

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова
Географический факультет

УТВЕРЖДАЮ
Декан географического факультета,
академик РАН Добролюбов С.А.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ В ТУРИЗМЕ**

Уровень высшего образования:
магистратура

Направление подготовки:
43.04.02 «Туризм»

Направленность (профиль) ОПОП:
«Теория и практика туризма»

Форма обучения:
очная

Рабочая программа рассмотрена и одобрена
Учебно-методической комиссией географического факультета
(протокол №18, дата 22.11.2022)

Москва 2022

Рабочая программа дисциплины (модуля) разработана в соответствии с самостоятельно установленным МГУ образовательным стандартом (ОС МГУ) для реализуемых основных профессиональных образовательных программ высшего образования по направлению подготовки «Туризм».

ОС МГУ утвержден решением Ученого совета МГУ №1044 от 30 августа 2019 года
Год (годы) приема на обучение: 2019

© Географический факультет МГУ имени М.В. Ломоносова
Программа не может быть использована без разрешения факультета.

1. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП — относится к вариативной части ОПОП, является обязательной для освоения.

2. Входные требования для освоения дисциплины (модуля), предварительные условия: базируется на компетенциях, основанными на знании государственного и муниципального управления, инноваций в туризме, информационных, геоинформационных технологий и компьютерном моделировании в рекреации и туризме.

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с требуемыми компетенциями выпускников.

Компетенции выпускников (коды)	Индикаторы (показатели) достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), сопряженные с компетенциями
ПК-4.М (<i>формируется частично</i>) Способен разрабатывать, внедрять и продвигать инновационный туристский продукт и отдельные туристские и рекреационные услуги с использованием современных технологий, включая геоинформационные и информационно-коммуникационные технологии	ПК-4.М.1. Разрабатывает, внедряет и продвигает инновационный туристский продукт и отдельные туристские и рекреационные услуги с использованием современных технологий, включая геоинформационные и информационно-коммуникационные технологии	Знать: - историю электронной коммерции; - бизнес процессы электронной коммерции; - преимущества и недостатки электронной коммерции; - международные вопросы электронной коммерции; - приложения электронной коммерции в туристском бизнесе; - модели дохода электронной коммерции; - законодательные и этические аспекты электронной коммерции; - налогообложение при электронной коммерции; - безопасность электронной коммерции. Уметь: - использовать бизнес модели электронной коммерции в сфере туризма и гостеприимства; -создавать эффективное веб-присутствие; Владеть: -навыками работы с учебной, научной, научно-популярной литературой по электронной коммерции туризма, периодическими изданиями, ресурсами Интернет, статистической информацией с последующим их анализом, построением различных графиков, моделей, схем - геоинформационными и информационно-коммуникационными технологиями.

<p>СПК-5.М <i>частично</i>) использовать информационно-коммуникационные, цифровые технологии при формировании, продвижении, реализации туристских продуктов и услуг, взаимодействия с представителями туристской индустрии, клиентами туристских предприятий, а также с другими заказчиками туристско-рекреационных услуг, стратегических и программных документов</p>	<p>(формируется Способность инновационные цифровые реализации туристских индустрии, туристско-рекреационных услуг, программных документов</p>	<p>СПК-5.М.1. Использует инновационные информационно-коммуникационные, цифровые технологии при формировании, продвижении, реализации туристских продуктов и услуг, взаимодействия с представителями туристской индустрии, клиентами туристских предприятий, а также с другими заказчиками туристско-рекреационных услуг, стратегических и программных документов</p> <p>Знать: - управление целями и стоимостью; - стратегии разработки сайтов электронной коммерции; - управление реализацией систем электронной коммерции; - перспективы развития услуг электронной коммерции в сфере туризма и гостеприимства.</p> <p>Уметь: - создавать туристский продукт в соответствии с международными, национальными, отраслевыми и разрабатываемыми предприятиями туристско-рекреационного комплекса стандартами - управлять связями с клиентами посредством Интернет, управлять целями и стоимостью, реализацией систем электронной коммерции; - применять имеющиеся методические подходы к практике организации коммерческой деятельности в сети Интернет; - анализировать основные показатели эффективности деятельности в области электронной коммерции.</p> <p>Владеть: -навыками работы с учебной, научной, научно-популярной литературой по электронной коммерции туризма, периодическими изданиями, ресурсами Интернет, статистической информацией с последующим их анализом, построением различных графиков, моделей, схем, в том числе для определения эффективной стратегии электронной коммерции в туризме; - умением по организации закупки и продажи товаров моделей B2B и B2C, формированию ассортиментной и ценовой политики.</p>
--	---	--

4. Объем дисциплины (модуля) 72з.е., в том числе 42академических часа на контактную работу обучающихся с преподавателем, 30 академических часов на самостоятельную работу обучающихся.

