



**РЕГИОНАЛЬНЫЙ ЦЕНТР ВЫЯВЛЕНИЯ, ПОДДЕРЖКИ И РАЗВИТИЯ
СПОСОБНОСТЕЙ И ТАЛАНТОВ ДЕТЕЙ И МОЛОДЁЖИ
СТАВРОПОЛЬСКОГО КРАЯ «СИРИУС 26»**

СОГЛАСОВАНО

Экспертным советом регионального центра выявления, поддержки и развития способностей и талантов детей и молодёжи Ставропольского края «Сириус 26»,
протокол № 1/2025 от 03.02.2025 г.

УТВЕРЖДЕНО

Директором Центра «Поиск»
Томилиной О.А.

приказ № 13/1 от 04.02.2025 г.

**ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ
ОБЩЕРАЗВИВАЮЩАЯ ПРОГРАММА**

**«ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ
В ТУРИСТИЧЕСКИХ СИСТЕМАХ»**

Направленность: техническая

Возраст обучающихся: 8-10 классы

Объем программы: 92 часа

Срок освоения: 2 месяца

Форма обучения: очная с применением дистанционных образовательных технологий

Авторы программы: Иволга Анна Григорьевна канд. экон. наук, декан Социально-культурного сервиса и туризма ФГОУ ВО Ставропольский государственный аграрный университет
Кабардокова Любовь Анатольевна, канд. экон. наук, доцент кафедры туризма и сервиса ФГОУ ВО Ставропольский государственный аграрный университет

Ставрополь
2025

ОГЛАВЛЕНИЕ

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА.....	3
УЧЕБНЫЙ ПЛАН	7
КАЛЕНДАРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ГРАФИК	8
РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНО-ОТБОРОЧНОГО КУРСА «ТУРИСТИЧЕСКИЕ СИСТЕМЫ ЦИФРОВЫХ ПЛАТФОРМ»	9
СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНО-ОТБОРОЧНОГО КУРСА «ТУРИСТИЧЕСКИЕ СИСТЕМЫ ЦИФРОВЫХ ПЛАТФОРМ»	10
РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОГО КУРСА «ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ТУРИСТИЧЕСКИХ СИСТЕМАХ»	11
СОДЕРЖАНИЕ КУРСА « ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ТУРИСТИЧЕСКИХ СИСТЕМАХ»	12
РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНО-ТРЕНИНГОВОГО КУРСА «ЦИФРОВЫЕ ЭКОСИСТЕМЫ В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА И ТУРИЗМА»	15
СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНО – ОТБОРОЧНОГО КУРСА «ЦИФРОВЫЕ ЭКОСИСТЕМЫ В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА И ТУРИЗМА»	16
ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ.....	17
МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ.....	23
КАДРОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ	25
ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ПРОГРАММЕ	25
УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОГРАММЫ	25

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Цифровые технологии в туристических системах формирование представления об основных тенденциях развития и сферах применения информационных технологий в индустрии туризма и гостеприимства; изучение современных Интернет-сервисов, IT-решений и приложений для туристического бизнеса; получение базовых знаний и навыков применения WEB-аналитики и Интернет маркетинга для организации продаж туристических продуктов и услуг.

Программа ориентирована на обучение учащихся различным разделам углублённой информационных технологий в индустрии туризма и гостеприимства.

1. Основные характеристики программы

1.1. Направленность программы

Дополнительная общеобразовательная общеразвивающая программа «Цифровые технологии в туристических системах» имеет направленность к изучению информационных технологий в индустрии туризма и гостеприимства.

1.2. Адресат программы

Программа адресована обучающимся 8-10 классов.

Программа предназначена для одаренных школьников 8-10 классов, проявляющих повышенный интерес к информационным технологиям, демонстрирующих высокую мотивацию к обучению и высокие академические способности.

Программа ориентирована на обучение школьников с разным уровнем подготовленности и способностей. При этом изучаемые темы предполагают у участников хорошее знание всех разделов школьных курсов информатики, географии.

1.3. Актуальность программы

Актуальность состоит в том, что данная программа углубляет и расширяет информационные знания обучающихся, прививает интерес и позволяет использовать эти знания на практике.

Данная программа позволяет учащимся расширить целостное представление о туризме, познакомиться с некоторыми вопросами туристской отрасли, выходящими за рамки школьной программы, способствует развитию мыслительных операций и общему интеллектуальному развитию.

Актуальность программы определяется тем, что важным фактором её реализации является стремление развить у обучающихся умения самостоятельно работать, думать, решать кейс задачи, а также

совершенствовать навыки аргументации собственной позиции по определенному вопросу.

Содержание программы соответствует познавательным возможностям школьников и предоставляет им возможность работать на уровне повышенных требований, развивая учебную мотивацию.

Вместе с этим актуальность программы обусловлена также тем, что она направлена на сохранение и развитие цифровых технологий в индустрии туризма и гостеприимства в Ставропольском крае, на развитие будущего кадрового потенциала края.

1.4. Отличительные особенности/новизна программы

Отличительной особенностью программы является её нацеленность на максимальное развитие способностей одаренных обучающихся в области информатике, географии. Программа рассчитана на интенсивный краткосрочный курс обучения, включающий углублённые занятия цифровых технологии в туристических системах, самостоятельную внеаудиторную работу. В программу включены различные VR-игры и соревнования, направленные на вовлечение обучающихся в туризм и гостеприимство и развитие интеллекта, приобретение практических навыков, умений проводить WEB-аналитику и Интернет маркетинг для организации продаж туристических продуктов и услуг.

