



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования

**«Дальневосточный федеральный университет»  
(ДВФУ)**

*ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА*

СОГЛАСОВАНО

Руководитель ОП

\_\_\_\_\_  
(подпись) Овчаренко Н.П.  
(Ф.И.О. рук. ОП)  
« 17 » октября 2022г.

УТВЕРЖДАЮ

Директор Департамента  
туризма и гостеприимства  
(название кафедры)

\_\_\_\_\_  
(подпись) Овчаренко Н.П.  
(Ф.И.О. зав. каф.)  
« 17 » октября 2022г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

*Информационные технологии гостиничного бизнеса*  
**Направление подготовки 43.03.03 Гостиничное дело**  
*бакалаврская программа «Гостиничное дело»*

**Форма подготовки очная**

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта по направлению подготовки 43.03.03 Гостиничное дело, утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 8 июня 2017 г. № 515

Рабочая программа обсуждена на заседании Департамента туризма и гостеприимства протокол № 2 от «17» октября 2022г.

Директор департамента: канд. техн. наук., доцент Овчаренко Н.П.  
Составитель: канд. экон. наук, доцент Шумакова Е.В.

Владивосток  
2023

**Оборотная сторона титульного листа РПУД****I. Рабочая программа пересмотрена на заседании кафедры:**

Протокол от «\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. № \_\_\_\_\_

Заведующий *кафедрой* \_\_\_\_\_ Н.П. Овчаренко  
(подпись) (И.О. Фамилия)**II. Рабочая программа пересмотрена на заседании кафедры:**

Протокол от «\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. № \_\_\_\_\_

Заведующий *кафедрой* \_\_\_\_\_  
(подпись) (И.О. Фамилия)**III. Рабочая программа пересмотрена на заседании кафедры:**

Протокол от «\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. № \_\_\_\_\_

Заведующий *кафедрой* \_\_\_\_\_  
(подпись) (И.О. Фамилия)**IV. Рабочая программа пересмотрена на заседании кафедры:**

Протокол от «\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. № \_\_\_\_\_

Заведующий *кафедрой* \_\_\_\_\_  
(подпись) (И.О. Фамилия)

## **1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:**

**Цель** изучения дисциплины - изучение подготовка специалистов к профессиональной деятельности в области гостиничного дела; формирование у студентов соответствующих общекультурных и профессиональных компетенций, обеспечивающих готовность выпускника к самостоятельной профессиональной деятельности; приобретение студентами теоретических знаний и практических умений и навыков использования компьютерной техники и информационно-коммуникационных технологий в соответствии с федеральными государственными образовательными стандартами; приобретение студентами базовых сведений об информационных системах управления гостиницей.

### **Задачи:**

- приобретение информационной культуры;
- изучение основных понятий и современных принципов работы с деловой информацией, а также получение представление о информационных системах управления гостиницей;
- изучение архитектуры информационных систем управления гостиницей;
- умение применять информационные технологии для решения управленческих задач гостинично – ресторанного дела;
- овладение программным обеспечением для работы с деловой информацией и основами Интернет-технологий.

Для успешного изучения дисциплины «Информационные технологии в гостиничном бизнесе» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- способность творчески воспринимать и использовать достижения науки, техники в профессиональной сфере в соответствии с потребностями регионального и мирового рынка труда;

- способность использовать современные методы и технологии (в том числе информационные) в профессиональной деятельности.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие общекультурные и профессиональные компетенции:

| Наименование категории (группы) универсальных компетенций   | Код и наименование универсальной компетенции (результат освоения) | Код и наименование индикатора достижения компетенции  |
|---|---|---|
| Способен осуществлять поиск, критический анализ информации, применять системный подход для решения поставленных задач | УК-1  | УК-1.1 Осуществляет поиск, сбор информации с помощью компьютерных технологий  |
|   |   | УК-1.2 Применяет информационные продукты для обработки и анализа информации, следуя принципам критической оценки и верификации источников |

| Код и наименование индикатора достижения компетенции  | Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)   |
|---|--|
| УК-1.1 Осуществляет поиск, сбор информации с помощью компьютерных технологий  | <b>Знает</b> формы, методы и технологии поиска информации<br><b>Умеет</b> работать с информацией в цифровой среде (просмотр, поиск, фильтрация данных, информации и цифрового контента)<br><b>Владеет</b> базовыми навыками управления данными, информацией и цифровым контентом   |
| УК-1.2 Применяет информационные продукты для обработки и анализа информации, следуя принципам критической оценки и верификации источников | Знает основные технологии работы с информацией в офисных приложениях (тексты, таблицы, презентации и т.п.)<br>Умеет создавать и редактировать цифровой контент (рисунки, аудиофайлы, веб-страницы и т.п.)<br>Способен анализировать, сравнивать и критически оценивать достоверность и надежность источников данных, информации и цифрового контента |

## II. ТРУДОЁМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДОВ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачётных единиц (144 академических часов).

(1 зачетная единица соответствует 36 академическим часам)

Структура дисциплины:

Форма обучения – очная.

| №  | Наименование раздела дисциплины  | Семестр | Количество часов по видам учебных занятий и работы обучающегося |     |    |    |    |          | Формы промежуточной аттестации, текущего контроля успеваемости |
|----|--|---------|---|-----|----|----|----|----------|--|
|    |  |         | Лек   | Лаб | Пр | ОК | СР | Контроль |  |
| 1  | Интернет-технологии, применяемые в гостиничном бизнесе.  | 5       |   | 3   |    |    |    |          | зачет  |
| 2  | Гостиницы в Интернет   |         |   | 3   |    |    |    |          |  |
| 3  | Системы бронирования гостиничных услуг и лучшие сайты российских гостиниц                      |         |   | 3   |    |    |    |          |  |
| 4  | Глобальные системы бронирования  |         |   | 3   |    |    |    |          |  |
| 5  | Управление каналами продаж   |         |   | 3   |    |    |    |          |  |
| 6  | Анализ гостиничных сайтов  |         |   | 3   |    |    |    |          |  |
| 7  | Информационные потоки и их роль в организации гостиничного бизнеса.                            |         |   | 3   |    |    |    |          |  |
| 8  | Требования, предъявляемые к информационному обеспечению современного отеля                     |         |   | 3   |    |    |    |          |  |
| 9  | Этапы автоматизации гостиничного сервиса   |         |   | 3   |    |    |    |          |  |
| 10 | Системы автоматизации управления гостиничным бизнесом  |         |   | 3   |    |    |    |          |  |
| 11 | Сравнительная характеристика отечественных и зарубежных систем управления гостиничным бизнесом |         |   | 3   |    |    |    |          |  |
| 12 | Программы для комплексной автоматизации гостиницы  |         |   | 3   |    |    |    |          |  |
|    | Итого:   |         |   | 36  |    |    | 72 | 36       | зачет  |

### III. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ЛАБОРАТОРНЫХ РАБОТ

1. Интернет-технологии, применяемые в гостиничном бизнесе (3 часа).
2. Гостиницы в Интернет (3 часа).
3. Системы бронирования гостиничных услуг и лучшие сайты российских гостиниц (3 часа).

4. Глобальные системы бронирования (Booking.com, Ostrovok, Expedia, Agoda, Airbnb) (3 часа).
5. Управление каналами продаж (сайты отелей, социальные сети и т.д) (3 часа).
6. Анализ гостиничных сайтов (3 часа).
7. Информационные потоки и их роль в организации гостиничного бизнеса (3 часа).
8. Требования, предъявляемые к информационному обеспечению современного отеля (3 часа).
9. Этапы автоматизации гостиничного сервиса (3 часа).
10. Системы автоматизации управления гостиничным бизнесом: обзор программного обеспечения управления гостиницей на российском рынке (3 часа).
11. Сравнительная характеристика отечественных и зарубежных систем управления гостиничным бизнесом (3 часа).
12. Программы для комплексной автоматизации гостиницы (3 часа).

