

Документ: Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования  
Информация о владельце: "Самарский государственный экономический университет"  
ФИО: Кандрашина Елена Александровна  
Должность: И.о. ректора ФГАОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»  
Дата подписания: 06.07.2026 17:02:25  
Уникальный программный ключ:  
2db64eb9605ce27edd3b8e8fdd32c70e0674ddd2

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)  
«ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В  
ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»**

Уровень высшего образования: бакалавриат

Направление подготовки: 43.03.02 Туризм

Направленность (профиль) подготовки: Управление бизнесом в сфере туризма

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Формы обучения: очная, очно-заочная

Год набора (приема на обучение): 2026

Срок получения образования: Очная форма обучения – 4 года  
Очно-заочная форма обучения – 4 года 6 месяца(-ев)

Объем: в зачетных единицах: 3 з.е.  
в академических часах: 108 ак.ч.

г. Самара, 2026

**Разработчики:**

Кандидат технических наук Ахмадуллин Ф. Р.

Рабочая программа дисциплины (модуля) составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 43.03.02 Туризм, утвержденного приказом Минобрнауки от 08.06.2017 № 516, с учетом трудовых функций профессиональных стандартов: "Экскурсовод (гид)", утвержден приказом Минтруда России от 24.12.2021 № 913н; "Руководитель/управляющий гостиничного комплекса/сети гостиниц", утвержден приказом Минтруда России от 07.05.2015 № 282н; "Специалист по организации конгрессных мероприятий", утвержден приказом Минтруда России от 19.06.2024 № 303н.

## Согласование и утверждение

№	Подразделение или коллегиальный орган	Ответственное лицо	ФИО	Виза	Дата, протокол (при наличии)
1	Институт маркетинга, логистики и сервиса	Заведующий кафедрой, руководитель подразделения, реализующего ОП	Яхнеева И. В.	Рассмотрено	26.05.2026, № 10

## 1. Цель и задачи освоения дисциплины (модуля)

Цель освоения дисциплины - Формирование у обучающихся компетенций для эффективного применения ИКТ в управлении туристическим бизнесом, организации взаимодействия с клиентами и партнёрами, а также для анализа и оптимизации бизнес процессов в туристической отрасли.

Задачи изучения дисциплины:

- Формирование понимания ключевых информационно-коммуникационных технологий и их роли в управлении бизнес-процессами в туристической отрасли.;
- Освоение инструментов цифрового взаимодействия с клиентами (включая омниканальные решения) и методов анализа потребительского поведения на базе данных.;
- Изучение специализированных ИТ-решения (системы бронирования, CRM, аналитические дашборды) для повышения эффективности туристских услуг..

## 2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

*Компетенции, индикаторы и результаты обучения*

ПК-3 Способен использовать современные технологии для организации эффективного взаимодействия с потребителями и заинтересованными сторонами

ПК-3.1 Знает особенности применения современных информационно-коммуникационных технологий в туристском бизнесе

*Знать:*

ПК-3.1/Зн1 Особенности применения современных информационно-коммуникационных технологий в туристском бизнесе, включая специфику цифровых платформ, систем бронирования и инструментов онлайн-продвижения туристических услуг.

*Уметь:*

ПК-3.1/Ум1 Применять современные информационно-коммуникационные технологии для решения типовых задач в туристском бизнесе — например, подбирать цифровые инструменты под конкретные бизнес-процессы и оценивать их эффективность.

*Владеть:*

ПК-3.1/Нв1 Навыками использования ИКТ-инструментов (CRM-систем, сервисов аналитики, платформ для онлайн-бронирования и др.) при организации и сопровождении туристских услуг.

ПК-5 Способен осуществлять разработку, ресурсное обеспечение, реализацию и продвижение туристских проектов, включая конгрессные мероприятия в системе делового туризма

ПК-5.2 Разрабатывает туристские проекты и реализует программы их маркетингового продвижения в потребительском и корпоративном сегментах

*Знать:*

ПК-5.2/Зн1 Современные информационно-коммуникационные технологии и цифровые инструменты, применяемые при разработке туристских проектов и маркетинговом продвижении в потребительском и корпоративном сегментах.

*Уметь:*

ПК-5.2/Ум1 Применять цифровые платформы и аналитические инструменты для формирования туристских продуктов и построения стратегий их продвижения в разных сегментах рынка.

*Владеть:*

ПК-5.2/Нв1 Навыками использования ИКТ-решений (CRM, системы аналитики, инструменты цифрового маркетинга) для реализации и мониторинга эффективности туристских проектов.

ПК-6 Способен осуществлять информационную поддержку и сервисное сопровождение туристов (экскурсантов), удовлетворяющие их потребности

ПК-6.3 Использует современные технологии в целях полной информационной поддержки туристов (экскурсантов), обеспечения их безопасности и высокой степени удовлетворенности качеством услуг

*Знать:*

ПК-6.3/Зн1 Современные информационно коммуникационные технологии, обеспечивающие информационную поддержку туристов, их безопасность и высокий уровень удовлетворённости услугами.

*Уметь:*

ПК-6.3/Ум1 Применять цифровые инструменты и сервисы для предоставления туристам полной информации, мониторинга их безопасности и повышения качества обслуживания.

*Владеть:*

ПК-6.3/Нв1 Навыками работы с ИТ решениями (мобильные приложения, чат боты, системы навигации и др.) для комплексной поддержки туристов и оперативного реагирования на их запросы.

### 3. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина (модуль) «Информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности» относится к формируемой участниками образовательных отношений части образовательной программы и изучается в семестре(ах): Очная форма обучения - 4, Очно-заочная форма обучения - 4.

В процессе изучения дисциплины студент готовится к решению типов задач профессиональной деятельности, предусмотренных ФГОС ВО и образовательной программой.

Компетенция	Предшествующие дисциплины	Последующие дисциплины
ПК-3 - Способен использовать современные технологии для организации эффективного взаимодействия с потребителями и заинтересованными сторонами		
ПК-3.1 Знает особенности применения современных информационно-коммуникационных технологий в туристском бизнесе	Нейросетевые технологии в социальных медиа, Технологии цифровой экономики, Учебная практика: ознакомительная практика	Выполнение и защита выпускной квалификационной работы, Нейросетевые технологии в социальных медиа, Производственная практика: преддипломная практика, Реклама и связи с общественностью в туризме, Учебная практика: ознакомительная практика
ПК-5 - Способен осуществлять разработку, ресурсное обеспечение, реализацию и продвижение туристских проектов, включая конгрессные мероприятия в системе делового туризма		