Такой механизм реализации программы позволяет получить наибольший эффект в освоении учебного материала.

Уровень освоения программы – углублённый.

1.5 Объем и срок освоения программы

Объем программы – 92 часа.

Срок реализации программы – 2 месяца.

1.6 Цели и задачи программы

Цель программы – выявление одаренных школьников Ставропольского края, развитие их в сфере цифровых технологий в индустрии туризма и гостеприимства, повышение общекультурного и образовательного уровней участников.

Задачи программы

1. Обучающие:

- сформировать представление о содержании и масштабах цифровой экономики и месте в ней туристской отрасли;
- познакомить студентов с цифровыми технологиями в туризме, принципами работы современных информационных технологий, а также сформировать навыки использования их для решения задач профессиональной деятельности;

- сформировать умение применять технологические новации и современное программное обеспечение в туристской сфере;
- сформировать навыки исследования туристского рынка, организации продаж и продвижения туристского продукта.

2. Развивающие:

- формирование устойчивого интереса к цифровым технологиям;
- интеллектуальное развитие, формирование цифровых технологий в туризме;
- развитие познавательной активности и самостоятельности.

3. Воспитательные:

- обеспечение духовно-нравственного воспитания обучающихся;
- воспитание академической честности и умения вести научную дискуссию;
- помощь в позитивной социализации и профессиональном самоопределении.
- популяризация математики как науки.

1.7. Планируемые результаты освоения программы

1. Предметные результаты:

- современные программные продукты в профессиональной туристской деятельности;
- осуществлять поиск, анализ, отбор технологических новаций и современных программных продуктов в профессиональной туристской деятельности;
- современные информационные технологии (виды, принципы, методы, средства и инструментарий), в том числе отечественного производства при решении стандартных задач профессиональной деятельности, а также учётом основных требований информационной безопасности.

2. Метапредметные результаты:

- осуществлять маркетинговые исследования туристского рынка, потребителей, конкурентов, в т.ч. с целью обоснования и разработки системы новых экскурсионных маршрутов;
- выбирать современные информационные технологии (виды, методы, средства и инструментарий), в том числе отечественного производства при решении стандартных задач профессиональной деятельности (включая средства и методы сбора, передачи и обработки данных результатов научно-исследовательской и практической деятельности), а также учётом основных требований информационной безопасности.

3. Личностные результаты:

- использования технологических новаций и специализированных программных продуктов в сфере туризма;
- использования каналов сбыта туристских продуктов и услуг, а также их продвижения, в том числе в информационно - телекоммуникационной сети Интернет;

- применения современных информационных технологий, в том числе отечественного производства, при решении задач профессиональной деятельности (включая обработку и анализ результатов научно-исследовательской и практической деятельности), а также учётом основных требований информационной безопасности.

2. Организационно-педагогические условия реализации программы

2.1 Язык реализации программы

Реализация дополнительной общеобразовательной общеразвивающей программы «Цифровые технологии в туристических системах. 8-11 классы» осуществляется на государственном языке Российской Федерации (на русском языке).

2.2. Форма обучения: очная с применением дистанционных образовательных технологий.

2.3. Особенности реализации программы

Программа реализуется по модульному принципу с использованием дистанционных образовательных технологий.

Занятия проходят в разнообразных форматах, направленных на эффективные управления групповой динамикой и формирование у школьников познавательного интереса к цифровым технологиям в туристических системах.

2.4. Условия набора и формирования групп

На обучение зачисляются обучающиеся 8-11 классов образовательных организаций Ставропольского края:

- по результатам входного тестирования;
- по результатам участия в олимпиадах и других интеллектуальных конкурсах по географии, истории, информатике регионального и всероссийского уровней.

Рейтинговый список кандидатов на участие в программе упорядочивается в порядке убывания суммы баллов, набранных кандидатами. Кандидаты, отказавшиеся от участия в программе, заменяются на следующих за ними по рейтингу.

Условия конкурсного отбора гарантируют соблюдение прав учащихся в области дополнительного образования и обеспечивают зачисление наиболее способных и подготовленных обучающихся к освоению программы.

Условия формирования групп: разновозрастные.

2.5. Формы организации и проведение занятий

Формы организации занятий: аудиторные. Также предусмотрена самостоятельная работа обучающихся по решению нестандартных задач.

Формы проведения занятий: комбинированные, теоретические, практические, самостоятельные, контрольные, игровые.

Формы организации деятельности обучающихся: индивидуальная, групповая, фронтальная.

Режим занятий: пять раз в неделю по восемь учебных часов.

Продолжительность учебного часа – 40 минут.

УЧЕБНЫЙ ПЛАН

№ тем ы	Наименование раздела, темы	Контактная работа обучающихся с преподавателем, часов			Формы контроля / аттестации
		Теория	Практика	Всего	
1.	Учебно - отборочный курс «Туристические системы цифровых платформ»	2	4	6	Тестирование
2.	Учебный курс «Цифровые технологии в туристических системах»	18	62	80	Тестирование
3.	Учебно - тренинговый курс «Цифровые экосистемы в индустрии гостеприимства и туризма»	2	4	6	Тестирование
Итого:		22	70	92	

КАЛЕНДАРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ГРАФИК

Наименование модуля, учебного курса	Дата начала обучения	Дата окончания обучения	Количес т во учебных недель	Количес т во учебных дней	Количес т во учебных часов	Режим занятий
Учебно-отборочный курс «Туристические системы цифровых платформ»	02.03.2025	19.03.2025	2		6	Дистанционное обучение
Учебный курс «Цифровые технологии в туристических системах»	13.04.2025	24.04.2025	2	10	80	5 раз в неделю по 8 часов
Учебно - тренинговый курс «Цифровые экосистемы в индустрии гостеприимства и туризма»	24.04.2025	18.05.2025	2		6	Дистанционное обучение