#### **IV. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ**

1. Основные программы для управления гостиницей, укажите сайты или названия поставщиков данных программ.
2. Тенденции развития современных систем автоматизации в гостиничном бизнесе.
3. Достоинства и недостатки программ Travelline и Контур.
4. Модули систем управления
5. Автоматизация деятельности, выбор системы управления отелем и туристским предприятием.
6. Основные формы использования интернета в туристической компании
7. Поиск и проверка информации в интернете.
8. Бронирование гостиничных услуг.

9. Выбор системы бронирования для отеля
10. Основные термины и сокращения в электронных системах бронирования
11. Основные элементы создания бронирования
12. Основные критерии при подборе отеля в различных городах мира.
13. Модификация бронирования
14. Справочные запросы
15. Кодирование и декодирование
16. Выбор и расчет тарифа. Тарифная сетка
17. Правила тарифа
18. Вынужденный и добровольный возврат, и изменения
19. Заказ дополнительных услуг
20. Перевозка багажа

## **V. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ**

**Темы и ориентировочное содержание аналитических, научно-исследовательских и творческих заданий**

**Задание 1.** Провести сравнительный анализ сайтов интернет-магазинов, используя метод комплексного анализа и сравнения экономической эффективности интернет-магазинов, предложенных Аланом Шердани.

**Методические указания для выполнения самостоятельной работы по заданию 1: «Сравнительный анализ сайтов интернет-магазинов»**

На начальном этапе необходимо изучить теоретическую часть темы по предложенному ниже списку вопросов, используя конспекты лекций, учебную литературу и интернет-ресурсы.

Список вопросов по теме:

1. Виды торговли дистанционным способом.
2. Торговые системы в Интернет (аукционы, магазины, торговые ряды и площадки, биржи и др.).

3. Понятие и преимущества (с точки зрения покупателя и продавца) интернет-магазина. Его отличия от оффлайн-аналогов.

4. Этапы взаимодействия покупателя с сайтом виртуального магазина.

5. Классификация моделей розничной интернет-торговли по степени автоматизации торгово-технологических процессов (web-витрины, магазины, автоматы - торговые Интернет-системы), структура каждого вида.

6. Организация технологического процесса онлайн-торговли. Способы создания. Оценка эффективности создания, функционирования интернет-магазинов.

7. Розничная интернет-торговля в России: текущее состояние, темпы развития и перспективы.

Затем следует подобрать фактические данные о показателях динамики развития разных видов торговли дистанционным способом.

Осуществить поиск материалов о количественных и качественных показателях работы интернет-магазинов (статистические данные; статьи и мнения экспертов; Интернет-сервисы, занимающиеся рейтинговой оценкой популярности ресурсов). Сформировать список отобранных ресурсов, изучить и обобщить полученные сведения.

Осуществить поиск и отбор не менее трех интернет-магазинов, функционирующих в центральных регионах Российской Федерации (рекомендуется выбирать магазины, предлагающие сходные группы товаров; разрешается использовать сайты зарубежных магазинов). Изучить схему взаимодействия покупателя с интернет-магазином.

Познакомиться с методом комплексного анализа и сравнения экономической эффективности интернет-магазинов, предложенных Аланом Шердани (Алан Шердани. Анализ экономической эффективности интернет-магазинов. Критерий Шердани. // Интернет-маркетинг, 2008, 2. – стр. 98-



105.). Провести сравнительный анализ сайтов отобранных интернет-магазинов, используя данный метод.

Результаты анализа сайтов интернет-магазинов, функционирующих в центральных регионах России, представить в табличной форме на первом рабочем листе книги MS Excel. На базе полученных субъективных оценок построить диаграмму (элементы диаграммы отформатировать в соответствии с требованиями представления сведений в практических студенческих работах ДВФУ).

Аналогичным образом провести сравнительный анализ предварительно отобранных трех интернет-магазинов, функционирующих в Приморском крае/ г. Владивостоке (если магазины, предлагающие рассматриваемые группы товаров, не найдены, или их число ограничено, то область поиска можно расширить, включив в рассмотрение сайты магазинов Дальневосточного федерального округа).

На втором рабочем листе созданного в табличном процессоре файла представить в табличной форме результаты второго анализа сайтов интернет-магазинов, построить диаграмму.

На основе полученных результатов в ходе работы (контентного анализа с учетом субъективных предпочтений) выбрать по одному магазину-победителю из каждого региона. Проанализировать сайты магазинов-победителей. В рабочем файле на третьем рабочем листе представить полученные результаты, построить диаграмму.

Подвести итоги работы с выбранными магазинами, сформулировать свое видение преимуществ и недостатков каждого ресурса, выявленных в процессе анализа.

Осуществить поиск информации о популярности магазинов-победителей среди интернет-аудитории, данные о числе посетителей за определенный период времени (рекомендуется использовать данные счетчиков магазинов, статистику интернет-сервисов, например, каталога Shop-top, Yandex, Live Интернет, рейтинги mail.ru и др.).

В часы лабораторных занятий представить преподавателю результаты проведенного сравнительного анализа (файл с тремя рабочими листами и тремя диаграммами, созданный в табличном процессоре); отметить особенности сайтов каждого магазина (предварительно в разных вкладках браузера подключиться к сайтам выбранных магазинов на страницы анализируемых разделов, задать условия поиска нужного товара; сделать акцент на применяемых способах доставки товара, формах оплаты, формах и методах информирования покупателя и т.д.); рассказать об основных этапах работы с магазином.

Подготовиться к устной защите по списку вопросов (рекомендуется законспектировать в рабочей тетради ответы на вопросы).

**Замечание.** Возможна модификация задания в направлении проведения сравнительного анализа функциональных возможностей других торговых систем (аукционов/ торговых рядов/ площадок/ бирж). Но в данном случае необходимо разработать собственную систему показателей для проведения их сравнительного анализа.

### **Критерии оценки выполнения аналитического задания**

| № п/п | Критерий   | Количество баллов |
|-------|--|-------------------|
| 1     | Готовность результатов самостоятельной работы в срок                 | 10                |
| 2     | Размещение результатов самостоятельной работы в LMS Blackboard       | 10                |
| 3     | Файл MS Excel с результатами анализа сайтов интернет-магазинов       | 25                |
| 4     | Устная защита задания с демонстрацией содержимого страниц сайтов     | 25                |
| 5     | Защита темы по списку вопросов (собеседование/ групповое обсуждение) | 30                |
|       | ИТОГО  | 100               |

**Задание 2.** Подготовить коллективный доклад по одному из предлагаемых направлений исследования темы «Торговля в Интернет».

Список примерных тем для самостоятельного изучения по теме «Торговля в Интернет»:

1. Основы правового регулирования электронной торговли в России.

2. Вопросы безопасности коммерческих сайтов.
3. Основы безопасности электронной коммерции.
4. Интернет-преступность и электронной торговля.
5. Базовые меры обеспечения безопасности
6. Признаки недобросовестности интернет-мошенников.
7. Рекомендации по организации деятельности лиц в сфере Интернет-коммерции в Российской Федерации.
8. Система правового регулирования электронного бизнеса в России.
9. Правовая основа безопасности электронного бизнеса.
10. Законодательство по проблемам электронного документооборота.
11. Гражданско-правовое регулирование сделок в глобальной компьютерной сети Интернет.
12. Заключение договоров путем электронного обмена данными.

**Методические указания к выполнению научно-исследовательского, творческого задания 2 «Торговля в Интернет».**

Создать группы по 2-3 человека для подготовки доклада и выбрать направление работы из предложенного выше списка. Согласовать тему с преподавателем. Осуществить выбор инструмента для подготовки презентации (приложение презентационной графики MS PowerPoint или посредством онлайн-сервиса).

Используя учебную литературу, научные публикации и интернет-ресурсы, осуществить поиск информации по выбранной тематике. Изучить теоретические материалы, мнение экспертов.

Обсудить в своей группе отобранные материалы по выбранной тематике, коллективно разработать план ее изложения перед студенческой аудиторией. Распределить в группе задания, обязанности по доработке темы в соответствии с разработанным планом (например, осуществить поиск недостающих фактических данных, нормативно-законодательных актов, примеров).