ПК-5.2 Разрабатывает туристские проекты и реализует программы их маркетингового продвижения в потребительском и корпоративном сегментах	Нейросетевые технологии в социальных медиа	Выполнение и защита выпускной квалификационной работы, Консультационный проект, Нейросетевые технологии в социальных медиа, Оценка стоимости бизнеса, Производственная практика: преддипломная практика, Производственная практика: сервисная практика, Реклама и связи с общественностью в туризме
ПК-6 - Способен осуществлять информационную поддержку и сервисное сопровождение туристов (экскурсантов), удовлетворяющие их потребности		
ПК-6.3 Использует современные технологии в целях полной информационной поддержки туристов (экскурсантов), обеспечения их безопасности и высокой степени удовлетворенности качеством услуг	Нейросетевые технологии в социальных медиа	Выполнение и защита выпускной квалификационной работы, Нейросетевые технологии в социальных медиа, Производственная практика: преддипломная практика, Производственная практика: сервисная практика, Управление рисками

#### 4. Объем дисциплины (модуля) и виды учебной работы

##### Очная форма обучения

Период обучения	Общая трудоемкость (часы)	Общая трудоемкость (ЗЕТ)	Контактная работа (часы, всего)	Лабораторные занятия (часы)	Лекционные занятия (часы)	Индивидуальная контактная работа (часы)	Самостоятельная работа (часы)	Промежуточная аттестация
Четвертый семестр	108	3	36	18	18	0,15	53,85	Зачет
Всего	108	3	36	18	18	0,15	53,85	18

##### Очно-заочная форма обучения

Период обучения	Общая трудоемкость (часы)	Общая трудоемкость (ЗЕТ)	Контактная работа (часы, всего)	Лабораторные занятия (часы)	Лекционные занятия (часы)	Индивидуальная контактная работа (часы)	Самостоятельная работа (часы)	Промежуточная аттестация
Четвертый семестр	108	3	4	2	2	0,15	85,85	Зачет

Всего	108	3	4	2	2	0,15	85,85	18
-------	-----	---	---	---	---	------	-------	----

## 5. Содержание дисциплины (модуля)

### 5.1. Разделы, темы дисциплины и виды занятий

(часы промежуточной аттестации не указываются)

#### Очная форма обучения

Наименование раздела, темы	Всего	Лабораторные занятия	Лекционные занятия	Самостоятельная работа
<b>Раздел 1. Введение в компьютерные сети. Организация компьютерных сетей</b>	<b>42</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>26</b>
Тема 1.1. Основные термины и определения компьютерных сетей (клиент, сервер, служба, пакет, протокол).	12	2	2	8
Тема 1.2. Методы коммутации. Классификации сетей, локальные, корпоративные и глобальные сети.	12	2	2	8
Тема 1.3. История появления компьютерных сетей. Стандартизация в телекоммуникациях.	18	4	4	10
<b>Раздел 2. Глобальные сети и Интернет. Облачные и мобильные технологии. Электронные сервисы</b>	<b>47,85</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>27,85</b>
Тема 2.1. Web-серверы, протоколы HTTP, HTTPS. URL. Основы вебпрограммирования, HTML, CSS. Размещение сайта в Web. Поисковые системы.	14	2	2	10
Тема 2.2. Электронная почта: возможности, принципы работы. Этика электронной переписки. Передача файлов, FTP. Пиринговые сети. Web 2.0. Блоги. Социальные сети. Wikитехнология. Вопросы информационной безопасности в сети. Электронная цифровая подпись	18	4	4	10

Тема 2.3. Облачные Интернет-технологии в экономических системах, достоинства и недостатки. Модели обслуживания облачных вычислений. Хранение данных в облаке. Модели SaaS, PaaS, DaaS, IaaS. Обзор современных мобильных устройств. Критерии выбора устройства (внешние интерфейсы, ОС и т.д.).	15,85	4	4	7,85
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------	---	---	------

*Очно-заочная форма обучения*

Наименование раздела, темы	Всего	Лабораторные занятия	Лекционные занятия	Самостоятельная работа
<b>Раздел 1. Введение в компьютерные сети. Организация компьютерных сетей</b>	<b>44</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>42</b>
Тема 1.1. Основные термины и определения компьютерных сетей (клиент, сервер, служба, пакет, протокол).	14			14
Тема 1.2. Методы коммутации. Классификации сетей, локальные, корпоративные и глобальные сети.	16	1	1	14
Тема 1.3. История появления компьютерных сетей. Стандартизация в телекоммуникациях.	14			14
<b>Раздел 2. Глобальные сети и Интернет. Облачные и мобильные технологии. Электронные сервисы</b>	<b>45,85</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>43,85</b>
Тема 2.1. Web-серверы, протоколы HTTP, HTTPS. URL. Основы вебпрограммирования, HTML, CSS. Размещение сайта в Web. Поисковые системы.	14			14

Тема 2.2. Электронная почта: возможности, принципы работы. Этика электронной переписки. Передача файлов, FTP. Пиринговые сети. Web 2.0. Блоги. Социальные сети. Wikитехнология. Вопросы информационной безопасности в сети. Электронная цифровая подпись	14			14
Тема 2.3. Облачные Интернет-технологии в экономических системах, достоинства и недостатки. Модели обслуживания облачных вычислений. Хранение данных в облаке. Модели SaaS, PaaS, DaaS, IaaS. Обзор современных мобильных устройств. Критерии выбора устройства (внешние интерфейсы, ОС и т.д.).	17,85	1	1	15,85

## 5.2. Контрольные мероприятия по дисциплине

Вид контроля	Форма контроля/Оценочное средство
Текущий контроль	Тестирование
Промежуточная аттестация	Зачет

№ п/п	Наименование раздела	Вид контроля/ используемые оценочные материалы	
		Текущий	Промежут. аттестация
1	Введение в компьютерные сети. Организация компьютерных сетей	Тестирование	Зачет
2	Глобальные сети и Интернет. Облачные и мобильные технологии. Электронные сервисы	Тестирование	Зачет

## 6. Оценочные материалы текущего контроля

### 1. Введение в компьютерные сети. Организация компьютерных сетей Тестирование

№ п/п	Содержание вопроса		Компетенция
		Правильный ответ (ключ ответа)	
1	Выберите один правильный ответ Какой инструмент наиболее подходит для оперативного взаимодействия с клиентами в режиме реального времени? а) Электронная почта б) Чат бот на сайте компании в) Печатная рекламная брошюра г) Годовой отчет компании		ПК-3
	Ответ:	б	