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНО-ОТБОРОЧНОГО КУРСА «ТУРИСТИЧЕСКИЕ СИСТЕМЫ ЦИФРОВЫХ ПЛАТФОРМ»

8-11 классы

В курсе «Туристические системы цифровых платформ» рассматриваются формирование представления об основных тенденциях развития и сферах применения информационных технологий в индустрии туризма и гостеприимства; изучение современных Интернет-сервисов, IT-решений и приложений для туристического бизнеса; получение базовых знаний и навыков применения WEB-аналитики и Интернет маркетинга для организации продаж туристических продуктов и услуг.

В результате освоения учебного курса обучающийся должен:

знать:

- современные программные продукты в профессиональной туристской деятельности;
- современные информационные технологии (виды, принципы, методы, средства и инструментарий), в том числе отечественного производства при решении стандартных задач профессиональной деятельности, а также учётом основных требований информационной безопасности.

уметь:

- осуществлять поиск, анализ, отбор технологических новаций и современных программных продуктов в профессиональной туристской деятельности;
- осуществлять маркетинговые исследования туристского рынка, потребителей, конкурентов, в т.ч. с целью обоснования и разработки системы новых экскурсионных маршрутов;

Тематический план

№ тем ы	Наименование раздела, темы	Контактная работа обучающихся с преподавателем, часов		
		Теория	Практика	Всего
1	Развитие туристской отрасли в контексте цифровой экономики	2	4	6
Итого:		2	4	6

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНО – ОТБОРОЧНОГО КУРСА «ТУРИСТИЧЕСКИЕ СИСТЕМЫ ЦИФРОВЫХ ПЛАТФОРМ»

Тема 1. Развитие туристской отрасли в контексте цифровой экономики

Теория: Понятие цифровой экономики. Национальный проект «Цифровая экономика Российской Федерации». Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года» (внедрение цифровых технологий в сферу туризма). Роль цифровизации в развитии туристской отрасли. Онлайн-сервисы: история, современное состояние. Расширение услуг в рамках одного бизнеса. Развитие виртуального туризма. Digital user experience (цифровой пользовательский опыт). Персонализация туристского предложения.

Практика: Выполнения заданий по компетенции цифровой эпохи. Атлас профессий будущего.

Основные методы и формы реализации содержания программы: лекция, иллюстрации, выполнение практических работ, самостоятельная работа.

Средства обучения: видео, презентация.

Форма подведения итогов: индивидуальный опрос, выполнение письменных тестовых заданий.

Тема 2. Современные цифровые технологии в туризме и гостеприимстве

Теория: Применение технологий в туристских компаниях. Облачные хранилища. Облачные вычисления. Big Data. Отраслевые цифровые платформы. CRM-системы в туризме. ERP-системы. VR и AR в туризме. Сервисы для сбора отзывов и обратной связи. Геймификация. Прикладные задачи, решаемые внедрением цифровых технологий. Влияние цифровизации на экономический рост туристского бизнеса.

Практика: Выполнение кейс-заданий инструменты цифровизации туристского бизнеса.

Основные методы и формы реализации содержания программы: лекция, иллюстрации, выполнение практических работ, самостоятельная работа.

Средства обучения: видео, презентация.

Форма подведения итогов: индивидуальный опрос, выполнение письменных тестовых заданий.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОГО КУРСА «ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ТУРИСТИЧЕСКИХ СИСТЕМАХ»

8-10 классы

В курсе «Современные цифровые технологии в туризме и гостеприимстве. 8-11 класс» рассматриваются темы из основных разделов цифровых экосистем в направлении туристского бизнеса.

В рамках раздела «Современные цифровые технологии в туризме и гостеприимстве» учащиеся систематизируют знания о функциональных зависимостях и способах построения цифровых контентов как фактор, стимулирующий туризм. Влияние цифрового контента на развитие туризма: анализ динамики. Преимущества цифровых платформ. Как цифровой контент может способствовать ускоренному росту экономики путешествий. Будущее цифровизации в секторе туризма. Использование аналитики данных для принятия более эффективных решений.

В результате освоения учебного курса обучающийся должен:

знать:

- результаты деятельности туристского предприятия и предпочтений потребителя;
- современные информационные технологии (виды, принципы, методы, средства и инструментарий), в том числе отечественного производства при решении стандартных задач профессиональной деятельности, а также учётом основных требований информационной безопасности.

уметь:

- выработать управленческие решения на основе результатов анализа деятельности туристского предприятия и предпочтений потребителя;
- выбирать современные информационные технологии (виды, методы, средства и инструментарий), в том числе отечественного производства при решении стандартных задач профессиональной деятельности (включая средства и методы сбора, передачи и обработки данных результатов научно-исследовательской и практической деятельности), а также учётом основных требований информационной безопасности.

Тематический план

№ темы	Наименование раздела, темы	Контактная работа обучающихся с преподавателем, часов		
		Теория	Практика	Всего
1	Входное тестирование		2	2
Раздел 1. Цифровые экосистемы как инновационное направление туристского		16	38	54

бизнеса				
2	Цифровые платформы как фактор роста отрасли туризма в России	4	12	16
3	Цифровые туристские экосистемы	8	16	24
4	Создание цифрового продукта	4	10	14
Раздел 2. Электронная коммерция в туризме		4	12	16
5	Электронная коммерция как элемент цифрового туристского бизнеса	2	6	8
6	Понятие и инструменты digital-маркетинга	2	6	8
7	Новые аспекты продвижения и реализации туристских продуктов в цифровой среде	2	6	6
8	Подведение итогов курса		2	2
Итого:		20	62	80

СОДЕРЖАНИЕ КУРСА « ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ТУРИСТИЧЕСКИХ СИСТЕМАХ»

Тема 1.1. Цифровые платформы как фактор роста отрасли туризма в России.

