

**МИНОБРНАУКИ РОССИИ**

**Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования "Пермский  
государственный национальный исследовательский  
университет"**

**Кафедра туризма**

Авторы-составители: **Сафарян Азат Арменович**

Рабочая программа дисциплины  
**СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В ТУРИЗМЕ**  
Код УМК 95936

Утверждено  
Протокол №9  
от «08» апреля 2020 г.

Пермь, 2020

## **1. Наименование дисциплины**

Современные тенденции в туризме

## **2. Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина входит в базовую часть Блока « М.1 » образовательной программы по направлениям подготовки (специальностям):

Направление: **43.04.02** Туризм

направленность Проектирование туристско-рекреационных комплексов и управление ими

### **3. Планируемые результаты обучения по дисциплине**

В результате освоения дисциплины **Современные тенденции в туризме** у обучающегося должны быть сформированы следующие компетенции:

**43.04.02** Туризм (направленность : Проектирование туристско-рекреационных комплексов и управление ими)

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

#### **Индикаторы**

**ОПК.1.2** Разбирается в технологических новациях, программных продуктах в сфере туризма

**ПК.4** Способен оценить современные тенденции развития туризма и владеть методами разработки концепций и стратегий развития туризма на федеральном, региональном и муниципальном (локальном) уровне и соответствующих уровнях проектов

#### **Индикаторы**

**ПК.4.1** Разбирается в современных тенденциях развития и географии туризма

#### 4. Объем и содержание дисциплины

<b>Направления подготовки</b>	43.04.02 Туризм (направленность: Проектирование туристско-рекреационных комплексов и управление ими)
<b>форма обучения</b>	очная
<b>№№ триместров, выделенных для изучения дисциплины</b>	1
<b>Объем дисциплины (з.е.)</b>	3
<b>Объем дисциплины (ак.час.)</b>	108
<b>Контактная работа с преподавателем (ак.час.), в том числе:</b>	36
<b>Проведение лекционных занятий</b>	12
<b>Проведение практических занятий, семинаров</b>	24
<b>Самостоятельная работа (ак.час.)</b>	72
<b>Формы текущего контроля</b>	Входное тестирование (1) Защищаемое контрольное мероприятие (1) Итоговое контрольное мероприятие (1) Письменное контрольное мероприятие (1)
<b>Формы промежуточной аттестации</b>	Зачет (1 триместр)

## **5. Аннотированное описание содержания разделов и тем дисциплины**

### **I НОВЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ И ВИДЫ ТУРИЗМА**

Главные характеристики современного туризма являются глобальность, хрупкость и изменчивость. В рамках данной дисциплины будем обсуждать подледное. Изменчивость обусловлена как с желаниями людей так и с новыми технологиями, экономическими и социальными явлениями так и с сравнимой недолгой историей туристской науки.

В данной дисциплине будем рассматривать тенденции с разных аспектах, как связанно с технологическими инновациями, позволяющие появление новых тенденции так и социологическими и демографическими изменениями.

### **I НОВЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ И ВИДЫ ТУРИЗМА**

Главные характеристики современного туризма являются глобальность, хрупкость и изменчивость. В рамках данной дисциплины будем обсуждать подледное. Изменчивость обусловлена как с желаниями людей так и с новыми технологиями, экономическими и социальными явлениями так и с сравнимой недолгой историей туристской науки.

В данной дисциплине будем рассматривать тенденции с разных аспектах, как связанно с технологическими инновациями, позволяющие появление новых тенденции так и социологическими и демографическими изменениями.

### **Введение**

Туризм как явление сравнительно новое и массовое, постоянно находится в процессе формирования. Следовательно изменение и тенденции его главная характеристика. В данной части будут обсуждаться тенденции в туризме связанные с изменениями в обществе, восприятии людей и новые виды туризма.

### **1. Новый потребитель туристских услуг (поколение X, Y, Z, , опыт на месте, микротуры).**

Существует ряд основных факторов, которые оказывают влияние на туристский спрос, а, следовательно, и на туристский рынок. Спрос на туризм, как и на другие продукты, обусловлен покупательской способностью потребителей - наличием у населения денежных средств и желанием их потратить на путешествия. Основными факторами выступают изменения в покупательском поведении, уровень доходов населения, принадлежность к определенной расе, пол, образование, род занятий, мнения, мода, время, обычаи, привычки и традиции, образ жизни.