2	<p>Выберите один правильный ответ</p> <p>Что понимается под омниканальностью в работе с потребителями?</p> <p>а) Использование только одного канала коммуникации для всех клиентов  б) Применение разных каналов связи без их интеграции между собой  в) Единая интегрированная система взаимодействия с клиентом через разные каналы с сохранением истории контактов  г) Отказ от цифровых каналов в пользу личного общения</p> <p>Ответ: в</p>	ПК-3								
3	<p>Выберите один правильный ответ</p> <p>Какой из перечисленных инструментов позволяет сегментировать клиентскую базу и настраивать персонализированные рассылки?</p> <p>а) CRM система  б) Текстовый редактор  в) Табличный процессор без надстроек  г) Простой файловый архив</p> <p>Ответ: а</p>	ПК-3								
4	<p>Выберите один правильный ответ</p> <p>Для чего в работе с заинтересованными сторонами применяют дашборды?</p> <p>а) Для хранения первичных документов в бумажном виде  б) Для визуализации ключевых показателей и оперативного контроля ситуации  в) Для проведения личных собеседований  г) Для печати маркетинговых материалов</p> <p>Ответ: б</p>	ПК-3								
5	<p>Выберите один правильный ответ</p> <p>Какая технология помогает анализировать большие массивы данных о поведении потребителей для принятия управленческих решений?</p> <p>а) Big Data  б) Обычная электронная таблица  в) Бумажный журнал учёта  г) Текстовый файл с заметками</p> <p>Ответ: а</p>	ПК-3								
6	<p>Установите соответствие</p> <p>Соотнесите инструмент/технологии и её основное назначение при взаимодействии с потребителями:</p> <table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 50%;">Инструмент/технология</td> <td style="width: 50%;">Назначение</td> </tr> <tr> <td>1) Чат бот</td> <td>А) Персонализация предложений и хранение истории взаимодействий</td> </tr> <tr> <td>2) CRM система</td> <td>Б) Автоматизация типовых ответов и поддержка клиентов 24/7</td> </tr> <tr> <td>3) Дашборд</td> <td>В) Визуализация и мониторинг ключевых метрик взаимодействия</td> </tr> </table> <p>Ответ: 1 — Б, 2 — А, 3 — В.</p>	Инструмент/технология	Назначение	1) Чат бот	А) Персонализация предложений и хранение истории взаимодействий	2) CRM система	Б) Автоматизация типовых ответов и поддержка клиентов 24/7	3) Дашборд	В) Визуализация и мониторинг ключевых метрик взаимодействия	ПК-3
Инструмент/технология	Назначение									
1) Чат бот	А) Персонализация предложений и хранение истории взаимодействий									
2) CRM система	Б) Автоматизация типовых ответов и поддержка клиентов 24/7									
3) Дашборд	В) Визуализация и мониторинг ключевых метрик взаимодействия									
7	<p>Установите соответствие</p> <p>Соотнесите канал коммуникации и его преимущество:</p> <table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 50%;">Канал коммуникации</td> <td style="width: 50%;">Преимущество</td> </tr> <tr> <td>1) Мессенджеры</td> <td>А) Возможность детального изложения информации и прикрепления файлов</td> </tr> <tr> <td>2) Электронная почта</td> <td>Б) Высокая скорость реакции и удобство для коротких сообщений</td> </tr> <tr> <td>3) Социальные сети</td> <td>В) Широкий охват аудитории и возможность вовлечения через контент</td> </tr> </table> <p>Ответ: 1 — Б, 2 — А, 3 — В.</p>	Канал коммуникации	Преимущество	1) Мессенджеры	А) Возможность детального изложения информации и прикрепления файлов	2) Электронная почта	Б) Высокая скорость реакции и удобство для коротких сообщений	3) Социальные сети	В) Широкий охват аудитории и возможность вовлечения через контент	ПК-3
Канал коммуникации	Преимущество									
1) Мессенджеры	А) Возможность детального изложения информации и прикрепления файлов									
2) Электронная почта	Б) Высокая скорость реакции и удобство для коротких сообщений									
3) Социальные сети	В) Широкий охват аудитории и возможность вовлечения через контент									
8	<p>Установите соответствие</p> <p>Соотнесите термин и его определение:</p> <table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 50%;">Термин</td> <td style="width: 50%;">Определение</td> </tr> <tr> <td>1) Омниканальность</td> <td>А) Анализ больших массивов данных для выявления закономерностей</td> </tr> <tr> <td>2) Big Data</td> <td>Б) Интегрированное взаимодействие с клиентом через разные каналы</td> </tr> <tr> <td>3) Персонализация</td> <td>В) Адаптация предложений и коммуникаций под индивидуальные потребности клиента</td> </tr> </table> <p>Ответ: 1 — Б, 2 — А, 3 — В.</p>	Термин	Определение	1) Омниканальность	А) Анализ больших массивов данных для выявления закономерностей	2) Big Data	Б) Интегрированное взаимодействие с клиентом через разные каналы	3) Персонализация	В) Адаптация предложений и коммуникаций под индивидуальные потребности клиента	ПК-3
Термин	Определение									
1) Омниканальность	А) Анализ больших массивов данных для выявления закономерностей									
2) Big Data	Б) Интегрированное взаимодействие с клиентом через разные каналы									
3) Персонализация	В) Адаптация предложений и коммуникаций под индивидуальные потребности клиента									
9	<p>Установите правильную последовательность</p> <p>Установите правильную последовательность этапов внедрения CRM системы для улучшения взаимодействия с клиентами:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Обучение персонала работе с CRM</li> <li>2. Сбор требований и анализ текущих бизнес процессов</li> <li>3. Настройка системы под специфику компании</li> <li>4. Тестирование и корректировка настроек</li> <li>5. Запуск системы в промышленную эксплуатацию</li> </ol> <p>Ответ: 2 → 3 → 4 → 1 → 5.</p>	ПК-3								

10	Установите правильную последовательность Установите правильную последовательность шагов при разработке чат бота для поддержки клиентов: 1. Определение типовых вопросов и сценариев ответов 2. Выбор платформы для разработки чат бота 3. Тестирование бота на фокус группе 4. Интеграция чат бота с сайтом или мессенджером 5. Сбор обратной связи и доработка функционала	ПК-3
	Ответ: 1 → 2 → 4 → 3 → 5.	
11	Дайте верный ответ 11. Цифровой инструмент для взаимодействия с клиентами в небольшой туристической компании для учёта клиентов, истории бронирований и персонализации предложений (важно в туризме из за высокой конкуренции и важности лояльности).	ПК-3
	Ответ: CRM система	
12	Дайте верный ответ Цифровой инструмент для взаимодействия с клиентами в небольшой туристической компании для быстрой обработки типовых запросов (бронирование, условия, документы), что критично в сезон.	ПК-3
	Ответ: Чат бот в мессенджере.	
13	Дайте верный ответ Цифровой инструмент для взаимодействия с клиентами в небольшой туристической компании для оперативного контроля эффективности работы и принятия решений.	ПК-3
	Ответ: Дашборд с ключевыми метриками (конверсия, средний чек, отток)	
14	Дайте верный ответ Адаптация коммуникаций, предложений и сервиса под индивидуальные потребности и поведение клиента.	ПК-3
	Ответ: Персонализация	
15	Дайте верный ответ Стратегия выстраивания взаимодействия с клиентом, при которой все каналы коммуникации и продаж (сайт, мобильное приложение, соцсети, мессенджеры, офлайн-точки, телефон и др.) объединены в единую синхронизированную систему	ПК-3
	Ответ: Омниканальность	

