

Источники

1. Уриш, И. В. Экономическая обусловленность создания биржевого рынка льноволокна в Республике Беларусь / И. В. Уриш, А. В. Калинушкин // *Агроэкономика*. — 2005. — № 8. — С. 31–34.
2. Предприятие сегодня [Электронный ресурс] // РУПТП «Оршанский льнокомбинат». — Режим доступа: <https://linenmill.by/predpriyatie-segodnya/>. — Дата доступа: 06.03.2022.
3. Уриш, И. В. Экспортный маркетинг как фактор диверсификации национальной экономики в мировое сообщество / И. В. Уриш // *Маркетинг, реклама, сбыт*. — 2003. — № 11. — С. 72–74.
4. Уриш, И. В. Теоретико-методологические аспекты развития экспортного потенциала Республики Беларусь (на примере льняного комплекса Республики Беларусь) : монография / И. В. Уриш ; под науч. ред. Г. А. Короленка. — Минск : Современные знания, 2007. — 196 с.

Л. С. Черепица, ассистент
lubov.cherepitsa@gmail.com
Н. Л. Матусевич, ассистент
БГЭУ (Минск)

КУРС «ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ» ДЛЯ СПЕЦИАЛЬНОСТИ «ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИЕЙ»

Устойчивое развитие новых направлений и тенденций в предоставлении туристических услуг оказывает большое влияние на то, как и чему учить каждое новое поколение студентов. Развитие системы туристических услуг требует гармоничного включения в образовательный процесс современных информационных технологий, результатов научно-технического прогресса для развития личности обучающихся.

Разработанная авторами учебная дисциплина «Информационные технологии в туристической индустрии» является составной частью системы подготовки студентов специальности «Экономика и управление туристской индустрией» в БГЭУ и обеспечивает цепочку преемственности получения знаний в системе информационного образования.

Цель преподавания учебной дисциплины «Информационные технологии в туристической индустрии» заключается в формировании у студентов системы теоретических и прикладных основ знаний компьютерных информационных технологий в сфере туристической индустрии, приобретении практических умений и навыков работы с информационными технологиями и методами эффективной деятельности на рынке туристических товаров и услуг.

Содержание учебного материала включает такие темы, как:

- Глобальные системы бронирования и резервирования — дается схема бронирования туристических услуг, понятие, характеристика и значение глобальных систем бронирования;
- Информационные технологии в туристической индустрии, санаторно-курортном деле — рассматривается автоматизация деятельности туристических и санаторно-курортных услуг;
- Информационные технологии и системы в деятельности гостиниц и ресторанов. Также студенты знакомятся с мультимедиа и сетевыми технологиями, изучают возможности облачных, геоинформационных систем и Web-технологий в туристической индустрии.

Предусмотрена работа с программными средствами Opera PMS, Мастер Агент, облачными сервисами Google Формы, Google Карты, HTML. Разработаны тесты для углубленного изучения материала.

Методика преподавания дисциплины строится на сочетании лекций, лабораторных занятий, управляемой самостоятельной работы студентов и разработки проекта, включает обучение в сотрудничестве; проблемное обучение; метод проектов; научно-исследовательскую работу; модульно-рейтинговый метод; метод креативного обучения; «мозговой штурм» и др.

В результате освоения дисциплины «Информационные технологии в туристической индустрии» у студентов формируются следующие компетенции:

- академические компетенции специалиста, которые позволяют применять полученные базовые научно-теоретические знания для решения теоретических и практических задач в туристической индустрии, владеть системным и сравнительным анализом, исследовательскими навыками, способностью порождать новые идеи, междисциплинарным подходом при решении задач, уметь работать самостоятельно;

- профессиональные компетенции специалиста: навыки нахождения перспективных направлений бизнеса, создание предприятия, определение сферы применения научно-технических идей и разработок, ориентация во внешней среде инновационного предпринимательства;

- социально-личностные компетенции специалиста, которые способствуют к гармоничному социальному взаимодействию, межличностным коммуникациям, умению работать в команде.

*Н. В. Шутилина, канд. экон. наук, доцент
shutilina.n@tut.by
БГЭУ (Минск)*

ИННОВАЦИОННЫЕ ТРЕНДЫ ЦИФРОВИЗАЦИИ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ

Глобальная цифровизация оказывает существенное воздействие на информационно насыщенную, быстро реагирующую на изменения сферу туризма. В Национальной стратегии развития туризма в Республике Беларусь до 2035 года подчеркивается, что цифровизация создаст дополнительные возможности для продвижения туристического продукта, содействуя развитию конкуренции, а также улучшению качества предоставления туристических услуг.

Цифровизация выступает новой формой коммуникационного взаимодействия производителей и потребителей туристических услуг, становясь источником конкурентных преимуществ организаций. Ее влияние проявляется с позиций как внедрения цифровых технологий в бизнес-процессы предприятий туристической индустрии, так и появления новых моделей покупательского поведения, изменения самого туриста. Цифровизация в туризме приводит к росту доли самостоятельных путешествий, персонализации туристского опыта.

К ключевым технологическим возможностям, выступающим в качестве основы цифровизации туристической индустрии, относятся: технологии больших данных (Big Data), блокчейн (blockchain), искусственный интеллект, интернет вещей (Internet of Things, Industrial Internet of Things), технологии дополненной (augmented reality, AR) и виртуальной (virtual reality, VR) реальности, мобильные технологии и приложения и др.

Технологии блокчейн уже сейчас широко применяются в индустрии путешествий: сбор и контроль информации за перемещением багажа между различными аэропортами и авиакомпаниями, идентификация пассажиров с помощью отпечатков пальцев или сканирования сетчатки глаза, организация оплаты разнообразных услуг. Создавая «дове-