Отношения к отдыху изменялись постепенно из столетия в столетие. Новый потребитель стремится, как и прежде, больше потреблять, но теперь - по мере удовлетворения первостепенных потребностей. Он больше ориентируется на впечатления, познание, наслаждение, самовыражение и в меньшей степени - на материальные ценности.

С этой позиций исследование туристского рынка нацеленно на сегментацию по разным поколениям туристов, зависимо с чем и меняется все остальное поведение туристов. Согласно концепции, выделяются следующие возрастные категории граждан (поколения):

- 1) Baby Boomers (рождённые в 1945–1963 гг.) [7];
- 2) «X» поколение (рожденные в 1964–1984 гг.) [8];
- 3) «Y» поколение или миллениалы (рожденные в 1984–2000 гг.) [9];
- 4) «Z» поколение (рожденные с 2000 г.) [10].

У каждого поколения авторы выделили свои предпочтения, ожидания и ценности

### **2. Новые виды туризма (интеллектуальный туризм, дарк туризм, блейзер тревл, солотревл).**

Очень трудно считать виды туризма. Интересы людей не ограничены и следовательно виды туризма могут быть бесчисленный. При этом некоторые виды приобретают всемирную или большую популярность. Например дарк(темный) туризм - связан с посещением трагических мес: заброшенных

лагерей, затопленных кораблей, мест геноцида, военных столкновений, усопших, поклонений, катастроф и т.д.

промышленности, окружающей среды и сообществ принимающей стороны. Или Креативный туризм - это разновидность туризма, которая позволяет путешественникам развивать их творческие способности через активное участие в обучении навыкам, типичным для данного региона.

### **3. Устойчивый и экологический туризм (здоровая и органическая еда, ответственное путешествие)**

Экологический и устойчивый туризм предполагает бережное отношение к природе и к окружающей среде. Данная проблема глобальна и начинает играть критическую роль при выборе ресторана или гостиницы. Устойчивый туризм - который, в полной мере несет ответственность за то, какое влияние на экономику, общество и экологию он оказывает сейчас и будет оказывать в будущем, учитывая потребности посетителей,

### **4. Шеринг экономика и туризм**

Термин sharing economy (от share – делиться) переводят на русский по-разному — экономика совместного пользования, «долевая» экономика, даже экономика сотрудничества и участия.

Один из основных принципов — это доступ к пользованию, а не владению каким-то благом: у одних людей есть ресурс или его избыток, который нужен другим, — инструменты, оборудование, автомобиль, жилье, навыки и умения, информация, свободное время.

В туризме данное проявление достаточно широко: Airbnb, blablacar, carshare...

## **II ТУРИЗМ И СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ**

Современные технологии уже некому не удивляют своей стремительным развитием. Туризм, является наиболее зависимым от технологии сферой, при этом одним из пионеров в их применении. К дополнению этому многие технологии создаются именно для сферы туризма.

В данной части будем обсуждать как эти технологические тенденции коррелируют с туристскими и какая взаимосвязь есть между ними. Например как интернет мобильная связь, чья роль очевидна для туриста так и smart города, что имеет не прямую связь с туристами.

### **5. Интернет туризм как единственный вид туризма**

На сегодняшний день в мире много стран, в которых большая часть путешествий бронируется через онлайн-системы. В их число входит: Германия, Канада, Австралия, Великобритания, Китай, страны Южной Америки. Пути развитие онлайн-туризма как в России, так и по всему миру носят одинаковый характер. С момента появления интернет-туризм набирал рост по двум направлениям:

1. Отраслевое. То есть сначала появилась возможность бронировать самолеты, затем отели, затем поезда, затем автобусы

2. Географическое. Заключается в выборе стран (США, Европа, Австралия, Азия)

### **6. Мобильный интернет и социальные сети, Интернет маркетинг**

Современные социальные сети – Одноклассники, Вконтакте, Мой Мир, LiveJournal и другие – представляют собой хорошо организованные онлайн-сервисы с отличным функционалом для социальных взаимоотношений в интернет-среде. На подобных ресурсах каждый человек может свободно разместить практически любую разрешённую информацию личного характера (возраст, место работы, бизнес-услуги, образование, увлечения и др.).