Подготовить презентацию и файл в процессоре MS Word с сопроводительным текстом к каждому слайду.

Осуществить поиск правовых документов по теме в справочно-правовой системе Консультант Плюс, сформировать папку с отобранными нормативно-законодательными актами, подготовить закладки на нужные фрагменты текста в документах.

### **Методические рекомендации по подготовке презентации**

1. Первый слайд должен содержать название доклада, ФИО и координаты (номер группы, направление подготовки, адрес электронной почты) выступающего. Каждый слайд должен иметь заголовок.
2. Презентация начинается с аннотации, где на одном-двух слайдах дается представление, о чем пойдет речь. Большая часть презентаций требует оглашения структуры.
3. Переход от слайда к слайду организуйте по щелчку мыши. Оптимальная скорость переключения – один слайд за 1–2 минуты. Слушатели должны успеть воспринять информацию и визуальную часть слайда, и на слух. «Универсальная» оценка – число слайдов равно продолжительности выступления в минутах.
4. Размер шрифта основного текста – не менее 16pt, заголовки  $\geq 20$  pt. Наиболее читабельным и традиционно используемым в научных исследованиях является Times New Roman. Оформляйте все слайды в едином стиле.
5. Презентация является дополнением к докладу. Каждый слайд – «плакат», поэтому должен содержать таблицы с фактическими данными и диаграммы (с обязательным указанием ссылок на источники в случае, если они подготовлены самостоятельно), информацию в виде схем и рисунков. Сопроводительный текст к каждому слайду сохраните либо в разделе Заметки, либо в файле MS Word.
6. Не перегружайте слайд информацией. Не делайте много мелкого текста. При подготовке презентации рекомендуется в максимальной степени использовать графики, схемы, диаграммы и модели с их кратким описанием.

Фотографии и рисунки делают представляемую информацию более интересной и помогают удерживать внимание аудитории, давая возможность ясно понять суть предмета. Длинные перечисления или большие таблицы с числами тяжело воспринимаются, лучше построить графики.

7. Имеет смысл быть аккуратным. Неряшливо сделанные слайды (разнобой в шрифтах и отступах, ошибки и опечатки) вызывают подозрение, что и к содержательным вопросам докладчик подошёл «спустя рукава». Готовую презентацию надо просмотреть внимательно несколько раз «свежим» взглядом для выявления проблем с оформлением и опечаток.
8. Если Вы чувствуете себя хоть немного неуверенно перед аудиторией, или выступление очень ответственное, то напишите и выучите свою речь наизусть. Озвучивание одной страницы (формат А4, шрифт 14pt, полуторный интервал) занимает 2 минуты. Потренируйтесь выступать с вашей презентацией. Пусть кто-то послушает и скажет Ваши ошибки, впечатление о выступлении, что интересно, что непонятно, как Вы выглядели.
9. Следите за временем (регламент выступления – 10-15 минут).
10. Речь и слайды не должны совпадать, тогда презентация станет «объёмной». Стилль речи должен быть понятным для аудитории, используйте примеры, ассоциации и образы. Слайды могут содержать больше «технических» подробностей: формулы, схемы, таблицы, графики. Всегда подписывайте оси (какая переменная и ее размерность).
11. Первые же фразы должны интриговать. Например, можно сказать о том, насколько сложной или насколько важной является данная задача, или о том, насколько неожиданным будет решение – это позволит удержать внимание слушателей до конца. Но тогда концовка действительно должна оказаться нетривиальной – иначе слушатель будет разочарован. Запомните, у Вас только 20 секунд в начале доклада для того, чтобы привлечь внимание слушателей. Если за это время не прозвучит нечто поистине интригующее (или хотя бы хорошая шутка), вернуть внимание будет очень сложно.
12. Люди лучше запоминают то, что увидели последним!

13. В серьезных научных презентациях не следует использовать эффекты анимации и излишнее «украшательство».

14. Заранее продумайте возможные проблемы с техникой. Заранее скопируйте на рабочий стол файл с презентацией и проверьте, как он работает, с первого до последнего слайда. Обязательно имейте при себе копию презентации на флэш-карте. Проверьте, нет ли проблем с отображением русских шрифтов и формул.

**Критерии оценки выполнения коллективного научно-исследовательского, творческого задания**

| № п/п | Критерий   | Количество баллов |
|-------|--|-------------------|
| 1     | Готовность результатов самостоятельной работы в срок   | 10                |
| 2     | Размещение результатов самостоятельной работы в LMS Blackboard   | 10                |
| 3     | Доклад с демонстрацией презентации, ответы на вопросы аудитории  | 20                |
| 4     | Материал современный, актуальный, интересный для аудитории   | 20                |
| 5     | Тема раскрыта глубоко, изложение материала логично, аргументированно, подкреплено иллюстрациями, таблицами и диаграммами с фактическими данными, схемами и рисунками | 20                |
| 6     | Наличие папки с нормативно-законодательными актами, закладками в СПС Консультант Плюс, презентации и файла MS Word с текстовым материалом                            | 20                |
|       | <b>ИТОГО</b>   | <b>100</b>        |

**Задание 3.** Изучить особенности функционирования провайдерских фирм в Интернет-экономике.

Изучить теоретическую часть темы по предложенному ниже списку вопросов, используя конспекты лекций, учебную литературу и интернет-ресурсы, материалы сайтов интернет-провайдеров.

Список вопросов по теме:

1. Организационно-правовые формы предприятий провайдеров.
2. Назначение провайдеров, их виды. Характеристика продукции и услуг провайдерских фирм.
3. Особенности основных и оборотных средств провайдерской фирмы.

#### 4. Методы оценки стоимости провайдерской фирмы.

### **Методические указания к выполнению задания 3**

Создать группы по 4-5 человек. В ходе подготовки к занятиям разобрать понятие компаний-провайдеров, определить их назначение, организационно-правовые формы, основные направления деятельности в мире, России, Приморском крае и г. Владивостоке (предоставление доступа в сеть, хостинг, создание Интернет-магазинов «под ключ», интернет-телефония, формирование частных сетей – например, кемпинговые и домовые сети, веб-сервисы с ориентацией на конкретных пользователей, наполнение сети информационными ресурсами, создание и обслуживание баз и банков данных – например, файлообменные сервисы и т.п.).

Произвести анализ рынка провайдерских услуг в городе, крае, России для анализа динамики числа провайдерских фирм, выявления ведущих компаний-провайдеров.

Собрать теоретический материал об архитектуре сети Интернет, структуре иерархии провайдеров их классификация; способах подключения к сети Интернет.

Осуществить поиск статистических данных, характеризующих деятельность компаний-провайдеров в мире, Российской Федерации, крае и в г. Владивостоке (или др. населенном пункте, по месту проживания студента), о предлагаемых тарифных планах, подготовить сводную таблицу с услугами и расценками различных провайдеров.

Собрать сведения о существующих в Приморском крае и г. Владивостоке видах подключения к сети Интернет, характеристиками канала связи. Ознакомиться с особенностями функционирования провайдеров разных уровней иерархии в мировом распределении трафика.

Рассмотреть понятие трафика, виды и особенности продукции и услуг провайдерских фирм, охарактеризовать их. Провести анализ рынка провайдерских услуг, с целью определения ведущих компаний-провайдеров.

Сформировать сводную таблицу со значениями параметров видов подключения к сети Интернет.

Выработать набор критериев выбора способа подключения к сети Интернет (для частного лица и для предприятия).

Привести классификацию компаний-провайдеров.

Провести анализ рынка провайдерских услуг по стоимости оказываемых услуг и их качеству. Собранные данные представить в табличной форме (перечень основных показателей для анализа представлен в таблице 1; приветствуется использование дополнительных показателей).

На основании собранных сведений сделать вывод о наиболее выгодных предложениях, услугах провайдеров.

