петербург : Лань, 2021. - 208 с. - ISBN 978-5-8114-6683-2, экземпляров неограниченно.

2. Современные информационные технологии Электронный ресурс : Сборник трудов по материалам 3-й межвузовской научно-технической конференции с международным участием 29 сентября 2017 г. / В. И. Воловач [и др.] ; ред. В. М. Артюшенко. - Королёв : Научный консультант, МГОТУ, 2017. - 191 с. - Книга находится в премиум-версии ЭБС IPR BOOKS. - ISBN 978-5-9500999-7-7, экземпляров неограниченно

1.1.1. **Перечень дополнительной литературы:**

1. Современные информационные технологии Электронный ресурс : учебное пособие / С.С. Мытько / Д.А. Репечко / И.А. Королькова / А.Р. Ванютин / А.П. Алексеев ; ред. А.П. Алексеев. - Самара : Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2016. - 101 с. - Книга находится в базовой версии ЭБС IPRbooks., экземпляров неограниченно

2. Современные мультимедийные информационные технологии Электронный ресурс : учебное пособие / С.С. Мытько / Д.А. Репечко / А.П. Алексеев / А.Р. Ванютин / И.А. Королькова. - Современные мультимедийные информационные технологии,2019-05-25. - Москва : СОЛОН-ПРЕСС, 2017. - 108 с. - Книга находится в базовой версии ЭБС IPRbooks. - ISBN 978-5-91359-219-4, экземпляров неограниченно

Методическая литература:

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
Сертификат: 2C0000043E9AB8B352205E7BA500000000043E
Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна
Действителен: с 19.08.2022 по 19.08.2023

1. Методические указания по выполнению практических работ по дисциплине «Современное информационно-технологическое обеспечение туристской индустрии»

2. Методические указания по организации самостоятельной работы студентов по дисциплине «Современное информационно-технологическое обеспечение туристской индустрии»

Интернет-ресурсы:

1. http://el.ncfu.ru/ – система управления обучением ФГАОУ ВО СКФУ. Дистанционная поддержка дисциплины «Современное информационно-технологическое обеспечение туристской индустрии»
2. http://www.un.org - Сайт ООН Информационно-коммуникационные технологии
3. http://www.intuit.ru – Интернет-Университет Компьютерных технологий.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
Сертификат: 2C0000043E9AB8B952205E7BA500060000043E
Владелец: Шебзухова Татьяна Александровна
Действителен: с 19.08.2022 по 19.08.2023