Использование всех возможностей социальных сетей для интернет-маркетинга позволяет получить существенные преимущества в процессе продвижения корпоративных интернет-ресурсов

Сейчас уже очевидно, что для туристических компаний инвестиции в расширение своего присутствия в

мобильном интернете совершенно необходимы. Чтобы не остаться за бортом нужно дать пользователям возможность делать запросы по поиску услуг со своих мобильных устройств.

### **7. Искусственный интеллект, автоматизация, роботизация**

Искусственный интеллект (ИИ) позволяет компьютерам обучаться на собственном опыте, адаптироваться к задаваемым параметрам и выполнять те задачи, которые раньше были под силу только человеку. В большинстве случаев реализации ИИ — от компьютерных шахматистов до беспилотных автомобилей — крайне важна возможность глубокого обучения и обработки естественного языка. Благодаря этим технологиям компьютеры можно «научить» выполнению определенных задач с помощью обработки большого объема данных и выявления в них закономерностей. Данные технологии играют важную роль также в туристской сфере.

### **8. Интернет вещей (чат-боты, технологии распознавания)**

Интернет вещей (IoT) объединяет устройства в компьютерную сеть и позволяет им собирать, анализировать, обрабатывать и передавать данные другим объектам через программное обеспечение, приложения или технические устройства

«Интернет вещей (IoT) открыл возможности автоматизации дома. Любой человек может купить интеллектуальный термостат, лампу, меняющую яркость освещения, умный замок и т.д. В результате потребители начинают требовать, по крайней мере, того же уровня технологий в гостиничных номерах», – сказал Кен Фримен (Kenneth Freeman), старший вице-президент Legrand. С ним согласен его коллега Флориан Кричбаумер (Florian Kriechbaumer), директор по операционному бизнесу и развитию Interel. По его мнению, подключение к IoT таких объектов, как мини-бары, замки, кухонное оборудование, смесители для воды и т.д., позволяет отелям собирать данные и обеспечивать обмен информацией между устройствами, системами и заинтересованными сторонами.

«К примеру, термостат способен определить температуру в помещении, и, если она ниже заданной, включить кондиционеры. Автоматизированные термостаты сообщают о неисправностях оборудования или о необходимости провести обслуживание. Открыть дверь в комнату, уже заселившись, можно с помощью смартфона, минуя стойку регистрации», – пояснил он. Флориан Кричбаумер добавил, что эффективность работы инфраструктуры отеля значительно возрастает, растет и экономия коммунальных ресурсов.

### **9. Виртуальная реальность и беспилотный автомобиль**

Виртуальная реальность в туризме – один из новейших и наиболее перспективных инструментов для демонстрации туристических мест, курортов, отелей и прочего в режиме VR/AR. Эффект полного погружения, высокое качество изображения, широкие возможности демонстрации туристических объектов и достопримечательностей – все это делает Virtual Reality мощным маркетинговым инструментом уже сегодня.

По оценкам экспертов, через три года по дорогам мира будут ездить 10 млн беспилотных автомобилей, а Великобритания к 2050-му полностью откажется от управляемого вручную транспорта. Технология автономного вождения движется вперед семимильными шагами — новых разработок в этой сфере все больше. Сегодня уже не приходится сомневаться: будущее — за беспилотными авто.

В данной теме будем обсуждать возможности и будущее этих технологии также переоценивание их значения.

### **10. Смарт туризм смарт города и смарт технологии**

Smart-туризм – относительно новое слово в туристской сфере. В данной теме отраслевая концепция

Smart-туризма рассматривается как составная часть общей концепции Smart. Основное внимание уделено уточнению и расшифровке концепции, понятий, раскрытию их сути с точки зрения маркетинга. Интересным представляется новый подход к музейной деятельности в туризме.