Теория: Цифровой контент как фактор, стимулирующий туризм. Вклад цифровых платформ в экономику туризма. Надлежащая работа с данными как основа эффективности. Использование цифрового контента и онлайн-платформ в России. Влияние цифрового контента на развитие туризма: анализ динамики. Преимущества цифровых платформ. Как цифровой контент может способствовать ускоренному росту экономики путешествий. Будущее цифровизации в секторе туризма. Использование аналитики данных для принятия более эффективных решений.

Практика: Использование цифрового контента и онлайн-платформ в России.

Основные методы и формы реализации содержания программы: лекция, иллюстрации, выполнение практических работ, самостоятельная работа.

Средства обучения: презентация.

Форма подведения итогов: фронтальный опрос, индивидуальный опрос, выполнение письменных тестовых заданий.

Тема 1.2. Цифровые туристские экосистемы

Теория: Понятие цифровой экосистемы. Подходы к определению цифровых экосистем в разных странах. Признаки цифровой экосистемы. Примеры российских и зарубежных цифровых экосистем. Цифровые экосистемы в туризме. Единое цифровое пространство и его архитектура.

Цифровая туристская экосистема как инновационное направление туристского бизнеса, как модель экономического развития туризма.

Практика: Цифровые туристские стартапы. Роль цифрового контента в развитии туризма.

Основные методы и формы реализации содержания программы: лекция, иллюстрации, выполнение практических работ, самостоятельная работа.

Средства обучения: презентация.

Форма подведения итогов: фронтальный опрос, индивидуальный опрос, выполнение письменных тестовых заданий.

Тема 1.3. Создание цифрового продукта.

Теория: План создания цифрового продукта. Исследование рынка. Анализ конкурентов. Анализ целевой аудитории. Пользовательский подход к разработке продукта. MVP. Концепции JTBD и CustDev. Проектирование, техническое задание, прототип и интерфейс. Разработка, запуск и HADI-цикл. Дизайн-мышление в контексте цифрового туризма. Этапы дизайн-мышления. Формулировка задач по принципу SMART.

Практика: Дизайн-мышление в контексте цифрового туризма. Пользовательский подход к разработке цифрового продукта.

Основные методы и формы реализации содержания программы: лекция, иллюстрации, выполнение практических работ, самостоятельная работа.

Средства обучения: презентация.

Форма подведения итогов: фронтальный опрос, индивидуальный опрос, выполнение письменных тестовых заданий.

Тема 2.1. Электронная коммерция как элемент цифрового туристского бизнеса

Теория: Роль и место электронной коммерции в туризме. История и этапы развития электронной коммерции. Воздействие электронной коммерции на развитие технологий и экономику в туризме. Влияние электронной коммерции на туроператорскую и турагентскую деятельность. Новые методы продвижения и реализации турпродукта. Перспективы развития услуг электронной коммерции в сфере туризма.

Практика: Анализ конкурентов и планирование собственного бизнеса. Сводный анализ деятельности в электронной коммерции в туризме.

Основные методы и формы реализации содержания программы: лекция, иллюстрации, выполнение практических работ, самостоятельная работа.

Средства обучения: презентация.

Форма подведения итогов: фронтальный опрос, индивидуальный опрос, выполнение письменных тестовых заданий.

Тема 2.2. Понятие и инструменты digital- маркетинга

Теория: Роль цифрового маркетинга в продвижении товаров и услуг в туризме. Понятие digital-маркетинга в туризме: цели, задачи, методы

реализации и оценка. Основные инструменты digital-маркетинга в туризме. Цифровые каналы коммуникаций. Целевая аудитория digital-маркетинга. Контент. Маркетинг в социальных сетях. Таргетированная реклама. SEO (search engine optimization). QR-коды. Преимущества digital-маркетинга.

Практика: Маркетинг в социальных сетях. Digital-маркетинг для туристского бренда регионов.

Основные методы и формы реализации содержания программы: лекция, иллюстрации, выполнение практических работ, самостоятельная работа.

Средства обучения: презентация.

Форма подведения итогов: фронтальный опрос, индивидуальный опрос, выполнение письменных тестовых заданий.

Тема 2.3. Новые аспекты продвижения и реализации туристских продуктов в цифровой среде

Теория: Цифровые технологии в туристском, гостиничном и ресторанном бизнесе. Инновационные подходы к развитию индустрии туризма и гостеприимства. Технологические инновации, направленные на сохранение экологии. Применение цифровых технологий в процессе формирования и управления брендом дестинации. Перспективные профили в сфере современных туристских цифровых технологий.

Практика: Продвижение туристских дестинаций при помощи цифровых технологий. Обеспечение безопасности электронной коммерции как средство повышения конкурентоспособности турфирмы

Основные методы и формы реализации содержания программы:

Средства обучения: презентация.

