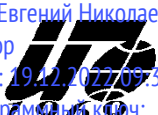


Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Трофимов Евгений Николаевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 19.06.2022 09:36:41
Уникальный программный ключ:
c379adf0ad4f91cbbf100b7fc3323cc41cc52545



**Образовательное частное учреждение высшего образования
«Российская международная академия туризма»**

Факультет менеджмента туризма
Кафедра туризма и гостиничного дела

Принято Ученым Советом
15 июня 2022 г.
Протокол № 02-06-03

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор
В.Ю. Питюков
14 июня 2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Интернет-маркетинг в гостиничном деле»

по направлению подготовки 43.03.03 Гостиничное дело
квалификация (степень) выпускника – бакалавр
Б1.УО0.07

Рассмотрено и одобрено
на заседании кафедры
20 мая 2022 г., протокол №10

Разработчик: Арсений Р.М.,
к.п.н., и.о. зав. каф. туризма и
гостиничного дела
Рецензент: генеральный директор
ООО «Никольское» Маркосян А.А.

Химки 2022

1. Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины – формирование у обучающихся компетенции ПК-7 средствами дисциплины «Интернет-маркетинг в гостиничном деле».

Задачи дисциплины:

- 1) развитие у обучающихся знаний о факторах, оказывающие влияние на продвижение услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания;
- 2) формирование у обучающихся способности разрабатывать программу продвижения услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания в среде Интернет;
- 3) формирование у обучающихся умений и навыков оценки эффективности программ интернет-продвижения услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания.

2. Перечень формируемых компетенций и индикаторов их достижения, соотнесенные с результатами обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, представленных в компетентностной карте дисциплины в соответствии с ФГОС ВО, компетентностной моделью выпускника, определенной вузом и представленной в ОПОП, и содержанием дисциплины (модуля):

Тип задач профессиональной деятельности	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
Технологический	ПК-7 Способен к интернет-продвижению услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания	<p>ПК-7.1. Умеет анализировать факторы, оказывающие влияние на продвижение услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания</p> <p>ПК-7.2. Разрабатывает программу продвижения услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания в среде интернет</p> <p>ПК-7.3. Проводит оценку эффективности программ интернет-продвижения услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания</p>	<p>Знает факторы, оказывающие влияние на продвижение услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания.</p> <p>Умеет разрабатывать программу продвижения услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания в среде интернет.</p> <p>Владеет навыками оценки эффективности программ интернет-продвижения услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания.</p>

3. Место дисциплины в структуре ОПОП и этапы формирования компетенций

Дисциплина «Интернет-маркетинг в гостиничном деле» относится к дисциплинам части ОПОП, формируемой участниками образовательных отношений. Компетенции, формируемые дисциплиной «Интернет-маркетинг в гостиничном деле», также формируются и на других

этапах в соответствии с учебным планом.

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

4.1. Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры	
		7	-
Контактная работа обучающихся с преподавателем, в том числе:	70	70	-
занятия лекционного типа (ЗЛТ)	28	28	-
лабораторные работы (ЗСТ (ЛР))	4	4	-
практические занятия (ЗСТ ПР):	34	34	-
- в том числе Практическая подготовка (ПП)	-	-	-
групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях (в том числе индивидуальные консультации) (ГК)	2	2	-
групповые консультации по подготовке курсового проекта (работы)	-	-	-
контактная работа при проведении промежуточной аттестации (в том числе при оценивании результатов курсового проектирования (выполнения курсовых работ) (ПА конт)	2	2	-
Самостоятельная работа обучающегося (СРО), в том числе	74	74	-
СРуз - самостоятельная работа обучающегося при подготовке к учебным занятиям	72	72	-
СРпа - самостоятельная работа обучающегося при подготовке к промежуточной аттестации	2	2	-
Форма промежуточной аттестации	зачет с оценкой		
Общая трудоемкость дисциплины: часы	144	144	-
зачетные единицы	4	4	-

4.2. Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Курс	
		5 ЗС	-
Контактная работа обучающихся с преподавателем, в том числе:	12	12	-
занятия лекционного типа (ЗЛТ)		6	-
лабораторные работы (ЗСТ (ЛР))	-	-	-
практические занятия (ЗСТ ПР):		6	-
- в том числе Практическая подготовка (ПП)	-	-	-
групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных	2	2	-