## 2. Глобальные сети и Интернет. Облачные и мобильные технологии. Электронные сервисы Тестирование

№ п/п	Содержание вопроса		Компетенция
	Правильный ответ (ключ ответа)		
1	Выберите один правильный ответа. Какой цифровой инструмент наиболее целесообразно использовать на этапе формирования концепции туристского проекта для быстрой визуализации идей и структурирования требований заказчика? А) CRM-система Б) Miro / FigJam В) 1С:Турагентство Г) Power BI		ПК-5
	Ответ: б		
2	Выберите один правильный ответ Для ресурсного обеспечения конгрессного мероприятия в системе делового туризма критически важно оперативно согласовывать графики подрядчиков и площадки. Какая технология позволяет автоматизировать контроль сроков и зависимостей задач? А) Электронная почта Б) Диаграмма Ганта в Trello / MS Project В) Google Docs Г) Чат в мессенджере		ПК-5
	Ответ: б		
3	Выберите один правильный ответ При продвижении туристского проекта для бизнес аудитории наиболее эффективным каналом для точечного охвата целевой группы считается: А) Наружная реклама в спальных районах Б) Таргетированная реклама в профессиональных соцсетях (например, VK, TenChat) В) Радиоролики в прайм тайм Г) Печатные буклеты в супермаркетах		ПК-5
	Ответ: б		
4	Выберите один правильный ответ Какой тип данных в рамках Big Data целесообразно анализировать для прогнозирования загрузки конгресс отеля в рамках делового туризма? А) Отзывы гостей за прошлый год без привязки к датам Б) Исторические данные бронирований, календарь деловых событий, погодные тренды В) Только количество запросов в колл центр Г) Среднее время пребывания гостей без сегментации		ПК-5

	Ответ:	б	
5	Выберите один правильный ответ Какая технология обеспечивает безопасный обмен конфиденциальными документами между организаторами конгрессного мероприятия и подрядчиками? А) Отправка файлов через публичные файлообменники Б) Корпоративный портал с разграничением прав доступа и шифрованием В) Пересылка документов в личных сообщениях в соцсетях Г) Распечатка и курьерская доставка без описи		ПК-5
	Ответ:	б	
6	Установите соответствие Соотнесите этап жизненного цикла туристского проекта с подходящим цифровым инструментом: Этап проекта Инструмент 1) Разработка концепции и сбор требований А) Power BI, Яндекс Метрика 2) Ресурсное планирование и координация подрядчиков Б) Miro, Notion 3) Продвижение и оценка эффективности кампании В) MS Project, Trello		ПК-5
	Ответ:	1 — Б, 2 — В, 3 — А.	
7	Установите соответствие Соотнесите тип туристского проекта с приоритетной метрикой эффективности: Тип проекта Метрика 1) Конгрессное мероприятие (деловой туризм) А) Количество регистраций и доля подтверждённых участников 2) Тематический тур выходного дня Б) Коэффициент конверсии из просмотра в бронирование 3) Долгосрочная программа лояльности для корпоративных клиентов В) LTV (пожизненная ценность клиента), уровень повторных обращений		ПК-5
	Ответ:	1 — А, 2 — Б, 3 — В.	
8	Установите соответствие Соотнесите проблему в реализации туристского проекта с технологией, которая помогает её решить: Проблема Технология 1) Дублирование задач и потеря сроков при работе с подрядчиками А) Task трекер с уведомлениями и чек листами 2) Низкая вовлечённость аудитории в продвижение проекта Б) Контент план + SMM инструменты (Hootsuite, SMMplanner) 3) Сложности в оценке рентабельности проекта В) Финансовая модель в Excel / 1С + дашборд KPI		ПК-5
	Ответ:	1 — А, 2 — Б, 3 — В.	
9	Установите правильную последовательность Расположите этапы разработки туристского проекта в правильной последовательности: 1. Оценка эффективности и сбор обратной связи 2. Формирование концепции и определение целевой аудитории 3. Ресурсное обеспечение и заключение договоров с подрядчиками 4. Продвижение проекта и привлечение участников 5. Планирование логистики и программы мероприятия		ПК-3
	Ответ:	2 → 5 → 3 → 4 → 1.	
10	Установите правильную последовательность Установите правильную последовательность действий при запуске цифровой рекламной кампании для конгрессного мероприятия: 1. Настройка аналитики и UTM меток 2. Сегментация целевой аудитории и формирование портретов персон 3. Выбор каналов продвижения и распределение бюджета 4. Подготовка креативов и текстов объявлений 5. Запуск кампании и ежедневный мониторинг показателей		ПК-5
	Ответ:	2 → 3 → 4 → 1 → 5.	
11	Дайте верный ответ Цифровой инструмент для совместной работы команды над туристским проектом и для хранения базы знаний, документации, чек листов и контент планов.		ПК-5
	Ответ:	Notion / Confluence	
12	Дайте верный ответ Цифровой инструмент для совместной работы команды над туристским проектом и для мозговых штурмов, визуализации маршрутов, построения карт пользовательского пути.		ПК-5
	Ответ:	Miro	
13	Дайте верный ответ Цифровой инструмент для совместной работы команды над туристским проектом и для распределения задач, контроля сроков, отслеживания статусов и зависимостей между этапами проекта.		ПК-5
	Ответ:	Trello / Jira	