Форма подведения итогов: фронтальный опрос, индивидуальный опрос, выполнение письменных тестовых заданий.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНО-ТРЕНИНГОВОГО КУРСА «ЦИФРОВЫЕ ЭКОСИСТЕМЫ В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА И ТУРИЗМА»

8-11 классы

В курсе «Цифровые экосистемы в индустрии гостеприимства и туризма» рассматриваются формирование представления об основных тенденциях развития и сферах применения информационных технологий в индустрии туризма и гостеприимства; изучение современных Интернет-сервисов, IT-решений и приложений для туристического бизнеса; получение базовых знаний и навыков применения WEB-аналитики и Интернет маркетинга для организации продаж туристических продуктов и услуг.

В результате освоения учебного курса обучающийся должен:

знать:

– современные программные продукты в профессиональной туристской деятельности;

– современные информационные технологии (виды, принципы, методы, средства и инструментарий), в том числе отечественного производства при решении стандартных задач профессиональной деятельности, а также учётом основных требований информационной безопасности.

уметь:

– осуществлять поиск, анализ, отбор технологических новаций и современных программных продуктов в профессиональной туристской деятельности;

– осуществлять маркетинговые исследования туристского рынка, потребителей, конкурентов, в т.ч. с целью обоснования и разработки системы новых экскурсионных маршрутов;

Тематический план

№ тем	Наименование раздела, темы	Контактная работа обучающихся с преподавателем, часов		
		Теория	Практика	Всего
2	Цифровые экосистемы в индустрии гостеприимства и туризма	2	4	6
Итого:		2	4	6

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНО – ОТБОРОЧНОГО КУРСА «ЦИФРОВЫЕ ЭКОСИСТЕМЫ В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА И ТУРИЗМА»

Теория: Применение технологий в туристских компаниях. Облачные хранилища. Облачные вычисления. Big Data. Отраслевые цифровые платформы. CRM-системы в туризме. ERP-системы. VR и AR в туризме. Сервисы для сбора отзывов и обратной связи. Геймификация. Прикладные задачи, решаемые внедрением цифровых технологий. Влияние цифровизации на экономический рост туристского бизнеса.

Практика: Выполнение кейс-заданий инструменты цифровизации туристского бизнеса.

Основные методы и формы реализации содержания программы: лекция, иллюстрации, выполнение практических работ, самостоятельная работа.

Средства обучения: видео, презентация.

Форма подведения итогов: индивидуальный опрос, выполнение письменных тестовых заданий.

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

В процессе обучения проводятся разные виды контроля результативности усвоения программного материала.

При оценивании письменной работы оценка выставляется по следующим критериям:

Уровень по сумме баллов, %	Уровни освоения программного материала	Результат
0-54	Неудовлетворительный	Обучающийся не владеет программным материалом, не понимает его важности, не пытается его применять.
55-69	Удовлетворительный	Обучающийся находится в процессе освоения данного материала. Обучающийся понимает важность освоения навыков, однако не всегда эффективно применяет его в практике.
70-84	Хороший	Обучающийся полностью освоил программный материал. Обучающийся эффективно применяет навык во всех стандартных, типовых ситуациях.
85-100	Отличный	Особо высокая степень освоения программного материала. Обучающийся способен применять знания и умения в нестандартных ситуациях или ситуациях повышенной сложности.

Входной контроль проводится целью выявления первоначального уровня знаний и умений, возможностей обучающихся.

Формы: тестирование.

1. Отборочный тест проводится в рамках дистанционного учебно-отборочного курса с целью отбора участников очной профильной смены.

Отборочный тест состоит из 20 заданий разного уровня сложности.

2. Входной тест, который проводится на первом занятии очной профильной смены с целью выявления реальных первичных знаний и дифференцирования обучающихся по уровню имеющихся знаний.

Входной тест состоит из 20 вопросов из разделов «Цифровые экосистемы как инновационное направление туристского бизнеса» и «Электронная коммерция в туризме» базового уровня сложности, направлен на диагностику основных понятий, рассматриваемых тем. Анализ теста позволит выявить пробелы в базовых знаниях учащихся.

Входной контроль

Входной контроль проводится с каждым обучающимся индивидуально с целью проверки базовых знаний по математике. Форма проведения - тестирование. Тест состоит из 20 вопросов из разделов «Цифровые экосистемы как инновационное направление туристского бизнеса» и «Электронная коммерция в туризме» базового уровня сложности, направлен на диагностику основных понятий, рассматриваемых тем. Анализ теста позволит выявить пробелы в базовых знаниях учащихся.

Во время проведения входной диагностики педагог заполняет информационную карточки «Результаты входной диагностики», пользуясь шкалой «Оценка параметров входного контроля».

Оценка параметров входного контроля

Наименование уровня Результат диагностики, %

Элементарный уровень 0 – 54%

Низкий уровень 55 – 69%

Средний уровень 70 – 84%

Высокий уровень 85 – 100%

Примерные задания:

Тема: Современные цифровые технологии в туризме и гостеприимстве

№ п/п	Вопрос и варианты ответов	Вариант правильного ответа
1	Что такое цифровая экономика? 1. Доход от цифровизации, который распределяется между государством и бизнесом. 2. Экономическая деятельность, основанная на цифровых технологиях и получении, обработке и использовании данных в цифровом виде. 3. Прибыль, получаемая в результате использования приложений, онлайн-сервисов, шеринговых компаний. 4. Новый вид получения финансовой выгоды.	2
2	Что такое big data? 1. Большой объём информации, собирающейся для статистики. 2. Коды разработчиков. 3. Огромные массивы информации, которая собрана из разных источников и потенциально представляет ценность 4. Персональные данные пользователей (имя, телефон, адрес).	3
3	Что такое цифровые платформы? 1. Цифровые носители информации. 2. Облачные хранилища. 3. Информационные системы. 4. Любая оцифрованная информация.	3
4	Что такое CRM-система? 1. Это система, помогающая контролировать все каналы коммуникаций с клиентами и автоматизировать продажи. 2. Это система, которая отслеживает работу сотрудников компании. 3. Это система штрафов при невыполнении KPI. 4. Это система, которая помогает продавать продукт посредством искусственного интеллекта.	1