Вид учебной работы	Всего часов	Курс	
		5 ЗС	-
программ на иных условиях (в том числе индивидуальные консультации) (ГК)			
групповые консультации по подготовке курсового проекта (работы)	-	-	-
контактная работа при проведении промежуточной аттестации (в том числе при оценивании результатов курсового проектирования (выполнения курсовых работ) (ПА конт)	2	2	-
Самостоятельная работа обучающегося (СРО), в том числе	132	132	-
СРУз - самостоятельная работа обучающегося при подготовке к учебным занятиям	128	128	-
СРпа - самостоятельная работа обучающегося при подготовке к промежуточной аттестации	4	4	-
Форма промежуточной аттестации	зачет с оценкой		
Общая трудоемкость дисциплины: часы	144	144	-
зачетные единицы	4	4	-

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов и тем дисциплины

№ п/п	Наименование раздела (темы) дисциплины	Содержание раздела (темы)
1	Интернет как среда для ведения предпринимательской деятельности в индустрии гостеприимства	Основные этапы развития сети Интернет. История развития интернет-бизнеса в России. Использование информационных и коммуникационных технологий в индустрии гостеприимства. Организация связей с деловыми партнерами и клиентами. Количественные и качественные характеристики интернет-аудитории. Учет требований информационной безопасности в туристском бизнесе. Комплексный интернет-маркетинг в индустрии гостеприимства
2	Интернет-сайт как инструмент маркетинга предприятия индустрии гостеприимства	Место веб-сайта в деятельности предприятия индустрии гостеприимства. Веб-сайт как источник информации по объекту гостиничного продукта. Функции и типы веб-сайтов, используемых в туризме. CRM – системы управления сайтом в туризме. Usability туристских сайтов. Оценка аудитории сайта предприятия индустрии гостеприимства: показатели интернет-статистики. Системы сбора информации для оценки эффективности интернет-продвижения и реализации гостиничных услуг.
3	Поисковая оптимизация сайта предприятия	Поисковая оптимизация сайта как инструмент продвижения гостиничных услуг. Основные поисковые

	индустрии гостеприимства	системы, их характеристики. Подходы к поисковой оптимизации сайта предприятия индустрии гостеприимства. Некорректные способы оптимизации сайта предприятия индустрии гостеприимства. Особенности расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации индустрии гостеприимства.
4	Е-mail маркетинг в индустрии гостеприимства	Е-mail маркетинг как инструмент продвижения и реализации гостиничных услуг. История электронной почты. Виды электронных рассылок. Организация связи с деловыми партнерами для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие индустрии гостеприимства. Организация электронных рассылок. Соблюдение требований информационной безопасности в процедурах Е-mail маркетинга.
5	Интернет-реклама в индустрии гостеприимства	Интернет-реклама как инструмент продвижения и реализации гостиничных услуг. Особенности рекламы в информационно-телекоммуникационных сетях. Виды рекламных площадок в индустрии туризма и гостеприимства. Типы рекламных сообщений предприятия индустрии гостеприимства. Особенности контекстной и баннерной рекламы в туризме. Интернет-реклама как инструмент расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации индустрии гостеприимства. Медипланирование предприятия индустрии гостеприимства в Интернете. Оценка эффективности интернет-рекламы предприятия индустрии гостеприимства.
6	Продвижение предприятия индустрии гостеприимства в блогах и социальных сетях	Блоги и социальные сети как инструменты расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации индустрии гостеприимства. Взаимодействие с блогерами. Создание и ведение блога предприятия индустрии гостеприимства. Основные сервисы блогов в интернете и работа с ними. Социальные медиа в индустрии туризма и гостеприимства. Основные социальные сети, используемые в туризме, и организация маркетинговой деятельности в них.