14	<p>Дайте верный ответ</p> <p>Расписание публикаций (постов, статей, видео и т. п.) на определённый период (неделя, месяц, квартал) с указанием тем, форматов, площадок и целей. Он помогает выпускать контент регулярно, не повторяться, распределять нагрузку и оценивать эффективность публикаций.</p>	ПК-5
	<p>Ответ:</p> <p>Контент-план</p>	
15	<p>Дайте верный ответ</p> <p>Временное целенаправленное мероприятие по созданию нового туристического продукта или услуги либо по развитию туристической территории/инфраструктуры, ограниченное по срокам, бюджету и ресурсам и ориентированное на конкретный результат.</p>	ПК-5
	<p>Ответ:</p> <p>Туристический проект</p>	
16	<p>Выберите один правильный ответ</p> <p>Какой цифровой инструмент наиболее эффективен для оперативного информирования туристов об изменениях в программе тура (например, переносе экскурсии)?</p> <p>а) Бумажный информационный лист в отеле</p> <p>б) Рассылка SMS или push уведомлений через мобильное приложение турфирмы</p> <p>в) Публикация новости на главной странице сайта раз в неделю</p> <p>г) Телефонный звонок каждому туристу менеджером в рабочее время</p>	ПК-6
	<p>Ответ:</p> <p>б</p>	
17	<p>Выберите один правильный ответ</p> <p>Для предоставления туристу персонализированных рекомендаций по ресторанам и достопримечательностям в городе пребывания целесообразно использовать:</p> <p>а) Общий путеводитель в PDF</p> <p>б) Чат бот на базе ИИ с учётом предпочтений туриста</p> <p>в) Списки объектов, распечатанные на ресепшене</p> <p>г) Справочную стойку без цифровых средств</p>	ПК-6
	<p>Ответ:</p> <p>б</p>	
18	<p>Выберите один правильный ответ</p> <p>Какая технология позволяет туристу в режиме реального времени отслеживать местоположение экскурсионной группы и расписание ближайших точек маршрута?</p> <p>а) Электронная почта</p> <p>б) GPS трекинг и мобильное приложение с картой маршрута</p> <p>в) Бумажная карта с отметками</p> <p>г) Радиосвязь между гидом и водителем</p>	ПК-6
	<p>Ответ:</p> <p>б</p>	
19	<p>Выберите один правильный ответ</p> <p>При организации сервисного сопровождения туристов с особыми потребностями (например, слабослышащих) наиболее эффективным ИКТ решением будет:</p> <p>а) Устные объявления гида без дополнительных средств</p> <p>б) Субтитры и текстовые уведомления в мобильном приложении, а также QR коды с текстовой информацией</p> <p>в) Только печатные буклеты увеличенным шрифтом</p> <p>г) Передача информации через других туристов</p>	ПК-6
	<p>Ответ:</p> <p>б</p>	
20	<p>Выберите один правильный ответ</p> <p>Для сбора обратной связи от туристов непосредственно после экскурсии с целью оперативного реагирования на проблемы лучше всего подходит:</p> <p>а) Анкета на бумаге, собираемая в конце тура</p> <p>б) Короткий онлайн опрос в мобильном приложении или по ссылке в SMS/мессенджере</p> <p>в) Письменные отзывы в книге жалоб и предложений</p> <p>г) Интервью по телефону через 2 недели после поездки</p>	ПК-6
	<p>Ответ:</p> <p>б</p>	
21	<p>Установите соответствие</p> <p>Соотнесите задачу сервисного сопровождения туриста с подходящим ИКТ инструментом:</p> <p style="text-align: center;">Задача</p> <p>ИКТ инструмент</p> <p>1) Оперативное оповещение об изменении времени трансфера и кнопкой «вызвать оператора»</p> <p>2) Помощь в решении возникшей проблемы на маршруте (например, потеря вещей) уведомлений и SMS рассылка</p> <p>3) Предоставление справочной информации (расписание музеев, адреса аптек) форма заявки + интеграция с CRM для быстрого ответа</p>	ПК-6
	<p>А) Чат бот с FAQ</p> <p>Б) Push</p> <p>В) Онлайн</p> <p>Ответ:</p> <p>1 — Б, 2 — В, 3 — А.</p>	

22	<p>Установите соответствие</p> <p>Соотнесите категорию туристов с оптимальным форматом информационной поддержки:</p> <p>Категория туристов</p> <p>Формат поддержки</p> <p>1) Туристы старшего возраста, менее активные пользователи смартфонов в мобильном приложении + голосовые подсказки</p> <p>2) Молодёжь, активные пользователи соцсетей и приложений телефон горячей линии + простые SMS</p> <p>3) Семья с детьми, которым важна наглядность и удобство навигации сторис/пуш уведомления, геймифицированные элементы в приложении</p> <p>А) Интерактивная карта</p> <p>Б) Печатные памятки +</p> <p>В) Мессенджеры,</p>	ПК-6
Ответ:	1 — Б, 2 — В, 3 — А.	
23	<p>Установите соответствие</p> <p>Соотнесите тип информации с каналом её предоставления для максимальной эффективности:</p> <p>Тип информации</p> <p>Канал предоставления</p> <p>1) Критическое изменение (отмена рейса, перенос вылета) «Частые вопросы» на сайте</p> <p>2) Справочные данные (режим работы объектов, цены, контакты) SMS/push уведомление + дублирование в мессенджере</p> <p>3) Рекомендации и идеи досуга (куда сходить вечером, где попробовать местную кухню) Персонализированные рекомендации в мобильном приложении/чат боте</p> <p>А) Раздел</p> <p>Б)</p> <p>В)</p>	ПК-6
Ответ:	1 — Б, 2 — А, 3 — В.	
24	<p>Установите правильную последовательность</p> <p>Расположите этапы организации информационной поддержки туристов перед началом тура в правильной последовательности:</p> <p>1. Отправка электронного ваучера и памятки с основными контактами</p> <p>2. Подтверждение бронирования и первичное приветственное письмо</p> <p>3. Напоминание о времени и месте сбора группы за 24 часа до старта</p> <p>4. Предоставление детального маршрута и расписания по дням</p> <p>5. Активация доступа к мобильному приложению/чату группы</p>	ПК-6
Ответ:	2, 1, 4, 5, 3.	
25	<p>Установите правильную последовательность</p> <p>Расположите шаги решения проблемы туриста, обратившегося через онлайн чат во время экскурсии, в правильной последовательности:</p> <p>1. Фиксация обращения в CRM системе с присвоением номера заявки</p> <p>2. Уточнение деталей проблемы и текущего местоположения туриста</p> <p>3. Направление оперативного решения (альтернативный трансфер, контакт гида, адрес ближайшего офиса)</p> <p>4. Первичное приветствие и подтверждение получения запроса</p> <p>5. Последующий контроль удовлетворённости туриста после решения проблемы</p>	ПК-6
Ответ:	4, 2, 1, 3, 5.	
26	<p>Дайте верный ответ</p> <p>Двумерный штрихкод в виде квадрата из чёрных и белых модулей, в котором зашифрована информация.</p>	ПК-6
Ответ:	QR-код	
27	<p>Дайте верный ответ</p> <p>Цифровой канал коммуникации, который целесообразно задействовать для обеспечения непрерывной информационной поддержки туристов в течение тура и предназначенного для предоставления расписания, карты, push уведомления, чата с поддержкой.</p>	ПК-6
Ответ:	Мобильное приложение турфирмы	
28	<p>Дайте верный ответ</p> <p>Цифровой канал коммуникации, который целесообразно задействовать для обеспечения непрерывной информационной поддержки туристов в течение тура и предназначенного для предоставления оперативная связи с гидом и координатором, обмена фото и новостями.</p>	ПК-6
Ответ:	Мессенджер/чат группы	
29	<p>Дайте верный ответ</p> <p>Цифровой канал коммуникации, который целесообразно задействовать для обеспечения непрерывной информационной поддержки туристов в течение тура и предназначенного для предоставления критического оповещения (изменения времени, отмена услуг), когда турист может быть без интернета.</p>	ПК-6
Ответ:	SMS рассылка	
30	<p>Дайте верный ответ</p> <p>Специалист, который обеспечивает слаженную работу команды: синхронизирует действия участников, следит за сроками и помогает достигать поставленных целей.</p>	ПК-6
Ответ:	Координатор группы	