5	ERP. В чём функции и особенности? 1. Программа для расчёта расходов компании 2. Продукт, с помощью которого можно осуществлять автоматизацию основных бизнес-процессов турагентства. 3. Система учёта персональных данных пользователей. 4. Программа взаимодействия турагентства и клиентов.	2
6	Какую задачу решает внедрение цифровых технологий в туризм? 1. Показ всего пути клиента. 2. Автоматизацию отчётов и создания коммерческих предложений. 3. Возможность работать из любой точки мира. 4. Всё перечисленное.	4
7	В каком году появилась первая онлайн-система бронирования отелей? 1. 1996. 2. 1989. 3. 1993.	1
8	Что такое GDS? 1. Суперприложение для бронирования туристических услуг. 2. Глобальные системы дистрибуции. 3. Очки для VR-путешествий.	2
9	«Леонардо» — это: 1. Магазин творческих товаров. 2. Название авиакомпании. 3. Российская глобальная система бронирования авиабилетов.	3
10	Что такое digital user experience (цифровой опыт)? 1. Частые ошибки приложения. 2. Общее впечатление, которое формируется у пользователя во время цифрового взаимодействия. 3. Всё, чем недоволен клиент во время цифрового взаимодействия. 4. То, как пользователь оценивает удобство и доступность интерфейса.	2

Тема: Создание цифрового продукта

№ п/п	Вопрос и варианты ответов	Вариант правильного ответа
1	Что является базовым условием формирования турпродукта? 1. Обеспечение безопасности туриста. 2. Развлекательность. 3. Познавательность (экскурсии, посещения музеев и достопримечательностей). 4. Финансовые возможности туриста.	1
2	Кто основной потребитель цифровых услуг? 1. Любой житель РФ, имеющий смартфон и доступ в	3

	интернет. 2. Жители РФ старше 35 лет, проживающие преимущественно в мегаполисах. 3. Жители РФ от 18 до 38 лет, представители разных поколений, но ценящие удобство и комфорт при планировании поездок.	
3	Что входит в цифровое пространство? 1. Серверы, CRM-системы, приложения, гаджеты. 2. Сайты, разработчики, интернет. 3. Приложения, облачные хранилища, пользователи, техподдержка.	1
4	Какой национальный проект реализуется на государственном уровне? 1. «Развитие туризма до 2035 года». 2. «Внутренний туризм». 3. «Туризм и индустрия гостеприимства».	3
5	Какое наиболее важное цифровое решение выделило правительство в стратегии развития туризма РФ? 1. Создание маркетплейса. 2. Система оценки качества. 3. Сервисы дополнительной реальности. 4. Всё перечисленное.	4
6	Выберите одно правильное утверждение: 1. CustDev исходит из того, что важнейший актив компании — это её сотрудники. 2. HADI-циклы можно запускать только на ранних стадиях разработки продукта. 3. MVP — самая ранняя версия продукта, где представлены только самые важные и основные функции, достаточные для проверки на первых потребителях.	3
7	Чего не должно быть в техническом задании на разработку? 1. Дизайна продукта. 2. Финансовой модели. 3. Цели и видения продукта.	2
8	Что такое дизайн-мышление? 1. Новая управленческая концепция, соединяющая потребности людей с тем, что технологически осуществимо и может быть сконвертировано в потребительскую ценность. 2. Бизнес-стратегия, направленная на поиск и реализацию новых возможностей туризма. 3. Развитие отрасли туризма нестандартным способом.	1
9	Какие этапы подразумевает дизайн-мышление? 1. Выявление потребности, анализ, коммерческая выгода, тестирование, детализация. 2. Создание, аналитика, корректировка, бюджет, запуск. 3. Эмпатия, фокусирование, генерация идей, отбор, прототипирование, тестирование. 4. Эмпатия, фокусирование, креатив, творчество, тестирование, анализ.	3

10	В чём заключается принцип SMART? 1. Любая задача должна быть конкретной, измеримой, достижимой, значимой и ограниченной по времени. 2. Задача должна быть хорошо изученной, легко реализуемой, быстро исполняемой, удобной. 3. Задача должна быть чётко сформулирована, сложной, практичной, выгодной, современной. 4. Задача должна быть нацелена на прибыль, лёгкой в достижении, требующей минимальных временных и трудовых затрат.	1
----	--	---

Тема: Новые аспекты продвижения и реализации туристских продуктов в цифровой среде

№ п/п	Вопрос и варианты ответов	Вариант правильного ответа
1	Ёмкость рынка определяется через объём: 1. Экспорта. 2. Производства продукции. 3. Сбыта продукции. 4. Импорта.	3
2	Назовите популярные no-code-платформы: 1. Tilda. 2. Webflow. 3. Glide. 4. Bubble. 5. Adalo. 6. Всё перечисленное.	6
3	Что такое идея (в проектировании цифрового турпродукта)? 1. Решение конкретной проблемы или боли клиента. Не пожелание, а целенаправленные действия 2. План по реализации задуманного. 3. Любая мысль, которую можно реализовать. 4. Креативный подход к решению задачи.	1
4	Кто такие стейкхолдеры? 1. Люди, имеющие финансовую выгоду от проекта. 2. Люди, прямо или косвенно взаимодействующие с продуктом. 3. Пользователи цифровых интерфейсов. 3. Разработчики, инвесторы, сотрудники турфирм.	2
5	Какие проекты можно выделить в индустрии туризма? 1. Образовательный, потребительский, внешнеэкономический. 2. Инвестиционный, инновационный, международный. 3. Креативный, многоуровневый, секретный.	2