5.2. Разделы дисциплин и виды занятий

5.2.1. Очная форма обучения

№	Наименование разделов и тем дисциплины		Всего часов	Контактная работа с обучающимися (час.)	СРО
---	--	--	-------------	---	-----

	Формируемая компетенция		Итого	в том числе					
				ЗЛТ	ЗСТ (ЛР)	ЗСТ (ПР)	ГК/ПА		
1.	Интернет как среда для ведения предпринимательской деятельности в индустрии гостеприимства	ПК-7	20	8	4	-	4	-	12
2.	Интернет-сайт как инструмент маркетинга предприятия индустрии гостеприимства	ПК-7	26	14	6	2	6	-	12
3.	Поисковая оптимизация сайта предприятия индустрии гостеприимства	ПК-7	22	10	4	-	6	-	12
4.	E-mail маркетинг в индустрии гостеприимства	ПК-7	22	10	4	-	6	-	12
5.	Интернет-реклама в индустрии гостеприимства	ПК-7	24	12	6	-	6		12
6.	Продвижение предприятия индустрии гостеприимства в блогах и социальных сетях	ПК-7	24	12	4	2	6		12
	Групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях (в том числе индивидуальные консультации) (ГК)	ПК-7	2	2	-	-	-	2	-
	Форма промежуточной аттестации (зачет с оценкой)	ПК-7	4	2	-	-	-	2	2
	Всего часов		144	70	28	4	34	4	74

5.2.2. Заочная форма обучения

№	Наименование разделов и тем дисциплины	Формируемая компетенция	Всего часов	Контактная работа с обучающимися (час.)				СРО	
				Итого	в том числе				
					ЗЛТ	ЗСТ (ЛР)	ЗСТ (ПР)		ГК/ПА
1.	Интернет как среда для ведения предпринимательской деятельности в индустрии гостеприимства	ПК-7	22	2	2	-	-	-	20
2.	Интернет-сайт как инструмент	ПК-7	24	2	-	-	2	-	22

	маркетинга предприятия индустрии гостеприимства								
3.	Поисковая оптимизация сайта предприятия индустрии гостеприимства	ПК-7	24	2	2	-	-	-	22
4.	Е-mail маркетинг в индустрии гостеприимства	ПК-7	22	2	-	-	2	-	20
5.	Интернет-реклама в индустрии гостеприимства	ПК-7	24	2	2		-		22
6.	Продвижение предприятия индустрии гостеприимства в блогах и социальных сетях	ПК-7	24	2	-		2		22
	Групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях (в том числе индивидуальные консультации) (ГК)	ПК-7	2	2	-	-	-	2	-
	Форма промежуточной аттестации (зачет с оценкой)	ПК-7	6	2	-	-	-	2	4
	Всего часов		144	12	6	-	6	4	132

6. Контактная и самостоятельная работа обучающихся

Контактная работа при проведении учебных занятий по дисциплинам (модулям) включает в себя: занятия лекционного типа (лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками РМАТ и (или) лицами, привлекаемыми РМАТ к реализации образовательных программ на иных условиях, обучающимся) и (или) занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия), и (или) групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с педагогическими работниками РМАТ и (или) лицами, привлекаемыми РМАТ к реализации образовательных программ на иных условиях (в том числе индивидуальные консультации).

Занятия лекционного типа проводятся в соответствии с объемом и содержанием, представленным в таблице раздела 5.

При проведении учебных занятий по дисциплине обеспечивается развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая при необходимости проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, содержание дисциплины (модуля) составлено на основе результатов научных исследований, проводимых РМАТ, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей).

6.1. Занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и др.)

Тема 1. Интернет как среда для ведения предпринимательской деятельности в индустрии гостеприимства

Цель занятия: Способствовать формированию у обучающихся знаний об интернет-продвижении услуг для ведения предпринимательской деятельности в индустрии туризма и гостеприимства.

Компетенции:

ПК-7 Способен к интернет-продвижению услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания

Тип занятия: семинар.

Форма проведения: устный ответ (в форме дискуссии).

Участие в дискуссии на выявление сформированности знаний об интернет-продвижении услуг для ведения предпринимательской деятельности в индустрии туризма и гостеприимства.

Тема 2. Интернет-сайт как инструмент маркетинга предприятия индустрии гостеприимства

Цель занятия: Способствовать формированию у обучающихся знаний об использовании интернет-сайта в качестве инструмента маркетинга предприятия индустрии туризма и гостеприимства.