«Разумный город» объединяет множество информационных и инженерных систем, которые собирают данные обо всем, что может повлиять на его жителей — ситуация на дорогах и в общественных местах, состояние зданий, метеосостояние и многое другое.

Данные инструменты предоставляют новые возможности для решения не только вопросов связанно с туризмом но и множествами традиционных проблемами городов

### **III ТУРИЗМ В БУДУЩЕМ: ВЫЗОВЫ И ВОЗМОЖНОСТИ**

Допуская быстрые темпы развитие туризма, нельзя не обратить внимание на его побочное влияние. В данном разделе рассмотрим возможные изменения сферы туризма в целом и с какими трудностями оно может столкнуться. Будем оценивать вероятную возможность в туризме, которое не только будет менять сферу, но и увеличить темп его роста.

#### **11. Персонализация опыта**

Тренд 2019 года заключается в следующем: отельеры переключают свое внимание с продажи просто гостиничных номеров на «продажников» и маркетологов, предлагающих доступ практически ко всем аспектам путешествия клиента. Новая цель состоит в том, чтобы предоставить каждому клиенту идеальные впечатления от поездок по каждой точке соприкосновения на индивидуальной основе. Для этого потребуются готовность поднять персонализацию на новый уровень, выходя за рамки широких целевых сегментов и товарных продуктов, чтобы предложить нужный продукт нужному клиенту в нужное время.

Для этого ведущие туристические бренды должны лучше понимать, как они собирают и используют данные клиентов для предоставления персонализированного маркетинга в реальном времени в масштабе.

#### **12. Современные общественные теории и туризм ( Инновационное общество, Инновационный стиль жизни, постиндустриальное общество)**

Понятие «постиндустриальное общество» в литературе отождествляют с такими терминами, как «инновационное» и «информационное общество». Однако в широких массах наблюдается затруднение в понимании вышеперечисленных дефиниций. Непонимание основ ставит под угрозу саму возможность изменений. Как экономическую категорию термин «инновация» ввел в научный оборот Й.Шумпетер. Инновация — изменение (новые комбинации) производственных факторов, мотивированное предпринимательским духом, с целью внедрения и использования новых видов товаров, новых способов и методов производства, новых источников сырья, освоения новых рынков, новых форм организации производства . Питер Друкер термином innovator обозначает фирму, создающую новую продукцию, применяющую новую технологию . Предметную направленность имеет определение, предложенное в документе «Руководство Осло». Здесь инновация — это «внедрение нового или существенно улучшенного товара или процесса, нового маркетингового метода, или нового организационного метода в практике бизнеса, организации рабочего места или внешних отношений».

Инновационное общество большинство авторов трактуют как синергетическое общество, объединяющее организованных на местном уровне экономических, политических и культурных акторов, которые основную прибыль формируют за счет создания и эксплуатации технических новшеств, изобретений.



### **13. Новые дестинации на туристской карте мира и белые точки**

Интернет и глобализация увеличили возможности людей путешествовать. С одной стороны больше стран включил доступный туристский визовый режим. С другой, из большого количества стран люди стали путешествовать. Интернет со своей стороны создал атмосферу равенства, где любая страна имеет возможность проявить себя на туристской карте мира и привлечь туристов из всех мест.

Туристская карта мира распространилась на все страны мира и еще на все регионы стран. В современном тур потоке лишь несколько регионов мира по политическим и военным причинам остаются белыми точками для туристов.

Выходя из данной тенденции можно изучить места которые только набирают тур популярность и также прогнозировать новые популярные дестинации в ближайшем будущем учитывая ПЕСТ анализ для проверки.

### **14. Современные вызовы, туризм в будущем**

Бурный рост туристской сферы показала проблемы которые в условиях не массового туризма не представляли значение. Важнейшим является экологическая, так как множество природных ландшафтов начали терять свой облик. Данное явление связано было с туристами одновременно косвенно и прямо. Другим вызовом является монополизация некоторых сфер, что не дает возможность социального равенства.

Иным, но более очевидным представляется вирусологический риск, к чему в 2020г был подвержен все население мира. Причём, вирус в масштабах пандемии породил туризм.