Таблица 1 - Сравнительные характеристики компаний-провайдеров

| Наименования показателей для оценки деятельности фирм-провайдеров | Названия компаний |             |
|---|-------------------|-------------|
|   | Провайдер 1       | Провайдер 2 |
| 1. Качество услуг (по пятибалльной шкале)                         |                   |             |
| 2. Стоимость неограниченного доступа, месячный тариф (у. е.)      |                   |             |
| 3. Стоимость 1 Мб входящей информации (у. е.)                     |                   |             |
| 4. Стоимость 1 часа работы в сети (у. е.)                         |                   |             |
| 5. Плата за регистрацию (у. е.)                                   |                   |             |
| 6. Наличие гибких тарифных планов (да/нет)                        |                   |             |
| 7. Размер модемного пула  |                   |             |
| 8. Известность (по пятибалльной шкале)                            |                   |             |
| 9. Скорость линий связи (Кбит/с)                                  |                   |             |

**Задание 4.** Изучить организацию межсоединений в сети Интернет.

Для подготовки к занятиям необходимо изучить теоретическую часть темы по предложенному ниже списку вопросов, используя конспекты лекций, учебную литературу и интернет-ресурсы.

Список вопросов по теме:

1. Понятие и определение межсоединений.



2. Методы расчета себестоимости межсоединений в распределенной экономике.

3. IP-транспорт.

4. Себестоимость трафика для различных видов организации коммуникаций.

#### **Методические указания к выполнению задания 4**

Создать группы по 4-5 человек. Необходимо определить перечень основных мероприятий, осуществляемых при организации взаимодействия подразделений в рамках распределенного предприятия. Найти примеры внедрения и использования информационных систем для организации работы предприятия в распределенном режиме.

Сформировать представление о существующих системах адресации ресурсов сети Интернет, использовании IP-адресов и доменных имен, принципах IP-адресации. Подготовить сводную таблицу стоимости трафика у городских провайдеров для разных видов подключения к сети Интернет, примеры адресов различных Интернет-ресурсов.

Рассмотреть подходы к организации удаленного взаимодействия подразделений предприятия, интеграции в единое информационное пространство различных участников сетевой экономики (найти примеры применения разных видов информационно-коммуникационных технологий): средств групповой работы географически распределенных участков совместной деятельности, средств сопровождения жизненного цикла продукта, технологии «информационного посредника», «интеллектуального агента» и других.

Широкое распространение сети Интернет в настоящее время способствует организации удаленного взаимодействия субъектов экономической деятельности на базе Интернет-технологий. Следовательно, необходимо повторить определение протоколов, рассмотреть семиуровневую эталонную (базовую) модель взаимодействия открытых систем Open System Interconnections (OSI), детально остановиться на семействе протоколов TCP/IP; рассмотреть технологию IP-адресации (маршрутизация, DNS), состав

IP-адреса; технологию пакетной передачи протокола TCP (содержимое пакета, передача пакета, проверка достоверности, сборка пакетов на стороне получателя).

Согласно семиуровневой модели OSI опишите процедуры преобразования и непосредственной передачи сообщения с одного компьютера на другой с помощью ICQ, web-mail, Агента mail.ru (действия, осуществляемые над сообщением на каждом из уровней со стороны отправителя и со стороны получателя).

Рассмотрев различные виды сетевых технологий, подготовить сводную таблицу расходов, необходимых для организации предоставления услуг связи по данным технологиям. На основе собранных данных сделать выводы о себестоимости предоставляемых услуг, уровне дохода от их реализации.

#### **Критерии оценки выполнения коллективного задания**

| № п/п | Критерий  | Количество баллов |
|-------|---|-------------------|
| 1     | Готовность результатов самостоятельной работы в срок  | 10                |
| 2     | Размещение результатов самостоятельной работы в LMS Blackboard  | 10                |
| 3     | Защита темы по списку вопросов/ активное участие в обсуждении докладов  | 20                |
| 4     | Представление результатов проведенного анализа на занятии   | 20                |
| 5     | Материал современный, актуальный, интересный для аудитории Тема раскрыта глубоко, изложение материала логично, аргументированно, подкреплено иллюстрациями, таблицами и диаграммами с фактическими данными, схемами и рисунками | 20                |
| 6     | Наличие файла с результатами проведенного коллективного анализа, папки с нормативно-законодательными актами, закладками в СПС Консультант Плюс  | 10                |
| 7     | Наличие файла с презентацией или файла MS Word с текстовым материалом   | 10                |
|       | <b>ИТОГО</b>  | <b>100</b>        |

**Задание 5.** Изучить особенности проведения рекламных мероприятий и маркетинговых исследований в сети Интернет

Для подготовки к занятиям необходимо изучить теоретическую часть темы по предложенному ниже списку вопросов, используя конспекты лекций, учебную литературу и интернет-ресурсы (например, материалы

работы «Энциклопедия Интернет-рекламы» на сайте издательства ПРОМО по адресу [book.promo.ru](http://book.promo.ru)).

Список вопросов по теме:

1. Новые подходы к рекламе, сбыту, расчетам с клиентами.
2. Возможности, предоставляемые глобальной сетью Интернет, для маркетинговых исследований. Особенности глобального маркетинга.
3. Разработка рекламной программы в сетях. Задачи, стоящие перед разработчиком рекламной кампании.
4. Баннерная реклама. Функции баннеров. Баннерные сети. Методы реализации баннерной рекламы. Характеристики баннеров, оценка эффективности.
5. Поисковые системы и каталоги.
6. Межличностные коммуникации на базе Интернета.
7. Основные этапы проведения интернет-рекламы.
8. Критерии выбора форм и методов рекламной кампании.
9. Оценка эффективности рекламной кампании в Интернет.
10. Сущность интернет-маркетинга.
11. Характеристика инструментов интернет-маркетинга.

### **Методические указания к выполнению задания 5**

Создать группы по 4-5 человек.

Необходимо определить инструмент проведения рекламной кампании (например, с помощью баннерных сетей). Затем подготовить информацию о наиболее крупных баннерных сетях и существующих расценках на размещение баннеров (рассмотреть зависимости от «раскрученности» сайта), сделать подборки рекламных агентств, предлагающих свои услуги через

Интернет, поисковых систем и каталогов, электронных платежных Интернет-систем, банков, предоставляющих услугу интернет-банкинга, институтов, предоставляющих дистанционное образование. Отдельно следует рассмотреть баннерную рекламу, как особый вид рекламы, эффективность и правила ее использования. Также необходимо подготовить собственное резюме.

Осуществить поиск материалов о стоимости использования различных рекламных носителей, расчетах затрат на проведение рекламных акций в Интернет-среде, примеров использования количественных и качественных показателей в расчетах эффективности рекламной кампании.

Осуществить поиск сведений о российских баннерных сетях. Познакомиться с возможностями и условиями взаимодействия с одной из них. Выделить наиболее известные компании, предоставляющие услуги размещения баннеров на своих Интернет-ресурсах (например, mail.ru). Результаты оформить в виде таблицы (таблица 3), на основании собранных данных сделать вывод о наиболее эффективном размещении баннерной рекламы.

Таблица 3 - Сравнительные характеристики баннерных сетей

| Услуги по размещению баннеров                   | Компания 1 | Компания 2 | Компания 3 |
|---|------------|------------|------------|
| <i>На главной странице</i>                      |            |            |            |
| 1 месяц   |            |            |            |
| <i>На других страницах</i>                      |            |            |            |
| 1 месяц   |            |            |            |
| 1 клик  |            |            |            |
| 1000 просмотров                                 |            |            |            |
| <i>Посещаемость информационного ресурса</i>     |            |            |            |
| Приблизительное количество пользователей в день |            |            |            |

Провести сравнительный анализ рекламной компании в сети Интернет и обычной рекламной кампании. Выявить преимущества и недостатки рекламной Интернет-кампании.

Привести примеры компаний, использующих Интернет-рекламу, как основной механизм рекламной кампании.

Осуществить поиск и отбор не менее трех рекламных интернет-агентств, функционирующих в центральных регионах Российской Федерации (рекомендуется выбирать агентства, предлагающие полный комплекс рекламных услуг).