Компетенции:

ПК-7 Способен к интернет-продвижению услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания

Тип занятия: семинар.

Форма проведения: устный ответ (в форме дискуссии).

Участие в дискуссии на выявление сформированности знаний об использовании интернет-сайта в качестве инструмента маркетинга предприятия индустрии туризма и гостеприимства.

Тема 3. Поисковая оптимизация сайта предприятия индустрии гостеприимства

Цель занятия: Способствовать формированию у обучающихся знаний о технологиях поисковой оптимизации сайта предприятия индустрии туризма и гостеприимства.

Компетенции:

ПК-7 Способен к интернет-продвижению услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания

Тип занятия: семинар

Форма проведения: устный ответ (в форме дискуссии).

Участие в дискуссии на выявление сформированности знаний о технологиях поисковой оптимизации сайта предприятия индустрии туризма и гостеприимства.

Тема 4. E-mail маркетинг в индустрии гостеприимства

Цель занятия: Способствовать формированию у обучающихся знаний о технологиях E-mail маркетинга в индустрии гостеприимства.

Компетенции:

ПК-7 Способен к интернет-продвижению услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания

Форма проведения: устный ответ (в форме дискуссии).

Участие в дискуссии на выявление сформированности знаний о технологиях E-mail маркетинга в индустрии гостеприимства.

Тема 5. Интернет-реклама в индустрии гостеприимства

Цель занятия: Способствовать формированию у обучающихся знаний об особенностях организации рекламных кампаний предприятий индустрии туризма и гостеприимства в сети Интернет.

Компетенции:

ПК-7 Способен к интернет-продвижению услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания

Форма проведения: устный ответ (в форме дискуссии), практическое задание.

Участие в дискуссии на выявление сформированности знаний об особенностях организации рекламных кампаний предприятий индустрии туризма и гостеприимства в сети Интернет.

Выполнение практического задания на выявление сформированности умений в области организации рекламных кампаний предприятий индустрии туризма и гостеприимства в сети Интернет.

Тема 6. Продвижение предприятия индустрии гостеприимства в блогах и социальных сетях

Цель занятия: Способствовать формированию у обучающихся знаний об особенностях организации продвижения услуг предприятий индустрии гостеприимства в блогах и социальных сетях.

Компетенции:

ПК-7 Способен к интернет-продвижению услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания

Форма проведения: устный ответ (в форме дискуссии), групповой проект.

Участие в дискуссии на выявление сформированности знаний об особенностях организации продвижения услуг предприятий индустрии гостеприимства в блогах и социальных сетях.

Выполнение группового проекта на выявление сформированности умений в области организации продвижения услуг предприятий индустрии гостеприимства в блогах и социальных сетях.

6.2. Самостоятельная работа обучающихся

Тема 1. Интернет как среда для ведения предпринимательской деятельности в индустрии гостеприимства

Вид работы: изучение литературы по теме, подготовка к семинарскому занятию.

Подготовка к участию в дискуссии на выявление сформированности знаний об интернет-продвижении услуг для ведения предпринимательской деятельности в индустрии туризма и гостеприимства.

Тема 2. Интернет-сайт как инструмент маркетинга предприятия индустрии гостеприимства

Вид работы: изучение литературы по теме, подготовка к семинарскому занятию.

Подготовка к участию в дискуссии на выявление сформированности знаний об использовании интернет-сайта в качестве инструмента маркетинга предприятия индустрии

туризма и гостеприимства.

Тема 3. Поисковая оптимизация сайта предприятия индустрии гостеприимства

Вид работы: изучение литературы по теме, подготовка к семинарскому занятию, выездное практическое занятие.

Подготовка к участию в дискуссии на выявление сформированности знаний о технологиях поисковой оптимизации сайта предприятия индустрии туризма и гостеприимства.

Тема 4. E-mail маркетинг в индустрии гостеприимства

Вид работы: изучение литературы по теме, подготовка к семинарскому занятию.

Подготовка к участию в дискуссии на выявление сформированности знаний о технологиях E-mail маркетинга в индустрии гостеприимства.

Тема 5. Интернет-реклама в индустрии гостеприимства

Вид работы: изучение литературы по теме, подготовка к семинарскому занятию.