### **15. Туристские тенденции и современная Россия**

Россия после распада СССР представлял большой интерес для всего мира. Не смотря на свободу туристских потоков, все еще страна остается для большинства части мира закрытой и таинственной.

С другой точки зрения, самая большая страна мира представляется побывавшему туристу лишь небольшую, адаптированную под туристам часть. Это в большинстве центральная часть страны.

Небольшому количеству искателей приключений, удастся познать Россию во время тура по Транссибирской магистрали. Но, все еще территорий обладающем неизученным туристским потенциалом остаются за ту сторону туристской досягаемости.

Этот потенциал представляется для будущего как бесценным, при чем не только для иностранных туристов.

## **6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

Освоение дисциплины требует систематического изучения всех тем в той последовательности, в какой они указаны в рабочей программе.

Основными видами учебной работы являются аудиторские занятия. Их цель - расширить базовые знания обучающихся по осваиваемой дисциплине и систему теоретических ориентиров для последующего более глубокого освоения программного материала в ходе самостоятельной работы. Обучающемуся важно помнить, что контактная работа с преподавателем эффективно помогает ему овладеть программным материалом благодаря расстановке необходимых акцентов и удержанию внимания интонационными модуляциями голоса, а также подключением аудио-визуального механизма восприятия информации.

Самостоятельная работа преследует следующие цели:

- закрепление и совершенствование теоретических знаний, полученных на лекционных занятиях;
- формирование навыков подготовки текстовой составляющей информации учебного и научного назначения для размещения в различных информационных системах;
- совершенствование навыков поиска научных публикаций и образовательных ресурсов, размещенных в сети Интернет;
- самоконтроль освоения программного материала.

Обучающемуся необходимо помнить, что результаты самостоятельной работы контролируются преподавателем во время проведения мероприятий текущего контроля и учитываются при промежуточной аттестации.

Обучающимся с ОВЗ и инвалидов предоставляется возможность выбора форм проведения мероприятий текущего контроля, альтернативных формам, предусмотренным рабочей программой дисциплины. Предусматривается возможность увеличения в пределах 1 академического часа времени, отводимого на выполнение контрольных мероприятий.

Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации.

При проведении текущего контроля применяются оценочные средства, обеспечивающие передачу информации, от обучающегося к преподавателю, с учетом психофизиологических особенностей здоровья обучающихся.

## **7. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине**

При самостоятельной работе обучающимся следует использовать:

- конспекты лекций;
- литературу из перечня основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля);
- текст лекций на электронных носителях;
- ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимые для освоения дисциплины;
- лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение из перечня информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине;
- методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.

## 8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

### Основная:

1. Stanislav Ivanov. "Robots, Artificial Intelligence and Service Automation in Travel, Tourism and Hospitality" / Stanislav Ivanov, Craig Webster // Ed.: First edition. Bingley, UK : Emerald Publishing Limited. 2019 - 297 p. ISBN 9781787566897 [Электронный ресурс] URL:

<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&scope=site&db=nlebk&db=nlabk&AN=2175118>

<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&scope=site&db=nlebk&db=nlabk&AN=2175118>

2. Канке, В. А. История, философия и методология техники и информатики : учебник для магистров / В. А. Канке. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 409 с. — (Магистр). — ISBN 978-5-9916-3100-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. <https://www.urait.ru/bcode/447245>

3. Философия : учебно-методический комплекс дисциплины по направлению подготовки 51.03.04 (072300) «Музеология и охрана объектов культурного и природного наследия», профили подготовки: «Культурный туризм и экскурсионная деятельность», «Выставочная деятельность», квалификации (степень) выпускника «бакалавр» / составители С. И. Полковникова. — Кемерово : Кемеровский государственный институт культуры, 2014. — 92 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/55271.html>

### Дополнительная:

1. Воронкова Л. П. История туризма и гостеприимства: учеб. пособие для студентов образоват. учр-ний сред. проф. образования, обучающихся по спец. 2307 Туризм, 2302 Организация обслуживания в гостиницах и/Л. П. Воронкова. -М.:ФАИР-ПРЕСС,2004, ISBN 5-8183-0649-6.-304.