Провести сравнительный анализ отобранных сайтов по набору показателей, предложенных в таблице 4 (оценка осуществляется на усмотрение студента – по пятибалльной или десятибалльной шкале; допускается введение и использование дополнительных показателей).

Результаты анализа сайтов рекламных интернет-агентств, функционирующих в Рунете, представить в табличной форме (файл создать в табличном процессоре Excel). На базе поставленных субъективных оценок построить диаграмму (элементы диаграммы отформатировать в соответствии с общеуниверситетскими требованиями представления сведений в практических студенческих работах).

Результаты второго анализа сайтов интернет-агентств представить в табличной форме на втором рабочем листе созданного файла, построить диаграмму.

На основе полученных результатов в ходе работы (контентного анализа с учетом субъективных предпочтений) выбрать агентство-победитель.

Подвести итоги работы с выбранными web-представительствами, сформулировать свое видение преимуществ и недостатков каждого ресурса, выявленных в процессе анализа.

В часы лабораторных занятий представить преподавателю результаты проведенного исследования в электронном виде (файл, созданный в табличном процессоре); дать характеристику дизайна, контента и другим особенностям сайтов каждого агентства (предварительно подключитесь к сайтам выбранных компаний, отобразите на разных вкладках браузера содержимое страниц анализируемых разделов сайтов); оцените качество работы с сайтом агентства.

Таблица 4 - Показатели для сравнительного анализа рекламных интернет-агентств

| Показатели  | Рекламное агентство 1<br>(Ссылка на Ресурс) | Рекламное агентство 2<br>(Ссылка на Ресурс) |
|---|---|---|
| Дизайн сайта<br>(оформление; размещение информационных разделов; информативность; удобство восприятия сведений и т.п.)  |   |   |
| Способы навигации по ресурсам сайта<br>(насколько она удобна и понятна; способы навигации; карта сайта)   |   |   |
| Перечень предоставляемых услуг, цены на них<br>(наличие сведений о наборе услуг и цен на них, форма подачи; возможность предварительной калькуляции стоимости рекламной акции)        |   |   |
| Наличие сведений об условиях договора и формы бланка заказа   |   |   |
| Способы организации обратной связи<br>(консультации менеджеров по «горячей» линии по телефону, электронной почте, ICQ, «Гостевая книга», часто задаваемые вопросы FAQ и др. средства) |   |   |
| Наличие образцов продукции (портфолио)  |   |   |
| Информация об агентстве<br>(история, сведения о размещении головного офиса и филиалов, награды, клиенты)  |   |   |
| Справочная информация для клиентов  |   |   |
| Ссылки на другие рекламные агентства  |   |   |

### Критерии оценки выполнения коллективного задания

| № п/п | Критерий  | Количество баллов |
|-------|---|-------------------|
| 1     | Готовность результатов самостоятельной работы в срок  | 10                |
| 2     | Размещение результатов самостоятельной работы в LMS Blackboard  | 10                |
| 3     | Защита темы по списку вопросов/ активное участие в обсуждении докладов результатов анализа коллег в группе  | 20                |
| 4     | Представление результатов проведенного анализа на занятии   | 20                |
| 5     | Материал современный, актуальный, интересный для аудитории Тема раскрыта глубоко, изложение материала логично, аргументированно, подкреплено иллюстрациями, таблицами и диаграммами с фактическими данными, схемами и рисунками | 20                |
| 6     | Наличие файла с результатами проведенного коллективного анализа, папки с нормативно-законодательными актами, закладками в СПС<br>Консультант Плюс   | 20                |
|       | ИТОГО   | 100               |

**Задание 6.** Изучить особенности проведения транзакций денежных средств в сети Интернет

Для подготовки к занятиям необходимо изучить теоретическую часть темы по предложенному ниже списку вопросов, используя конспекты лекций, учебную литературу и интернет-ресурсы (например, материалы сайтов платежных систем).

Список вопросов по теме:

1. Платежные системы в Интернет: понятие, их классификация, схемы проведения платежей, преимущества и недостатки.
2. Электронные средства платежей.
3. Методы обеспечения безопасности проведения коммерческих операций.
4. Тенденции развития рынка электронных расчетов.
5. Российские платежные системы: примеры, краткий сравнительный анализ. Методы получения рейтинговых оценок платежных систем.
6. Интернет-банкинг.
7. Подтверждение, лицензирование и страхование распределенного обслуживания
8. Мобильный банкинг.
9. Проблемы безопасности электронных платежей.

### **Методические указания к выполнению задания 6**

Сформировать группы, состоящие из 5-6 человек.

Подготовить информацию о тенденциях развития различных видов коммуникаций, позволяющих производить транзакции денежных средств. К таким видам коммуникаций относят сеть Интернет и мобильные сетевые технологии. Разобраться в особенностях функционирования современных видов систем электронных платежей: систем Интернет-банкинга,

процессинговых центров электронных платежей (Интернет-эквайринг), электронных платежных систем.

Рассмотреть понятия системы электронных платежей, Интернет-банкинга, сетевого банкинга, новые возможности для потребителей, получаемые вследствие совершенствования и консолидации коммуникационных аппаратных средств (компьютерных сетей и мобильных средств связи).

Подготовить сводную таблицу со сведениями об основных средствах платежа.

Изучить типовые схемы проведения платежа на базе различных электронных средств.

Определить основных участников электронных расчетов.

Ознакомиться с информационным наполнением сайтов не менее двух электронных платежных систем (например, WebMoney, Золотая Корона, PAYCASH, CyberPlat или др.).

Провести сравнительный анализ российских платежных систем.

Осуществить поиск материалов с экспертными оценками рейтингов платежных систем.

Определить наиболее удобную на ваш взгляд платежную систему. Объяснить свой выбор.

Подготовить сводную таблицу с перечнем достоинств и недостатков платежных систем.

Посетить сайты Сбербанка РФ и коммерческого банка (по вашему выбору), ознакомиться с перечнем предлагаемых услуг с использованием Интернет-технологий. Пояснить, почему не все услуги банка возможно осуществить через Интернет.

Подготовить примеры использования систем электронных платежей разными субъектами Интернет-экономики, демонстрирующие получаемые ими преимущества, экономический эффект. Обосновать эффективность применения различных форм электронных расчетов (например, в быту).



Рассмотреть специфику формирования и развития данной секторы Интернет-экономики. Произвести мнений экспертов о перспективах развития систем электронных платежей.

Ознакомиться с технологией применения «электронных денег» в одной из систем электронной оплаты (например, WebMoney). Освоить технологию электронных платежей (например, ОнлайнСбербанк/ скачать бесплатную демоверсию приложения клиент-банк любой финансово-кредитной организации).

### Критерии оценки выполнения коллективного задания

| № п/п | Критерий  | Количество баллов |
|-------|---|-------------------|
| 1     | Готовность результатов самостоятельной работы в срок  | 10                |
| 2     | Размещение результатов самостоятельной работы в LMS Blackboard  | 10                |
| 3     | Защита темы по списку вопросов/ активное участие в обсуждении докладов результатов анализа коллег в группе  | 20                |
| 4     | Объяснение реализации технологии электронных платежей, демонстрация ее осуществления  | 20                |
| 5     | Материал современный, актуальный, интересный для аудитории Тема раскрыта глубоко, изложение материала логично, аргументированно, подкреплено иллюстрациями, таблицами и диаграммами с фактическими данными, схемами и рисунками | 20                |
| 6     | Наличие файла с результатами проведенного коллективной работы, папки с нормативно-законодательными актами, закладками в СПС Консультант Плюс  | 20                |
|       | ИТОГО   | 100               |

**Задание 7.** Изучить особенности электронной коммерция в индустрии услуг (Модели B2B и B2C).

Изучить теоретическую часть темы по предложенному ниже списку вопросов, используя конспекты лекций, учебную литературу и интернет-ресурсы (например, материалы сайтов интернет-агентств).

Список вопросов по теме:

1. Формирование рынка информационных продуктов и услуг. Поставщики и потребители информационных продуктов и услуг.
2. Государство и сфера информационных продуктов и услуг.