## 7. Оценочные материалы промежуточной аттестации

*Зачет четвертый семестр - очная, очно-заочная*

№ п/п	Содержание вопроса		Компетенция
		Правильный ответ (ключ ответа)	
1	<p>Дайте развернутый ответ</p> <p>Какой отечественный инструмент лучше всего подходит для сбора мгновенной обратной связи от клиентов после оказания услуги?</p>		ПК-3, ПК-5, ПК-6
	<p>Ответ:</p>	<p>Яндекс Формы — это один из самых эффективных и доступных отечественных инструментов для организации сбора мгновенной обратной связи. Он идеально подходит для сценариев, когда нужно узнать мнение клиента сразу после оказания услуги (например, по SMS-уведомлению со ссылкой или через QR-код на чеке). Этот инструмент решает задачи:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Скорость запуска и простота использования Конструктор позволяет собрать форму за 5–10 минут без привлечения программистов. Для оценки качества услуги достаточно использовать готовый шаблон «Обратная связь» или составить линейный опрос из двух-трех вопросов.</li> <li>2. Мгновенная доставка данных в работу Это критически важный аспект для бизнеса. Ответы не просто копятся в таблице: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Интеграция с Яндекс Трекером: Негативный отзыв может автоматически создавать задачу для руководителя отдела контроля качества или старшего смены. Менеджеру придет уведомление: «Клиент недоволен стрижкой, номер телефона +7..., перезвонить в течение часа».</li> <li>- Уведомления на почту/в мессенджер: Ответственный сотрудник получает письмо мгновенно, как только клиент нажал кнопку «Отправить», что обеспечивает реакцию в режиме реального времени.</li> </ul> </li> <li>3. Гибкость форматов для точной оценки Для измерения удовлетворенности (CSAT) или индекса потребительской лояльности (NPS) в сервисе предусмотрены специализированные элементы: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Шкалы оценок (звездочки, цифры).</li> <li>- Слайдеры.</li> <li>- Выбор изображений (смайлики разных эмоций). Это снижает когнитивную нагрузку на клиента: ему проще ткнуть в звездочку, чем печатать текст, что повышает конверсию заполнения формы.</li> </ul> </li> <li>4. Отечественная инфраструктура и безопасность Все данные хранятся на серверах Яндекса в России. Это гарантирует соответствие законодательству РФ о персональных данных (ФЗ-152) и независимость от санкционных ограничений зарубежных сервисов (таких как Google Forms или Microsoft Forms). Для корпоративных пользователей сервиса «Яндекс 360» доступна расширенная аналитика и разграничение прав доступа внутри команды.</li> <li>5. Бесплатность и доступность Базовый функционал предоставляется бесплатно. Форма работает на любых устройствах (мобильных, десктопных) без установки дополнительных приложений клиенту — достаточно открыть ссылку в браузере. Таким образом, Яндекс Формы превращают субъективное впечатление клиента в структурированные цифровые данные, которые моментально попадают в систему управления задачами компании, позволяя исправлять ошибки сервиса практически «на лету».</li> </ol>	
2	<p>Дайте развернутый ответ</p> <p>Что такое мессенджер?</p>		ПК-3, ПК-5, ПК-6
	<p>Ответ:</p>	<p>Программа или сервис для мгновенного обмена сообщениями и медиафайлами через интернет.</p> <p>Мессенджер (от англ. messenger — посыльный, курьер) — это программа или онлайн-сервис для мгновенного обмена сообщениями через интернет. В отличие от традиционной электронной почты, общение в мессенджерах происходит в режиме реального времени.</p> <p>Как это работает технически Когда пользователь нажимает кнопку «Отправить», сообщение передается с его устройства на сервер приложения. Сервер мгновенно находит адресата по номеру телефона или уникальному ID и пересылает данные на его устройство. Если получатель офлайн, сообщение хранится на сервере и доставляется сразу после его подключения к сети. Для защиты данных используется сквозное шифрование (end-to-end encryption): прочитать переписку могут только отправитель и получатель, но не сам сервис.</p>	
3	<p>Дайте развернутый ответ</p> <p>Что такое геолокация?</p>		ПК-3, ПК-5, ПК-6
	<p>Ответ:</p>	<p>Определение реального географического местоположения устройства (смартфона, компьютера, трекера и т.д.) или пользователя</p> <p>Геолокация — это процесс определения реального географического местоположения электронного устройства (смартфона, планшета, компьютера или автомобиля) в пространстве. Само слово может обозначать как технологию поиска координат, так и результат этого поиска — точку на карте.</p> <p>В повседневной жизни под геолокацией чаще всего понимают определение положения человека по его гаджету с точностью до нескольких метров.</p>	
4	<p>Дайте развернутый ответ</p> <p>Что такое сегментация (целевой) аудитории?</p>		ПК-3, ПК-5, ПК-6