## 9. Перечень ресурсов сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины

- <https://works.doklad.ru/view/4MXSy6KIEi0.html> доклад ru
- <https://2outdoors.ru/novie-vidy-turizma/> 2outdoors
- <https://www.skyscanner.ru/news/12-neobychnykh-vidov-turizma> skyscanner.ru
- <http://www.ictsd.org/bridges-news/%D0%BC%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%8B/news/%D1%83%D1%81%D1%82%D0%BE%D0%B9%D1%87%D0%B8%D0%B2%D1%8B%D0%B9-%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%BC-%D0%BA%D0%B0%D0%BA-%D0%BF%D1%80%D0%B8%D0%BE%D1%80%D0%B8%D1%82%D0%B5%D1%8> Trade and Sustainable Development
- <https://np-mag.ru/dela/otvetstvennyyvybor/sharing-economy-shering-ekonomika-vs-giperpotreblenie/> np-mag.ru
- <https://moluch.ru/archive/112/28655/> онлайн туризм
- <https://admitad.academy/onlajn-trevel-v-partnyorskix-setyax/> Онлайн туризм
- <https://www.watermillsky.ru/%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D0%B8/%D1%80%D0%B5%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D0%BC%D0%B0-%D0%B8-%D0%BC%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B3/%D0%B8%D0%BD%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%BD%D0%B5%D1%82-%D0%BC%D0%B0%D1%80%D0> интернет маркетинг
- [https://www.sas.com/ru\\_ru/insights/articles/analytics/what-is-artificial-intelligence.html](https://www.sas.com/ru_ru/insights/articles/analytics/what-is-artificial-intelligence.html) Искусственный интеллект
- <https://www.frontdesk.ru/article/internet-veshchey-v-gostinichnom-biznese> фронтдеск
- <https://virtualnyeochki.ru/stati/virtualnaya-realnost-v-turizme> virtualnyeochki
- <https://incrussia.ru/understand/budushhee-kotoroe-uzhe-nastalo-bespilotnye-avtomobili/> incrussia
- <http://marklog.ru/smart-turizm-kak-chast-smart-koncepcii/> macrolog
- <https://innoagency.ru/smartcitymap/> карта инновационных решений
- <https://welcometimes.ru/opinions/personalizaciya-v-turisticheskoy-marketinge> персонализация опыта
- <https://moluch.ru/archive/169/45528/> Инновационное общество
- [http://se.sportedu.ru/sites/se.sportedu.ru/files/sbornik\\_turizm-2017.pdf](http://se.sportedu.ru/sites/se.sportedu.ru/files/sbornik_turizm-2017.pdf) СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ И АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА И ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА В РОССИИ

## 10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Образовательный процесс по дисциплине **Современные тенденции в туризме** предполагает использование следующего программного обеспечения и информационных справочных систем: Презентационные материалы (слайды по темам лекционных и практических занятий); доступ в режиме on-line в Электронную библиотечную систему (ЭБС) доступ в электронную информационно-образовательную среду университета. Офисный пакет приложений «LibreOffice», ALT Linux

При освоении материала и выполнения заданий по дисциплине рекомендуется использование материалов, размещенных в Личных кабинетах обучающихся ЕТИС ПГНИУ ([student.psu.ru](http://student.psu.ru)).

При организации дистанционной работы и проведении занятий в режиме онлайн могут использоваться:

система видеоконференцсвязи на основе платформы BigBlueButton (<https://bigbluebutton.org/>).  
система LMS Moodle (<http://e-learn.psu.ru/>), которая поддерживает возможность использования текстовых материалов и презентаций, аудио- и видеоконтент, а так же тесты, проверяемые задания, задания для совместной работы.

система тестирования Indigo (<https://indigotech.ru/>).

## **11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине**

Аудитория для лекционных занятий, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) с соответствующим программным обеспечением, меловой (и) или маркерной доской.

Аудитория для лабораторных занятий представляет собой компьютерный класс, оснащенный персональными ЭВМ и соответствующим программным обеспечением. Состав оборудования определен в Паспорте компьютерного класса.