3. Структура рынка информационных продуктов и услуг.
4. Мировой рынок информационных продуктов и услуг.
5. Концепция ценообразования на рынке информационных продуктов и услуг.
6. Электронный бизнес: понятие, основные виды, преимущества, принципы ведения.
7. Объективные предпосылки возникновения электронного бизнеса и угрозы его функционированию.
8. Информационная инфраструктура электронного бизнеса.
9. Особенности хозяйственной деятельности в Интернет-среде.
10. Методы и пути интеграции предприятий в электронный рынок.
11. Классификация моделей электронного бизнеса в Интернет-среде.

#### **Методические указания к выполнению задания 7**

Сформировать группы, состоящие из 5-6 человек.

Изучить теоретическую часть темы по учебной литературе (печатной и Интернет-ресурсам). Подготовиться к устной ее защите по списку вопросов (рекомендуется законспектировать в рабочей тетради ответы на вопросы; осуществить поиск аналитических статей, статистических данных, отражающих динамику развития деятельности российских предприятий в интернет-пространстве). Подготовить информацию о тенденциях развития выбранного рынка услуг.

Осуществить поиск и отбор трех сайтов компаний, предоставляющих услуги в интернет-среде (на усмотрение коллектива – кадровые агентства, страховые компании, туристские компании, маркетинговые агентства, издательские компании, образовательные организации или фирмы др. направлений деятельности),

Провести сравнительный анализ отобранных сайтов по самостоятельно разработанной системе показателей (в таблице 5 приведен примерный перечень показателей для сравнительного анализа сайтов кадровых агентств).

Результаты анализа сайтов компаний представить в табличной форме в файле, созданном в табличном процессоре (например, MS Excel). На базе поставленных оценок построить диаграмму.

Подвести итоги работы с выбранными web-представительствами, сформулировать свое видение преимуществ и недостатков каждого ресурса, выявленных в процессе анализа.

В часы лабораторных занятий представить преподавателю результаты проведенного исследования в виде файла со значениями оценок и диаграммами; отметить особенности каждого интернет-агентства (предварительно с помощью браузера подключиться к сайтам выбранных фирм, приготовить на разных вкладках страницы анализируемых разделов сайтов компаний); продемонстрировать основные этапы работы с сайтами (например, по поиску необходимых посетителю сведений).

Таблица 5 – Примерный набор показателей для сравнительного анализа кадровых интернет-агентств

| Показатели  | Агентство 1<br>(Ссылка на ресурс) | Агентство 2<br>(Ссылка на ресурс) |
|---|-----------------------------------|-----------------------------------|
| <b>Общая оценка организации и контента</b>  |                                   |                                   |
| Дизайн сайта<br>(оформление; размещение информационных разделов; информативность; удобство восприятия сведений и т.п.)  |                                   |                                   |
| Организация навигации по ресурсам сайта<br>(насколько она удобна и понятна; способы навигации - горизонтальные и вертикальные меню; карта сайта; кнопки; текстовые и графические гиперссылки внутри страницы и др.)           |                                   |                                   |
| Информация об агентстве<br>(история, логотип и девиз; размещение головного офиса и филиалов, сертификаты и лицензии, награды, клиенты, партнеры)  |                                   |                                   |
| Ссылки на другие рекрутинговые агентства  |                                   |                                   |
| <b>Оценка с точки зрения соискателя</b>   |                                   |                                   |
| Наличие перечня предоставляемых услуг и цен на них<br>(местоположение и организация доступа к перечню услуг; формы представления сведений о них и полнота; возможности просмотра цен и предварительной калькуляции стоимости) |                                   |                                   |

| Показатели  | Агентство 1<br>(Ссылка на ресурс) | Агентство 2<br>(Ссылка на ресурс) |
|---|-----------------------------------|-----------------------------------|
| тренингов или переобучения; наличие сведений вспомогательного характера, например, для новичков на рынке труда, и др.)  |                                   |                                   |
| Наличие базы данных имеющихся вакансий и возможности по заданию условий поиска<br>(организация доступа к базе вакансий на страницах сайта; информация о последнем обновлении; наличие специальных предложений; возможности по заданию набора условий поиска нужной вакансии и т.д.)   |                                   |                                   |
| Организация оформления резюме<br>(web-форма, бланк или сообщение электронной почты и помощь по его заполнению)  |                                   |                                   |
| Справочная информация для клиентов<br>(рекомендации по правильному оформлению резюме и их образцы; советы новичкам на рынке труда по подготовке к собеседованию; правила поведения; информация о нормативно-законодательных актах, регламентирующих трудовые отношения; статистика о наиболее востребованных профессиях и величинах заработной платы и пр.) |                                   |                                   |
| Услуги по переквалификации специалистов<br>(местоположение и организация доступа к перечню дополнительных услуг для соискателей; формы представления сведений о них и полнота; возможности просмотра цен и предварительной калькуляции стоимости; наличие сведений вспомогательного характера и др.)  |                                   |                                   |
| <b>Оценка с точки зрения работодателя</b>   |                                   |                                   |
| Перечень предоставляемых услуг и ценах на них, сведений о тренингах, тестировании и т.п.<br>(наличие, местоположение и организация доступа к перечню услуг; формы представления сведений о них и полнота; возможности просмотра цен и предварительной калькуляции стоимости; наличие сведений вспомогательного характера и др.)                             |                                   |                                   |
| Наличие сведений об условиях договора и организация дистанционного заказа<br>(образец договора заказа; формирование заказа - заполнение web-формы или шаблона бланка заказа, отправка сообщения по электронной почте, др. методы; организация процедуры подтверждения заказа)   |                                   |                                   |
| Способы организации обратной связи<br>(консультации менеджеров по «горячей» линии по телефону, электронной почте, ICQ, «Гостевая книга», часто задаваемые вопросы FAQ, телеконференции и др. средства)  |                                   |                                   |

### Критерии оценки выполнения коллективного задания

| №<br>п/п | Критерий | Количество<br>баллов |
|----------|----------|----------------------|
|----------|----------|----------------------|

|   |   |     |
|---|---|-----|
| 1 | Готовность результатов самостоятельной работы в срок  | 10  |
| 2 | Размещение результатов самостоятельной работы в LMS Blackboard  | 10  |
| 3 | Защита темы по списку вопросов/ активное участие в обсуждении результатов анализа сайтов интернет-компаний и рынков услуг коллег в группе   | 20  |
| 4 | Представление результатов сравнительного анализа сайтов интернет-компаний выбранного вида деятельности и анализа соответствующего рынка услуг   | 20  |
| 5 | Материал современный, актуальный, интересный для аудитории Тема раскрыта глубоко, изложение материала логично, аргументированно, подкреплено иллюстрациями, таблицами и диаграммами с фактическими данными, схемами и рисунками | 20  |
| 6 | Наличие файла с результатами проведенного коллективной работы, папки с нормативно-законодательными актами, закладками в СПС Консультант Плюс  | 20  |
|   | ИТОГО   | 100 |

**Задание 8.** Создать информационный сайт компании (на базе готового макета в приложении Microsoft Publisher, средствами текстового процессора MS Word или с помощью мастера на бесплатном сайте).

Изучить теоретическую часть темы по предложенному ниже списку вопросов, используя конспекты, учебную литературу и интернет-ресурсы.

Список вопросов по теме:

1. Электронный бизнес: понятия, виды моделей.
2. Web-сайт как представительство компании (фирмы, организации) в Интернет-среде (понятие web-страницы, web-сайта – статического и динамического, web-сервера; их функции и назначение, структура, виды).
3. Виды и структура корпоративного сайта, его функции и задачи.
4. Основные технологии создания web-сайтов. Размещение web-сайта.
5. Способы привлечения посетителей на сайт. Счетчики посетителей. Количественные и качественные критерии оценки эффективности создания и функционирования web-сайта компании.
6. Внедрение корпоративных информационных систем в структуру электронной коммерции.