	<p>Ответ: Разделение потенциальных и текущих клиентов на группы (сегменты) по общим признакам, чтобы точнее понимать их потребности и эффективнее с ними работать. Главная цель сегментации заключается в том, чтобы уйти от массового маркетинга («одно предложение для всех») к персонализированному подходу. Поскольку целевая аудитория любого бизнеса редко бывает однородной, попытка продать один и тот же продукт всем подряд приводит к потере бюджета и низкой эффективности рекламы.</p>	
5	<p>Дайте развернутый ответ Что такое Email-рассылка?</p> <p>Ответ: Отправка электронных писем группе получателей с определённой целью (маркетинговой, информационной, сервисной и др.). Главное отличие легальной рассылки от спама заключается в добровольном согласии пользователя. Человек сам оставляет свой email-адрес через форму на сайте или при покупке и подтверждает желание получать письма. В каждом таком письме обязательно должна быть ссылка для отписки.</p> <p>Основные виды email-рассылок:</p> <p>1. Массовые (промо-рассылки): Отправляются вручную маркетологом сразу по всей базе или её большому сегменту по расписанию.- Информационные: Дайджесты новостей, статьи блога, обучающие материалы. Их цель — повысить лояльность и экспертность бренда, не продавая «в лоб».</p> <p>- Коммерческие: Подборки товаров, анонсы акций, распродажи и новых поступлений. Прямая цель — совершение покупки.</p> <p>2. Автоматические: Запускаются специальными сервисами (ESP) только при наступлении определенного события (триггера). Они работают точно и приносят гораздо больше продаж, чем массовые письма.- Транзакционные: Сервисные уведомления о статусе заказа, подтверждение регистрации, чеки об оплате. Содержат критически важную информацию для клиента.</p> <p>- Триггерные: Напоминание о брошенной корзине, письмо-реактивация («Мы скучаем!»), поздравление с днем рождения или цепочка приветственных писем после подписки.</p>	ПК-3, ПК-5, ПК-6
6	<p>Дайте развернутый ответ Что такое клиентская база?</p> <p>Ответ: Упорядоченная и структурированная совокупность данных о текущих и потенциальных клиентах компании.</p> <p>Это хранилище данных обо всех людях или компаниях, которые когда-либо взаимодействовали с бизнесом: покупали товары, оставляли заявки, звонили или просто подписывались на рассылку.</p> <p>Это один из самых ценных активов компании, так как работа с существующими клиентами обходится в несколько раз дешевле, чем привлечение новых.</p> <p>В клиентскую базу входит:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Контактные данные: ФИО, номер телефона, адрес электронной почты, ссылки на мессенджеры или соцсети. Для юридических лиц (B2B) добавляются реквизиты компании и имена ответственных сотрудников (ЛПР — лиц, принимающих решения).</li> <li>- История покупок: что именно купил клиент, на какую сумму, как часто возвращается за повторными заказами.</li> <li>- История коммуникаций: записи звонков, переписка в чатах, содержание отправленных писем и реакция на них (открыл/кликнул).</li> <li>- Дополнительная информация: дата рождения, предпочтения, средний чек, источник, откуда пришел клиент (реклама, рекомендация, поиск).</li> </ul>	ПК-3, ПК-5, ПК-6
7	<p>Дайте развернутый ответ Что такое личный кабинет на сайте?</p>	ПК-3, ПК-5, ПК-6

	<p>Ответ: Защищённый раздел, доступный пользователю после авторизации (логина и пароля либо входа через соцсети), где он может управлять своими данными и взаимодействовать с сервисом.</p> <p>Его можно сравнить с «цифровым сейфом» или личным офисом: здесь хранятся все данные пользователя, история его действий и инструменты для управления взаимодействием с сервисом.</p> <p>Личный кабинет обеспечивает пользователю:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Удобство: не нужно каждый раз вводить адрес доставки, номер телефона и данные банковской карты при покупке — они сохраняются в профиле. Оформление заказа происходит в пару кликов.</li> <li>- Контроль: возможность отслеживать статус текущих заказов (принят, отправлен, доставлен), просматривать историю прошлых покупок и скачивать чеки.</li> <li>- Персонализация: сохранение товаров в «Избранное», получение персональных скидок, рекомендаций на основе просмотров и участие в программах лояльности (накопление бонусных баллов).</li> <li>- Управление услугами: смена тарифных планов, подключение/отключение подписок, настройка уведомлений без обращения в службу поддержки.</li> </ul> <p>Личный кабинет обеспечивает бизнесу:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Сбор данных (CRM): ЛК является легальным способом собрать информацию о клиенте (почта, телефон, предпочтения) для настройки маркетинга и рассылок.</li> <li>- Повышение лояльности: наличие кабинета привязывает клиента к сервису.</li> </ul> <p>Пользователю лень заново регистрироваться и заполнять данные на другом сайте, поэтому он с большей вероятностью вернется туда, где у него уже есть аккаунт.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Рост среднего чека: через личный кабинет удобно делать допродажи (cross-sell) и напоминать о брошенных корзинах, предлагая персональные скидки именно на те товары, которые человек смотрел ранее.</li> <li>- Снижение нагрузки на поддержку: пользователи сами могут найти ответы на частые вопросы, проверить баланс или изменить личные данные в кабинете, не звоня операторам.</li> </ul>	
8	<p>Дайте развернутый ответ Что такое кросс-продажа?</p> <p>Ответ: Кросс-продажа (от англ. cross-selling, перекрестные продажи) — это маркетинговый и торговый прием, при котором клиенту, совершающему покупку основного товара или услуги, предлагают приобрести дополнительные, сопутствующие товары. Главная цель кросс-продажи заключается в увеличении среднего чека и повышении лояльности за счет комплексного удовлетворения потребностей покупателя.</p> <p>Простыми словами: если вы покупаете смартфон (основной товар), а продавец предлагает вам к нему чехол, защитное стекло или беспроводные наушники (дополнительные товары) — это и есть кросс-продажа.</p> <p>Ключевые особенности и преимущества:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Для бизнеса: Это один из самых дешевых способов увеличить прибыль, так как не требует затрат на привлечение новых клиентов. Работа ведется с уже «теплой» аудиторией, которая готова платить.</li> <li>- Для клиента: Экономия времени (все нужное можно купить в одном месте) и удобство получения готового решения проблемы под ключ.</li> </ul> <p>Основные виды кросс-продаж:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Пакетные предложения: Самый простой вид. Продается готовый набор товаров по выгодной цене (например, бритвенный станок + сменные лезвия + пена для бритья).</li> <li>2. Через выявление потребности: Менеджер выясняет задачу клиента и предлагает дополняющий продукт. Например, после покупки профессиональной фотокамеры предложить объектив или штатив именно для того типа съемки, которым увлекается человек.</li> <li>3. За счет минимального чека: Мотивация добрать корзину до определенной суммы ради бонуса (например, бесплатная доставка от 3000 рублей). Если заказ стоит 2500 рублей, клиент сам ищет дополнительный товар на 500 рублей.</li> <li>4. Товары у кассы (Импульсные): Мелкие недорогие дополнения, которые кладут в корзину перед оплатой (шоколадка, влажные салфетки, батарейки).</li> </ol>	ПК-3, ПК-5, ПК-6
9	<p>Дайте развернутый ответ Что такое дайджест?</p> <p>Ответ: Сжатая подборка самой важной информации по какой-либо теме за определённый период.</p> <p>Главная цель дайджеста — сэкономить время читателя. Вместо того чтобы изучать десятки статей, новостей или постов, человек получает «выжимку» самого главного в одном месте.</p> <p>Основные характеристики:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Краткость: Информация подается тезисно, без лишней воды.</li> <li>- Структурированность: Материалы обычно разбиты по темам или рубрикам для удобства навигации.</li> <li>- Периодичность: Дайджесты выходят регулярно — ежедневно, еженедельно или ежемесячно, формируя у аудитории привычку их читать.</li> <li>- Наличие ссылок: В цифровом формате каждый пункт обзора содержит ссылку на полную версию материала, если читатель захочет изучить тему глубже.</li> </ul>	ПК-3, ПК-5, ПК-6