Аудитория для самостоятельной работы, оснащенный компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет», обеспеченный доступом в электронную информационно-образовательную среду университета. Помещения Научной библиотеки ПГНИУ

Помещения научной библиотеки ПГНИУ для обеспечения самостоятельной работы обучающихся:

1. Научно-библиографический отдел, корп.1, ауд. 142. Оборудован 3 персональными компьютера с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

2. Читальный зал гуманитарной литературы, корп. 2, ауд. 418. Оборудован 7 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

3. Читальный зал естественной литературы, корп.6, ауд. 107а. Оборудован 5 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

4. Отдел иностранной литературы, корп.2 ауд. 207. Оборудован 1 персональным компьютером с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

5. Библиотека юридического факультета, корп.9, ауд. 4. Оборудована 11 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

6. Читальный зал географического факультета, корп.8, ауд. 419. Оборудован 6 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

Все компьютеры, установленные в помещениях научной библиотеки, оснащены следующим программным обеспечением:

Операционная система ALT Linux;

Офисный пакет Libreoffice.

Справочно-правовая система «КонсультантПлюс»

**Фонды оценочных средств для аттестации по дисциплине  
Современные тенденции в туризме**

**Планируемые результаты обучения по дисциплине для формирования компетенции.  
Индикаторы и критерии их оценивания**

**ОПК.1**

**Способен формировать технологическую концепцию туристской организации, организовывать внедрение технологических новаций и программного обеспечения в сфере туризма**

Индикатор	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
<p><b>ОПК.1.2</b> Разбирается в технологических новациях, программных продуктах в сфере туризма</p>	<p>Знает современные технологические новации, Умеет выбирать подходящие программные продукты для сферы туризма, Владеет навыком оценки перспективность новации.</p>	<p align="center"><b>Неудовлетворител</b> Не знает современные технологические новации, Не умеет выбирать подходящие программные продукты для сферы туризма, не владеет навыком оценки перспективности новации.</p> <p align="center"><b>Удовлетворительн</b> Знает современные технологические новации, Не умеет выбирать подходящие программные продукты для сферы туризма, не владеет навыком оценки перспективности новации.</p> <p align="center"><b>Хорошо</b> Знает современные технологические новации, Умеет выбирать подходящие программные продукты для сферы туризма, не владеет навыком оценки перспективности новации.</p> <p align="center"><b>Отлично</b> Знает современные технологические новации, Умеет выбирать подходящие программные продукты для сферы туризма, Владеет навыком оценки перспективность новации.</p>

**ПК.4**

**Способен оценить современные тенденции развития туризма и владеть методами разработки концепций и стратегий развития туризма на федеральном, региональном и муниципальном (локальном) уровне и соответствующих уровнях проектов**

Индикатор	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
<p><b>ПК.4.1</b> Разбирается в современных тенденциях развития и</p>	<p>Знает современные тенденции развития, Умеет анализировать тенденций в географии туризма, Владеет навыком</p>	<p align="center"><b>Неудовлетворител</b> Не знает основных тенденций развития, не умеет анализировать ожидаемые изменения в сфере.</p>

<b>Индикатор</b>	<b>Планируемые результаты обучения</b>	<b>Критерии оценивания результатов обучения</b>
географии туризма	прогнозирования тенденций	<p style="text-align: center;"><b>Удовлетворительн</b></p> <p>Знает всего несколько основных тенденций развития, не умеет анализировать ожидаемые изменение в сфере.</p> <p style="text-align: center;"><b>Хорошо</b></p> <p>Знает достаточно количества тенденций развития в туризме, умеет анализировать ожидаемые изменение в сфере.</p> <p style="text-align: center;"><b>Отлично</b></p> <p>Знает исчерпавшее количества тенденций развития в туризме, умеет научно обоснованно анализировать ожидаемые изменение в сфере.</p>

## Оценочные средства текущего контроля и промежуточной аттестации

Схема доставки : Базовая

**Вид мероприятия промежуточной аттестации :** Зачет

**Способ проведения мероприятия промежуточной аттестации :** Оценка по дисциплине в рамках промежуточной аттестации определяется на основе баллов, набранных обучающимся на контрольных мероприятиях, проводимых в течение учебного периода.