Подготовка к участию в дискуссии на выявление сформированности знаний об особенностях организации рекламных кампаний предприятий индустрии туризма и гостеприимства в сети Интернет.

Подготовка к выполнению практического задания на выявление сформированности умений в области организации рекламных кампаний предприятий индустрии туризма и гостеприимства в сети Интернет.

Тема 6. Продвижение предприятия индустрии гостеприимства в блогах и социальных сетях

Вид работы: изучение литературы по теме, подготовка к семинарскому занятию.

Подготовка к участию в дискуссии на выявление сформированности знаний об особенностях организации продвижения услуг предприятий индустрии гостеприимства в блогах и социальных сетях.

Подготовка к выполнению группового проекта на выявление сформированности умений в области организации продвижения услуг предприятий индустрии гостеприимства в блогах и социальных сетях.

6.3. Методические рекомендации по самостоятельной работе обучающихся и подготовке к промежуточной аттестации

Методические рекомендации по самостоятельной работе составлены с целью оптимизации процесса освоения обучающимися учебного материала.

Самостоятельная работа обучающегося направлена на углубленное изучение разделов и тем рабочей программы и предполагает изучение литературных источников, выполнение домашних заданий и контрольных работ, проведение исследований разного характера. Работа основывается на анализе материалов, публикуемых в интернете, а также реальных фактов, личных наблюдений.

Самостоятельная работа обучающегося над усвоением материала по дисциплине может выполняться в читальном зале РМАТ, специально отведенных для самостоятельной работы помещениях, посредством использования электронной библиотеки и ЭИОС РМАТ.

Содержание и количество самостоятельной работы обучающегося определяется учебным планом, методическими материалами и указаниями преподавателя.

Также самостоятельная работа включает подготовку и анализ материалов по темам

пропущенных занятий.

Самостоятельная работа во внеаудиторное время включает:

- работу с лекционным материалом, предусматривающую проработку конспекта лекций;
- изучение учебной и научной литературы;
- поиск (подбор) и обзор литературы, электронных источников информации по индивидуально заданной проблеме курса, написание доклада, исследовательской работы по заданной проблеме;
- выполнение задания по пропущенной или плохо усвоенной теме;
- подготовку к практическим занятиям;
- подготовка к промежуточной аттестации.

В зависимости от выбранных видов самостоятельной работы студенты самостоятельно планируют время на их выполнение. Предлагается равномерно распределить изучение тем дисциплины.

7. Фонд оценочных средств

Фонд оценочных средств по дисциплине разработан в соответствии с Методическими рекомендациями и является составной частью ОПОП.

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

8.1. Основная литература

1. Акулич, М. В. Интернет-маркетинг : учебник / М. В. Акулич. – 2-е изд., пересм. – Москва : Дашков и К°, 2021. – 346 с. : табл. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684274>
2. Калужский, М.Л. Маркетинг : учебник для вузов / М.Л. Калужский. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2017. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=473029>
3. Катаев, А. В. Digital-маркетинг : учебное пособие : [16+] / А. В. Катаев, Т. М. Катаева, И. А. Названова ; Южный федеральный университет. – Ростов-на-Дону ; Таганрог : Южный федеральный университет, 2020. – 163 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=598669>
4. Катаев, А. В. Интернет-маркетинг : учебное пособие / А. В. Катаев, Т. М. Катаева ; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Южный федеральный университет, Инженерно-технологическая академия. – Ростов-на-Дону ; Таганрог : Южный федеральный университет, 2018. – 154 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=499687>

8.2. Дополнительная литература

1. Котлер, Ф. Маркетинг: гостеприимство, туризм : учебник / Ф. Котлер, Боуэн Джон, Мейкенз Джеймс. – 4-е изд., перераб. и доп. – Москва : Юнити-Дана, 2017. – 1071 с. : табл., граф., ил, схемы – (Зарубежный учебник). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684885>
2. Кулагина, Е. В. Реклама в туризме и гостеприимстве : учебное пособие : [16+] / Е. В. Кулагина, И. Е. Карасев ; Омский государственный технический университет. – Омск : Омский государственный технический университет (ОмГТУ), 2020. – 117 с. : табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=682977>

