

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-

ренную цифровую среду», блокчейн позволяет значительно повысить надежность заказов, бронирования и платежей, обеспечив достоверность информации и отзывов об услугах.

Искусственный интеллект обеспечивает максимально персонализированный результат при планировании путешествия, позволяет быстро обрабатывать информацию и предлагать различные варианты решения вопроса. К преимуществам обслуживания с помощью систем искусственного интеллекта следует отнести скорость и точность предоставления информации клиенту.

Интернет вещей — ключевой элемент сервиса, обеспечивающий «беспровное» путешествие (перелет, трансфер, гостиница, заказ машины). Обмениваясь данными, устройства могут сократить до минимума любые ожидания, предотвратив различные проблемы.

Активно развиваются мобильные технологии и приложения для путешественников, обеспечивая выполнение широкого функционала (покупку авиабилетов, бронирование отелей, навигацию на местности, предоставление справочной информации о туристских достопримечательностях, рейтингах средств размещения, ресторанов и т.п.).

Развитие цифровой экономики кардинально меняет инфраструктурное обеспечение туризма, систему потребления туристических услуг. Многократно возрастает значимость информационной составляющей, происходят изменения институциональной и кадровой инфраструктуры. Цифровая экономика дает возможность создавать новые типы предприятий туристической индустрии, требует формирования у работников новых информационно-коммуникационных компетенций, абсолютно необходимых для выполнения всех бизнес-процессов. При этом потенциал цифровизации индустрии туризма и гостеприимства зависит от финансовых и технологических возможностей каждого конкретного субъекта и отрасли в целом.