**Максимальное количество баллов :** 100

### Конвертация баллов в отметки

«отлично» - от 81 до 100

«хорошо» - от 61 до 80

«удовлетворительно» - от 46 до 60

«неудовлетворительно» / «незачтено» менее 46 балла

Компетенция (индикатор)	Мероприятие текущего контроля	Контролируемые элементы результатов обучения
<b>Входной контроль</b>	Введение <b>Входное тестирование</b>	Знает современные тенденции развития, Умеет анализировать тенденций в географии туризма, Владеет навыком прогнозирования тенденций
<b>ПК.4.1</b> Разбирается в современных тенденциях развития и географии туризма	4. Шеринг экономика и туризм <b>Письменное контрольное мероприятие</b>	Знает современные тенденции развития, Умеет анализировать тенденций в географии туризма, Владеет навыком прогнозирования тенденций
<b>ОПК.1.2</b> Разбирается в технологических новациях, программных продуктах в сфере туризма <b>ПК.4.1</b> Разбирается в современных тенденциях развития и географии туризма	10. Смарт туризм смарт города и смарт технологии <b>Защищаемое контрольное мероприятие</b>	Знает современные тенденции развития, Умеет анализировать тенденций в географии туризма, Владеет навыком прогнозирования тенденций
<b>ОПК.1.2</b> Разбирается в технологических новациях, программных продуктах в сфере туризма <b>ПК.4.1</b> Разбирается в современных тенденциях развития и географии туризма	15. Туристские тенденции и современная Россия <b>Итоговое контрольное мероприятие</b>	Знает современные технологические новации, Умеет выбирать подходящие программные продукты для сферы туризма, Владеет навыком оценки перспективность новации.

### Спецификация мероприятий текущего контроля

#### Введение



Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **2 часа**  
 Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**  
 Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **0**  
 Проходной балл: **0**

Показатели оценивания	Баллы
Дан полноценный ответ на все 4-и вопроса, приведен пример из практики для каждого вопроса	20
Ответы есть на все вопросы, но отсутствуют примеры	15
Даны подходящие ответы 2-м из 4-х вопросов, примеры приведены частично	10
Ответы на вопросы не полноценны, не имеют аргументации и примеров	9

#### **4. Шеринг экономика и туризм**

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **2 часа**  
 Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**  
 Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **30**  
 Проходной балл: **14**

Показатели оценивания	Баллы
Знает суть всех общественных тенденций влияющее на туризма и новые виды туризма	30
Знает суть всех общественных тенденций влияющее на туризма но не может объяснить причину появления новых видов туризма	25
Знает суть нескольких общественных тенденций влияющее на туризма но не может объяснить причину появления новых видов туризма	20
Может только описать общественные тенденций влияющее на туризма и не может объяснить причину появления новых видов туризма	14

#### **10. Смарт туризм смарт города и смарт технологии**

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **2 часа**  
 Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**  
 Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **30**  
 Проходной балл: **14**

Показатели оценивания	Баллы
Представленный проект отражает отличные знания технологических тенденций, отвечает на все вопросы, готов к обсуждению	30
Представленный проект отражает хорошие знания технологических тенденций, отвечает на все вопросы, не готов к обсуждению	25
Представленный проект отражает хорошие знания технологических тенденций, отвечает не на все вопросы, не готов к обсуждению	20
Представленный проект отражает слабые знания технологических тенденций, не отвечает на вопросы	14

#### **15. Туристские тенденции и современная Россия**

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **2 часа**  
 Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставяемый за мероприятие промежуточной аттестации: **40**

Проходной балл: **18**

<b>Показатели оценивания</b>	<b>Баллы</b>
Мысли оригинальные, но нет примеров, выводы логичны, ответ на все 4 вопроса	40
Мысли оригинальные, но нет примеров, выводы логичны, ответ на все 4 вопроса	30
Нет оригинальных идей, отсутствуют примеры, нету выводов, ответы на два из 4-ех вопросов	25
Вытекают из предыдущих глав, не являются очевидными, ответы на два из 4-ех вопросов	18