6	Основные преимущества цифровых сервисов? 1. Сокращение времени на поиск и выбор лучшего поставщика туристских услуг. 2. Простота бронирования отелей и доступность номерного фонда. 3. Коммерческая выгода для создателей онлайн-сервисов. 4. Возможность быть всегда на связи с туроператором.	1
7	Как туризм влияет на культурные и интеллектуальные ценности? 1. Важно знакомить туристов с культурой и обычаями разных стран — таким образом происходит культурный обмен. 2. Знакомство с достопримечательностями исключительно в развлекательных целях. 3. Туризм развивает интеллектуальный обмен между представителями разных культур. 4. Всё вышеперечисленное.	1
8	Как формируется турпродукт? 1. Исходя из финансовой выгоды туроператора. 2. На основе запросов потребителей; контролируется государством. 3. С учётом возможностей принимающей страны. 4. Всё вышеперечисленное.	2
9	В чем состоит суть концепции timeshare в индустрии туризма? 1. Несколько владельцев недвижимости. 2. Пользование недвижимостью разделено во времени между владельцами. 3. Всё вышеперечисленное.	3
10	На какой сервис аренды жилья в России приходилось большинство бронирований до 5 марта 2022 года? 1. Booking.com (более 76%) 2. Airbnb (более 40%) 3. Expedia.com (более 60%)	1

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ

№ п/п	Название раздела, темы	Формы учебного занятия	Формы, методы, приемы обучения. Педагогические технологии	Материально-техническое оснащение, дидактико- методический материал	Формы контроля/ аттестации
1.	Развитие туристской отрасли в контексте цифровой экономики	Комбинированная	1) Информационно-рецептивный. 2) Репродуктивный. 3) Проблемное изложение. 4) Частично-поисковый. 5) Дистанционный.	1) ЦОРы и презентации 2) Сайт Слетать.ру 3) Сайт Турвизор.ру	Содержание тема выносится на итоговое тестирование
2.	Современные цифровые технологии в туризме и гостеприимстве	Комбинированная	1) Информационно-рецептивный. 2) Репродуктивный. 3) Проблемное изложение. 4) Частично-поисковый. 5) Дистанционный.	1) ЦОРы и презентации 2) Сайт Слетать.ру 3) Сайт Турвизор.ру	Содержание тема выносится на итоговое тестирование
3.	Цифровые платформы как фактор роста отрасли туризма в России	Комбинированная	1) Информационно-рецептивный. 2) Репродуктивный. 3) Проблемное изложение. 4) Частично-поисковый. 5) Дистанционный.	1) ЦОРы и презентации 2) Сайт Слетать.ру 3) Сайт Турвизор.ру	Содержание тема выносится на итоговое тестирование
4.	Цифровые туристские экосистемы	Комбинированная	1) Информационно-рецептивный. 2) Репродуктивный. 3) Проблемное изложение. 4) Частично-поисковый. 5) Дистанционный.	1) ЦОРы и презентации 2) Сайт Слетать.ру 3) Сайт Турвизор.ру	Содержание тема выносится на итоговое тестирование
5.	Создание цифрового продукта	Комбинированная	1) Информационно-рецептивный. 2) Репродуктивный. 3) Проблемное изложение. 4) Частично-поисковый. 5) Дистанционный.	1) ЦОРы и презентации 2) Сайт Слетать.ру 3) Сайт Турвизор.ру	Содержание тема выносится на итоговое тестирование

6.	Электронная коммерция как элемент цифрового туристского бизнеса	Комбинированная	1) Информационно-рецептивный. 2) Репродуктивный. 3) Проблемное изложение. 4) Частично-поисковый. 5) Дистанционный.	1) ЦОРы и презентации 2) Сайт Слетать.гу 3) Сайт Турвизор.ru	Содержание тема выносится на итоговое тестирование
7.	Понятие и инструменты digital-маркетинга	Комбинированная	1) Информационно-рецептивный. 2) Репродуктивный. 3) Проблемное изложение. 4) Частично-поисковый. 5) Дистанционный.	1) ЦОРы и презентации 2) Сайт Слетать.гу 3) Сайт Турвизор.ru	Содержание тема выносится на итоговое тестирование
8.	Новые аспекты продвижения и реализации туристских продуктов в цифровой среде	Комбинированная	1) Информационно-рецептивный. 2) Репродуктивный. 3) Проблемное изложение. 4) Частично-поисковый. 5) Дистанционный.	1) ЦОРы и презентации 2) Сайт Слетать.гу 3) Сайт Турвизор.ru	Содержание тема выносится на итоговое тестирование

КАДРОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

К работе по реализации общеобразовательной общеразвивающей программы привлекаются опытные педагоги имеющие высшее образование и повышение квалификации по профиль преподавания.

В ходе реализации образовательной программы преподаватель:

- формирует представление обучающихся о том, что туризм и гостеприимство пригодится всем, вне зависимости от избранной специальности, а кто-то будет заниматься ею профессионально;
- содействует подготовке обучающихся к участию в олимпиадах по туризму и гостиничной деятельности;
- распознает, и поддерживать высокую мотивацию и развивает способности ученика к занятиям, предоставляет ученику подходящие задания;
- предоставляет информацию о дополнительном образовании, возможности углубленного изучения туризма в других образовательных учреждениях, в том числе с применением дистанционных образовательных технологий;
- определяет на основе анализа учебной деятельности обучающегося оптимальные (в том или ином образовательном контексте) способы его обучения и развития.

ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ПРОГРАММЕ

Для реализации программы «Цифровые технологии в туристических системах. 8-10 класс» помещение должно соответствовать следующим характеристикам:

- учебный кабинет, оборудованный в соответствии с санитарными нормами: столы и стулья для педагога и учащихся, классная доска, шкафы для хранения учебной литературы и наглядных пособий;
- наличие компьютера с выходом в интернет.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОГРАММЫ

1. Перечень литературы, необходимой для освоения программы:

1.1. Перечень литературы, использованной при написании программы:

1. Ветитнев, А. М. Информационно-коммуникационные технологии в туризме : учебник для среднего профессионального образования / А. М. Ветитнев, В. В. Коваленко, В. В. Коваленко. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 340 с. —

(Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-08219-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/514411>

2. Стыцук, Р. Ю., Цифровой бизнес в туризме и гостеприимстве +eПриложение : учебник / Р. Ю. Стыцук, Т. П. Розанова, О. А. Денисова, ; под ред. Р. Ю. Стыцук. — Москва : КноРус, 2024. — 233 с. — ISBN 978-5-406-12068-2. — URL: <https://book.ru/book/950431>

3. Гаврилов, Л. П. Цифровой бизнес : учебник и практикум для вузов / Л. П. Гаврилов. — 6-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 311 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17869-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/533879>

1.2. Перечень литературы, рекомендованной обучающимся:

1. Гаврилов, Л. П. Электронная коммерция : учебник и практикум для вузов / Л. П. Гаврилов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 579 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17867-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/533877>

2. Сологубова, Г. С. Составляющие цифровой трансформации : монография / Г. С. Сологубова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 147 с. — (Актуальные монографии). — ISBN 978-5-534-11335-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/517151>

3. Хуссейн, И. Д. Цифровые маркетинговые коммуникации : учебное пособие для вузов / И. Д. Хуссейн. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 68 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15010-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/520372>

1.3. Перечень литературы, рекомендованной родителям:

1. Стыцук, Р. Ю., Цифровой бизнес в туризме и гостеприимстве +eПриложение : учебник / Р. Ю. Стыцук, Т. П. Розанова, О. А. Денисова, ; под ред. Р. Ю. Стыцук. — Москва : КноРус, 2024. — 233 с. — ISBN 978-5-406-12068-2. — URL: <https://book.ru/book/950431>

2. Гаврилов, Л. П. Цифровой бизнес : учебник и практикум для вузов / Л. П. Гаврилов. — 6-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 311 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17869-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/533879>

2. Информационное обеспечение программы

Для реализации программы «Цифровые технологии в туристических системах. 8-10 класс» применяются следующие специальные компьютерные программы:

1. Образовательный портал prezentacya.ru URL: <http://prezentacya.ru/>
2. Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов URL: <http://school-collection.edu.ru/>
3. Портал «Информационно-коммуникационные технологии в образовании» <http://www.ict.edu.ru/>

2.1 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения программы:

1. Электронно- библиотечная система IPRbooks — научно-образовательный ресурс для решения задач обучения в России и за рубежом. Уникальная платформа ЭБС IPRbooks объединяет новейшие информационные технологии и учебную лицензионную литературу. Контент ЭБС IPRbooks отвечает требованиям стандартов высшей школы, СПО, дополнительного и дистанционного образования. ЭБС IPRbooks в полном объеме соответствует требованиям законодательства РФ в сфере образования URL: [http:// www.iprbookshop.ru/](http://www.iprbookshop.ru/)
2. Административно-управленческий портал: менеджмент и маркетинг в бизнесе. Большая электронная библиотека - <http://www.aup.ru> -
3. Онлайн-журнал о жизни и туризме <https://www.tourdom.ru/hotline/>
4. Туристический портал: новости туризма <https://www.tourprom.ru/>
5. Глобальный этический кодекс туризма <http://www.kadis.ru/texts/index.phtml?id=40197>
6. Официальный сайт Федерального агентства по туризму <https://www.russiatourism.ru/>
7. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики (Росстат) – www.gks.ru
8. Официальный сайт Министерства экономического развития РФ www.economy.gov.ru
9. Портал о развитии гостиничного бизнеса в России <http://hotelexecutive.ru>
10. Портал о развитии гостиничного бизнеса в России <http://www.hospitality.ru>
11. Портал о развитии гостиничного бизнеса в России <http://www.frontdesk.ru>
12. Портал о развитии туризма <http://www.hotelline.ru>
13. Портал о новостях в туризме <https://www.trn-news.ru/>
14. Сайт о деятельности и ассоциированных проектах Международного центра ответственного туризма (Российская Федерация и СНГ) <https://icrt-russia.ru>
15. Сайт Ассоциации малых туристских городов www.amtg-rus.ru
16. Сайт Международной ассоциации отелей и ресторанов - <http://www.ihra.com>
17. Сайт Международной ассоциации ресторанов - <http://www.restaurant.org>

18. The Association for Tourism and Leisure Education (ATLAS) –
<http://www.atlas-euro.org> European Travel Comission –<http://www.etc-corporate.org>

19. Интернет-страница всемирной туристической организации
<http://www.unwto.org>

20. Интернет-страница Российского союза туриндустрии
<http://www.rostourunion.ru>