10	<p>Дайте развернутый ответ</p> <p>Что из себя представляет обратная связь в туризме?</p>	ПК-3, ПК-5, ПК-6
	<p>Ответ:</p> <p>Сбор мнений, оценок и предложений от туристов о качестве услуг, организации поездки и отдельных её элементах (проживание, трансфер, экскурсии и т. д.). Она помогает компаниям улучшать сервис, снижать риски негативных отзывов и повышать лояльность клиентов.</p> <p>В условиях высокой конкуренции, когда продукты разных компаний часто похожи, именно качество сервиса и умение работать с мнением клиента становятся ключевыми факторами выживания бизнеса.</p> <p>Каналы сбора обратной связи:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Пост-туры опросы и анкеты: Автоматические письма через CRM-системы после даты окончания поездки. Это самый структурированный способ получения данных (оценка отелей, гида, логистики).</li> <li>- Мониторинг соцсетей и геосервисов: Поиск упоминаний компании и отметок в местах отдыха. Позволяет получать живую, эмоциональную реакцию «здесь и сейчас».</li> <li>- Личные беседы: Звонок менеджера по возвращении клиента. Этот метод лучше всего подходит для VIP-сегмента и сложных авторских туров, так как дает самую глубокую информацию.</li> <li>- Чат-боты и мессенджеры: Быстрый сбор оценки сразу после оказания услуги (например, после заселения в отель или завершения экскурсии).</li> </ul>	

### 7.1. Уровни овладения

**Компетенция: ПК-3 Способен использовать современные технологии для организации эффективного взаимодействия с потребителями и заинтересованными сторонами.**

*Индикатор достижения компетенции: ПК-3.1 Знает особенности применения современных информационно-коммуникационных технологий в туристском бизнесе.*

Уровень	Характеристика	Оценка в баллах
Повышенный	Достигнуто полное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент свободно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.	81-100
Базовый	Достигнуто достаточное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент уверенно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.	61-80
Пороговый	Достигнуто овладение минимально необходимыми знаниями, умениями и навыками. Студент владеет основной терминологией, умеет применять теоретические знания для решения поставленных задач в стандартных ситуациях.	41-60
Ниже порогового	Компетенция не освоена	0-40

**Компетенция: ПК-5 Способен осуществлять разработку, ресурсное обеспечение, реализацию и продвижение туристских проектов, включая конгрессные мероприятия в системе делового туризма.**

*Индикатор достижения компетенции: ПК-5.2 Разрабатывает туристские проекты и реализует программы их маркетингового продвижения в потребительском и корпоративном сегментах.*

Уровень	Характеристика	Оценка в баллах
Повышенный	Достигнуто полное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент свободно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.	81-100

Базовый	Достигнуто достаточное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент уверенно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.	61-80
Пороговый	Достигнуто овладение минимально необходимыми знаниями, умениями и навыками. Студент владеет основной терминологией, умеет применять теоретические знания для решения поставленных задач в стандартных ситуациях.	41-60
Ниже порогового	Компетенция не освоена	0-40

**Компетенция: ПК-6 Способен осуществлять информационную поддержку и сервисное сопровождение туристов (экскурсантов), удовлетворяющие их потребности.**

*Индикатор достижения компетенции: ПК-6.3 Использует современные технологии в целях полной информационной поддержки туристов (экскурсантов), обеспечения их безопасности и высокой степени удовлетворенности качеством услуг.*

Уровень	Характеристика	Оценка в баллах
Повышенный	Достигнуто полное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент свободно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.	81-100
Базовый	Достигнуто достаточное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент уверенно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.	61-80
Пороговый	Достигнуто овладение минимально необходимыми знаниями, умениями и навыками. Студент владеет основной терминологией, умеет применять теоретические знания для решения поставленных задач в стандартных ситуациях.	41-60
Ниже порогового	Компетенция не освоена	0-40

## 8. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины

### 8.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

#### *Основная литература*

1. Информационные системы и технологии в экономике и управлении в 2 ч. Часть 2: учебник для вузов / В. В. Трофимов, О. П. Ильина, В. И. Кияев, Е. В. Трофимова. - 5-е изд. - Москва: Юрайт, 2026. - 324 с - 978-5-534-09092-5. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/586458> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке

2. Информационные системы и технологии в экономике и управлении в 2 ч. Часть 1: учебник для вузов / В. В. Трофимов, О. П. Ильина, В. И. Кияев, Е. В. Трофимова. - 5-е изд. - Москва: Юрайт, 2026. - 375 с - 978-5-534-09090-1. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/586457> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке

#### *Дополнительная литература*

1. Плахотникова, М. А. Информационные технологии в менеджменте: учебник и практикум для вузов / М. А. Плахотникова, Ю. В. Вертакова. - 2-е изд. - Москва: Юрайт, 2026. - 326 с - 978-5-534-07333-1. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/582677> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке

2. Информационные технологии в менеджменте (управлении): учебник и практикум для вузов / Ю. Д. Романова, В. Г. Герасимова, Л. П. Дьяконова [и др.] - 3-е изд. - Москва: Юрайт, 2026. - 467 с - 978-5-534-17037-5. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/582997> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке

## **8.2. Профессиональные базы данных и ресурсы «Интернет», к которым обеспечивается доступ обучающихся**

### *Профессиональные базы данных*

1. <http://www.gov.ru/> - Профессиональная база данных «Информационные системы Министерства экономического развития Российской Федерации в сети Интернет» (Портал «Официальная Россия»)

2. <https://ved.gov.ru> - Единый портал внешнеэкономической информации Минэкономразвития России

3. <https://bd.wciom.ru/> - Всероссийский центр социологических исследований (ВЦИОМ)

4. <https://www.fedstat.ru/> - Единая межведомственная информационно-статистическая система (ЕМИСС)

5. <https://lks.dap.gov.ru/> - Цифровая аналитическая платформа предоставления статистических данных» (ГИС ЦАП)

### *Ресурсы «Интернет»*

1. <https://digital.gov.ru> - Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации (Минцифры России)

2. <https://национальныепроекты.рф> - Национальные проекты России

## **8.3. Программное обеспечение и информационно-справочные системы, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине**

### *Перечень программного обеспечения*

*(обновление производится по мере появления новых версий программы)*

1. МойОфис;

2. "Astra Linux Special Edition" РУСБ.10015-01;

3. Р7-Офис.Профессиональный (Десктопная версия Про);

### *Перечень информационно-справочных систем*

*(обновление выполняется еженедельно)*

1. Электронный периодический справочник "Система ГАРАНТ";

2. КонсультантПлюс;

## **8.4. Специальные помещения, лаборатории и лабораторное оборудование**

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран
-----------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------

Учебные аудитории для проведения практических занятий (занятий семинарского типа)	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СИ
Учебные аудитории для групповых и индивидуальных консультаций	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СИ
Учебные аудитории для текущего контроля и промежуточной аттестации	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СИ
Помещения для самостоятельной работы	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СИ
Помещения для хранения и профилактического обслуживания оборудования	Комплекты специализированной мебели для хранения