7. Идеология web-сервисов
8. Практика формирования законодательства по электронной коммерции за рубежом и в России
9. Корпоративные порталы: понятие, назначение. Основные требования, предъявляемые к порталам. Ключевые функции порталов. Типы порталов.
10. Роль XML и WEB-сервисов в Интернет-экономике. Механизмы достижения всеобщего понимания XML-документов: DTD, XML Schemas, XML-словари.
11. Понятие Web-сервиса. Технологии разработки XML-документов.
12. Архитектуры и технологии разработки корпоративных порталов.
13. Компании-разработчики программного обеспечения для корпоративных порталов.
14. Архитектура программного обеспечения для бизнес-интеграции компании IBM.
15. Управление и мониторинг корпоративных порталов. Объекты управления и мониторинга: контент, пользователи, безопасность, персонализация, производительность, системные ресурсы, сетевые соединения.
16. Обеспечение безопасности: межсетевые экраны, цифровые сертификаты, аутентификация, уровень защищенных гнезд SSL, обеспечение безопасности IP.
17. Управление знаниями: иерархия управления - управление информацией, управление содержимым портала, управление знаниями.

Сформировать группы, состоящие из 2-3 человек.

Предварительно подготовьте файлы с информацией о компании, сохраните их в отдельной папке с именем Материалы\_для\_сайта.

Запустите приложение Publisher. Внимательно рассмотрите открывшееся окно программы, определите, какие стандартные и новые структурные элементы на нем присутствуют и их место положение.

В левой части окна приложения в области задач Новая публикация в разделе Начать с макета щелкните по пункту Веб-узлы и электронная почта. В развернувшемся подменю выберите пункт Веб-узлы, а в его подчиненном меню – пункт Веб-узлы «Услуги». В рабочей области окна приложения представляются различные макеты веб-сайтов. Перемещая курсор с одного макета на другой (без щелчка), просмотрите их образцы. Выберите щелчком мыши макет Веб-узел «Услуги». Игрушки.

Для внесения изменений в оформление выбранного шаблона в области задач Параметры: Веб-узел задайте команду Цветовые схемы и выберите цветовую схему Лагуна.

Затем в нижней части панели задач Цветовые схемы задайте команду Пользовательская цветовая схема для корректировки выбранного набора цветовых решений элементов сайта. В появившемся диалоговом окне Цветовая схема на вкладке Пользовательская внесите коррективы в цветовую схему. С помощью командной кнопки Сохранить схему... вызовите соответствующее окно диалога и сохраните созданный набор цветовых решений, задайте ему имя по своей фамилии. Проверьте наличие нового набора цветовых решений в списке Применить цветовую схему на панели задач Цветовая схема.

Вернитесь в режим работы с параметрами веб-сайта щелчком по пункту Параметры: Веб-узел (или с помощью кнопки Назад) на панели задач Цветовые схемы.

Для перемещения по страницам сайта создайте панель навигации, выбрав вариант Вертикальная и горизонтальная в соответствующем разделе

панели задач Параметры: Веб-узел (Microsoft Publisher так же позволяет создавать панель навигации «вручную»).

Для внесения изменений в оформление текстовой информации щелкните по пункту Шрифтовые схемы на панели задач Параметры: Веб-узел. В появившемся разделе Применить шрифтовую схему и выберите набор Мастер: Мастер веб-узлов. Убедитесь, что в макете изменился тип шрифта в текстовых блоках. Внизу панели задач Шрифтовые схемы с помощью команды Стили и форматирование можно задать собственные параметры оформления заголовков, маркированных списков и других элементов на странице. Используйте данную команду при работе над собственным проектом сайта в часы самостоятельной работы.

Для установки нужного фона веб-страницы и добавления звуковых эффектов перейдите в область задач Содержимое страницы с помощью щелчка по соответствующему пункту в области задач.

В открывшейся панели задач Содержимое страницы в разделе Параметры страницы щелкните по пункту Фоновая заливка и звук. Из списка предлагаемых вариантов выберите пятый вариант первого столбца.

Используя содержимое файлов папки Материалы\_для\_сайта, на первую страницу сайта скопируйте и вставьте нужные объекты.

Перейдите на следующую страницу щелчком по ее ярлыку внизу рабочей области окна приложения Publisher (кнопка с числом 2). Используя содержимое файлов папки Материалы\_для\_сайта, на вторую страницу сайта скопируйте и вставьте объекты.

Аналогичным образом подготовьте третью и четвертую страницы сайта. Сохраните проект в отдельной папке.

Задайте команду Файл ➤ Предварительный просмотр веб-страницы. В открывшемся окне браузера Internet Explorer просмотрите полученный вариант сайта, проверьте работу гиперссылок. Закройте окно браузера.

Сохраните проект с типом файла Веб-страница. Зайдите в папку и обратите внимание на иконки файлов, сохраненных в разных форматах.



Откройте двойным щелчком мыши файл в формате Веб-страница. В открывшемся окне браузера Internet Explorer просмотрите полученный вариант сайта, проверьте работу гиперссылок. Закройте окно браузера.

Продемонстрируйте преподавателю результаты выполнения своего проекта.

Не забывайте по мере внесения изменений в проект сайта просматривать его отображение в окне браузера и проверять работу гиперссылок. На панели задач Параметры: Веб-узел в разделе Добавить на веб-узел используйте команду Просмотр веб-узла.

Перед размещением сайта в интернет-среде убедитесь, что он сохранен в двух форматах, что позднее, в случае необходимости позволит редактировать содержимое и дизайн сайта средствами того приложения, в котором он проектировался.

#### Критерии оценки выполнения творческого задания

| № п/п | Критерий   | Количество баллов |
|-------|--|-------------------|
| 1     | Готовность результатов самостоятельной работы в срок   | 10                |
| 2     | Размещение результатов самостоятельной работы в LMS Blackboard   | 10                |
| 3     | Защита темы по списку вопросов, активное участие в групповом обсуждении вопросов темы  | 30                |
| 4     | Представление результатов проектирования сайта компании выбранного вида деятельности (в интернет-среде/ на компьютере в аудитории) | 30                |
| 5     | Наличие папки с файлами для разработки сайта, самого сайта   | 20                |
|       | ИТОГО  | 100               |

#### VI. КОНТРОЛЬ ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛЕЙ КУРСА

| № п/п | Контролируемые разделы / темы дисциплины | Коды и этапы формирования компетенций |   | Оценочные средства   |                            |
|-------|--|---------------------------------------|---|--|----------------------------|
|       |  |                                       |   | текущий контроль   | промежуточная аттестация   |
| 1     | Темы 1-12                                | УК-1                                  | Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие; Определяет, интерпретирует и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи | конспект (ПР-7); доклад (УО-3); деловая игра (ПР-10); творческое задание (ПР-13) | Вопросы к зачету 1, 5,8 44 |

|  |  |  |  |                          |
|--|--|--|--|--------------------------|
|  |  | Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов; При обработке информации отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок, формирует собственные мнения и суждения, аргументирует свои выводы и точку зрения | конспект (ПР-7); доклад (УО-3); деловая игра (ПР-10); творческое задание (ПР-13) | Вопросы к зачету 30-33   |
|  |  | Рассматривает и предлагает возможные варианты решения поставленной задачи, оценивая их достоинства и недостатки  | конспект (ПР-7); доклад (УО-3); деловая игра (ПР-10); творческое задание (ПР-13) | Вопросы к зачету 2, 6-28 |

## VII. СПИСОК УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### Основная литература

*(электронные и печатные издания)*

1. Макарова А. Базовый курс Sabre GDS- М: Sabre Travel Network, 2011. – 280 с. – 1 экз.
2. Морозов М.А., Морозова Н.С. Информационные технологии в социально-культурном сервисе и туризме. Оргтехника: учебник. 2-е изд. – М.: 2004. – 263 с. – 1 экз.
3. Сенин, В.С. Гостиничный бизнес: классификация гостиниц и других средств размещения: учебное пособие для вузов /В.С. Сенин, А.В. Денисенко. – М.: Финансы и статистика, 2008. – 144 с. ил. – 5 экз.
4. Синаторов С.В., Пикулик О.В., Боченина Н.В. Информационные технологии в туризме. – М.: "Издательский дом Альфа-М", 2012. – 316 с. – 1 экз.
5. Чудновский, А.Д., Жукова М.А. Информационные технологии управления в туризме: учебное пособие. – М.: Кнорус , 2011. – 174 с. – 1 экз.