3. Маркетинг PR и рекламы : учебник / И. М. Синяева, В. М. Маслова, О. Н. Романенкова, В. В. Синяев ; под ред. И. М. Синяевой. – Москва : Юнити-Дана, 2017. – 496 с. : табл., ил., схемы – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684879>
4. Москалев, С.М. Интернет-технологии и реклама в бизнесе: учебное пособие / С.М. Москалев. - Санкт-Петербург: СПбГАУ, 2018. (ЭБС: Университетская библиотека онлайн, URL:<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=491717>)
5. Синяева, И. М. Маркетинг услуг : учебник / И. М. Синяева, В. В. Синяев, О. Н. Романенкова ; под ред. Л. П. Дашкова ; Финансовый университет при Правительстве РФ. – 3-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2019. – 252 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573403>

9. Обновляемые современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

9.1. Обновляемые современные профессиональные базы данных

1. <http://классификация-туризм.рф> - Федеральный перечень туристских объектов;
2. <https://tourism.gov.ru> - официальный сайт Федерального агентства по туризму Министерства экономического развития;
3. <http://www.rostourunion.ru/> - официальный сайт отраслевого объединения, в которое входят туроператоры, турагентства, гостиницы, санаторно-курортные учреждения, транспортные, страховые, консалтинговые, IT-компании, учебные заведения, СМИ, общественные и иные организации в сфере туризма;
4. <http://www2.unwto.org/ru> - официальный сайт Всемирной туристской организации;
5. <http://www.standards.ru> – Стандартиформ;
6. <https://www.scopus.com> - Реферативная и справочная база данных рецензируемой литературы Scopus;
7. <https://apps.webofknowledge.com> - Политематическая реферативно-библиографическая и наукометрическая (библиометрическая) база данных Web of Science;
8. Science Alert является академическим издателем журналов открытого доступа. Также издает академические книги и журналы. Science Alert в настоящее время имеет более 150 журналов открытого доступа в области бизнеса, экономики, информатики, коммуникации, инженерии, медицины, математики, химии, общественной и гуманитарной науки;
9. Science Publishing Group электронная база данных открытого доступа включающая в себя более 500 научных журналов, около 50 книг, 30 материалов научных конференций в области статистики, экономики, менеджмента, педагогики, социальных наук, психологии, биологии, химии, медицины, пищевой инженерии, физики, математики, электроники, информатики, науке о защите природы, архитектуре, инженерии, транспорта, технологии, творчества, языка и литературы.

9.2. Обновляемые информационные справочные системы

1. Информационно-правовая система «Гарант». – URL: <http://www.garant.ru/>;
2. Информационно-правовая система «Консультант плюс». – URL: <http://www.consultant.ru/>.

10. Обновляемый комплект лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства

1. Microsoft Office. Интегрированный пакет прикладных программ;

2. Microsoft Windows;
3. Корпоративная информационная система «КИС».

11. Электронные образовательные ресурсы

1. ЭБС «Университетская библиотека Онлайн»;
2. Корпоративная информационная система «КИС».

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Изучение дисциплины обеспечивается в соответствии требованиями Федерального государственного образовательного стандарта по направлению подготовки 43.03.03 Гостиничное дело к материально-техническому обеспечению. Материально-техническое обеспечение необходимое для реализации дисциплины включает: учебные аудитории для проведения учебных занятий, оснащенные оборудованием (специализированной мебелью-посадочные места по количеству обучающихся; рабочее место преподавателя; шкаф, учебная доска, стенд) и техническими средствами обучения (проектор, экран, компьютер).

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в ЭИОС РМАТ.

РМАТ обеспечена необходимым комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства (состав определен в п.10 и подлежит обновлению при необходимости).

При использовании в образовательном процессе печатных изданий библиотечный фонд укомплектован печатными изданиями из расчета не менее 0,25 экземпляра каждого из изданий, указанных в п.8, на одного обучающегося из числа лиц, одновременно осваивающих соответствующую дисциплину (модуль), проходящих соответствующую практику.

Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ), в том числе в случае применения электронного обучения, дистанционных образовательных технологий, к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых определяется в п.9 и подлежит обновлению (при необходимости).