### Дополнительная литература:

*(печатные и электронные издания)*

1. Биржаков М.Б. Введение в туризм. Издание 9-е, переработанное и дополненное / М.Б. Биржаков. – СПб.: «Издательский дом Герда», 2007. – 576 с.
2. Зорин И.В. Энциклопедия туризма: справочник/ И.В. Зорин, В.А. Квартальнов. – М.: Финансы и статистика, 2000. – 368 с.
3. Основы туристской деятельности: учебник. Сост. Е.Н. Ильина. – М.: «Советский спорт», 2000. - 199 с.
4. Седова Н. А. Культурно-просветительный туризм: учебное пособие./ Седова Н. А. – М.: Советский спорт, 2003. – 96 с. – 1 экз.

**Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети  
«Интернет»**

1. Материалы сайта. – Режим доступа: [www.aeroflot.ru](http://www.aeroflot.ru)
2. Материалы сайта. – Режим доступа: [www.marriott.com](http://www.marriott.com)
3. Материалы сайта. – Режим доступа: [www.s7.ru](http://www.s7.ru)
4. Материалы сайта. – Режим доступа: [www.pac.ru](http://www.pac.ru)
5. Материалы сайта. – Режим доступа: [www.pegast.ru](http://www.pegast.ru)
6. Материалы сайта. – Режим доступа: [www.booking.com](http://www.booking.com)
7. Материалы сайта. – Режим доступа: [www.hotelbook.ru](http://www.hotelbook.ru)
8. Материалы сайта. – Режим доступа: [www.acase.ru](http://www.acase.ru)
9. Материалы сайта. – Режим доступа: [www.kontur.ru](http://www.kontur.ru)
10. Материалы сайта. – Режим доступа: [www.travelline.ru](http://www.travelline.ru)

**Перечень информационных технологий  
и программного обеспечения**

1. Microsoft Word
2. Microsoft Excel
3. Microsoft PowerPoint

4. Microsoft Publisher
5. Консультант Плюс / Гарант
6. Microsoft Internet Explorer/ Mozilla Firefox/ Opera

## **VIII. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **IX. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Для проведения лабораторных занятий - аудитория, оснащенная мультимедийным проектором, персональными компьютерами на рабочих местах студентов с выходом в Интернет и установленным программным обеспечением (как минимум – Microsoft Office, Консультант Плюс / Гарант).

### **X. ФОНДЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

Типовые оценочные средства по текущей аттестации по дисциплине «Информационные технологии в гостиничном бизнесе» размещены в разделе рабочей учебной программы дисциплины «Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся».

#### **Критерии оценки выполнения аналитического задания**

| №<br>п/п | Критерий   | Количество<br>баллов |
|----------|--|----------------------|
| 1        | Готовность результатов самостоятельной работы в срок                 | 10                   |
| 2        | Размещение результатов самостоятельной работы в LMS Blackboard       | 10                   |
| 3        | Файл MS Excel с результатами анализа сайтов интернет-магазинов       | 25                   |
| 4        | Устная защита задания с демонстрацией содержимого страниц сайтов     | 25                   |
| 5        | Защита темы по списку вопросов (собеседование/ групповое обсуждение) | 30                   |
|          | <b>ИТОГО</b>   | <b>100</b>           |

### Критерии оценки выполнения творческого задания

| № п/п | Критерий   | Количество баллов |
|-------|--|-------------------|
| 1     | Готовность результатов самостоятельной работы в срок   | 20                |
| 2     | Размещение результатов самостоятельной работы в LMS Blackboard   | 10                |
| 3     | Многообразиие и широта использования средств и инструментов Ms Office                                      | 30                |
| 4     | Аккуратность, презентабельность, эргономичность выполненного задания                                       | 10                |
| 5     | Опережающие элементы (использование в заданиях элементов, которые еще не были представлены преподавателем) | 30                |
| 6     | ИТОГО  | 100               |

### Критерии оценки выполнения коллективного задания

| № п/п | Критерий  | Количество баллов |
|-------|---|-------------------|
| 1     | Готовность результатов самостоятельной работы в срок  | 10                |
| 2     | Размещение результатов самостоятельной работы в LMS Blackboard  | 10                |
| 3     | Защита темы по списку вопросов/ активное участие в обсуждении докладов результатов анализа коллег в группе  | 20                |
| 4     | Представление результатов проведенного анализа на занятии   | 20                |
| 5     | Материал современный, актуальный, интересный для аудитории Тема раскрыта глубоко, изложение материала логично, аргументированно, подкреплено иллюстрациями, таблицами и диаграммами с фактическими данными, схемами и рисунками | 20                |
| 6     | Наличие файла с результатами проведенного коллективного анализа, папки с нормативно-законодательными актами, закладками в СПС Консультант Плюс  | 20                |
|       | ИТОГО   | 100               |

### Критерии оценки выполнения группового творческого задания

| № п/п | Критерий   | Количество баллов |
|-------|--|-------------------|
| 1     | Готовность результатов самостоятельной работы в срок                                       | 10                |
| 2     | Размещение результатов самостоятельной работы в LMS Blackboard                             | 10                |
| 3     | Материал современный, актуальный, интересный для аудитории                                 | 10                |
| 4     | Материал подан системно, аргументированно, с наличием иллюстраций, таблиц, схем и рисунков | 20                |

|   |   |     |
|---|---|-----|
| 5 | Наличие мультимедиа презентации / видео | 20  |
| 6 | Выступление по выбранной теме           | 30  |
|   | ИТОГО                                   | 100 |

### **Методические рекомендации, определяющие процедуры оценивания результатов освоения дисциплины**

**Текущая аттестация студентов.** Текущая аттестация студентов по дисциплине «Информационные технологии в гостиничном бизнесе» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

Текущая аттестация по дисциплине «Информационные технологии в гостиничном бизнесе» проводится в форме контрольных мероприятий (тесты, практические задания) по оцениванию фактических результатов обучения студентов и осуществляется ведущим преподавателем.

Объектами оценивания выступают:

- учебная дисциплина (активность на занятиях, своевременность выполнения различных видов заданий, посещаемость всех видов занятий по аттестуемой дисциплине);

- степень усвоения теоретических знаний (активность в ходе обсуждений материалов лекций, активное участие в дискуссиях с аргументами из дополнительных источников, внимательность, способность задавать встречные вопросы в рамках дискуссии или обсуждения, заинтересованность изучаемыми материалами);

- уровень овладения практическими умениями и навыками по всем видам учебной работы (определяется по результатам контрольных работ, практических занятий, ответов на тесты);

- результаты самостоятельной работы (задания и критерии оценки размещены в Приложении 1).

**Промежуточная аттестация студентов.** Промежуточная аттестация студентов по дисциплине «Информационные технологии в гостиничном бизнесе» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

**Вид промежуточной аттестации – зачет (5 семестр),** состоящий из устного опроса в форме собеседования и индивидуального творческого зачетного задания.

**Краткая характеристика процедуры применения используемого оценочного средства.** В результате посещения лекций, лабораторных занятий, семинаров и круглых столов студент последовательно осваивает материалы дисциплины и изучает ответы на вопросы к зачету, представленные в структурном элементе ФОС IV.1. В ходе промежуточной аттестации студент готовит индивидуальное творческое зачетное задание (индивидуальное творческое зачетное задание размещено в структурном элементе ФОС IV.2). Критерии оценки студента на зачете представлены в структурном элементе ФОС IV.3. Критерии оценки текущей аттестации – контрольная проверка знаний (лабораторная работа 1, лабораторная работа, групповое творческое задание) представлены в структурном элементе ФОС V.