5. Формат обучения не предполагает электронного обучения и использования дистанционных образовательных технологий

6. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и виды учебных занятий

Наименование и краткое содержание разделов и тем дисциплины (модуля), Форма промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)	Всего (часы)	В том числе						
		Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем) <i>Виды контактной работы, часы*</i>					Самостоятельная работа обучающегося <i>Виды самостоятельной работы, часы</i>	
		Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Групповые консультации	Индивидуальные консультации	Всего	Работа с лекционными материалами и дополнительной литературой	Всего
Тема 1. Теоретические основы электронной коммерции	6	3				3	3	3
Тема 2. Модели получения прибыли для онлайн продаж	10	3	4			7	3	3
Тема 3. Системы оплаты товаров и услуг в системе Интернет	9	3	3			6	3	3
Тема 4. Система продаж авиакомпании	6	3				3	3	3
Тема 5. Дистрибуция расписания	5	2				2	3	3
Тема 6. Дистрибуция тарифов	10	4	3			7	3	3
Тема 7. Информационные системы авиакомпаний	6	3				3	3	3
Тема 8. Онлайн продажи	11	4	4			8	3	3
Тема 9. Инструменты онлайн управления и контроля авиакомпаний	6	3				3	3	3

Промежуточная аттестация: зачет	3	Устный зачет			3	3
Итого	72	28	14	42	30	

Содержание лекций, семинаров

Содержание лекций

Тема 1. Теоретические основы электронной коммерции

Понятие коммерческой деятельности и ее субъектов. Коммерческая деятельность в системе Интернет, как альтернативный канал распределения. Понятие электронной коммерции. История электронной коммерции. Структура рынка электронной коммерции. Факторы снижения издержек в бизнес-моделях электронной коммерции. Факторы развития систем электронной коммерции. Изменения в экономике, вызванные появлением электронной коммерции.

Тема 2. Модели получения прибыли для онлайн продаж

Модель Web-каталога для продаж компьютеров, предметов роскоши, Розничная продажа повседневной одежды, цветов и подарков. Модель по продаже информации. Модель рекламной поддержки для средств массовой информации. Смешанная модель «рекламирование – подписка». Модель «плата за транзакцию» в туристической отрасли, страховании и продажи недвижимости. Модель «плата за услугу» при продаже онлайн-игр, мультимедийного контента.

Тема 3. Системы оплаты товаров и услуг в системе Интернет

Содержание понятия «оплата товаров» в системе Интернет. Технологии электронных платежей. Механизмы оплаты в системе Интернет, их характеристики. Платежные системы Интернета: основные требования и разновидности. Дебетовые системы. Кредитные системы. Электронные деньги. Пластиковые карты. Интернет-ресурсы, предлагающие финансовые расчеты в интернете. Общий алгоритм оплаты услуг и товаров. Правила безопасности при финансовых расчетах в сети Интернет.

Тема 4. Система продаж авиакомпании

GDS бизнес модель. Кооперация с провайдерами. Кооперация с подписчиками. Amadeus и Sabre (обзор ABG и ACO, зоны ответственности). Создание и задачи GDS нейтральность и консолидация предложений авиакомпаний / продаж). Европейское законодательство по деятельности CRS. Коммерческая деятельность на воздушном транспорте. Системы управления доходами. Системы автоматизации регистрации. Системы генерации расписаний, планирования полетов, управления флотом и экипажами. Соглашения GDS для авиакомпаний. Соглашение PCA в сравнении с GDA / OSA. Система биллинга.

Тема 5. Дистрибуция расписания

Дистрибуция расписания (сервисы OAG & Innovata LLC/ Dynamic Schedules / AAU / Web Flight Update). Динамическое построение стыковок и минимальное стыковочное время. Code-share (блоки мест and свободная продажа). Дерегулирование в США.

Тема 6. Дистрибуция тарифов

Типы тарифов (специальные и открытые). Уровни тарифов и правила, таксы налоги и сборы). Способы загрузки тарифов (АТРсо, СИТА, загрузка непосредственно в Амадеус). Порталы поиска низких тарифов (на примере сайта Kayak / мобильные приложения). Дистрибуция тарифов. Типы тарифов. Уровни тарифов и правила, таксы. Способы загрузки тарифов. Порталы поиска низких тарифов. Обновление статуса наличия мест. Использование буферизации. Сервис Meta Pricer. Стадия бронирования (взаимодействие с хостами авиакомпаний) Диалог GDS и хостов авиакомпаний. Стандартный уровень доступа, традиционные правила. Прямой доступ, исторический / промежуточный (правило 3 минут). Интерактивная продажа. Продажи: оформление билетов. Собственные продажи в офисах авиакомпаний, Генеральные агенты. Сервисы Amadeus ET Direct + TQS. Стандартные интерлайны. Дополнительные каналы продаж.

Тема 7. Информационные системы авиакомпаний

Сервер электронных билетов. Revenue Integrity Systems. Системы управления доходами. Системы автоматизации регистрации (Customer&Flight management). Системы генерации расписаний, планирования полетов, управления флотом и экипажами.

Тема 8.Онлайн продажи

Онлайновые продажи авиакомпаний. Онлайновые продажи туристических агентств и порталы. Решения eRetail&eMerchandise для авиакомпаний и онлайн-агентств. Программы-роботы в интернете и вопросы мониторинга. Ценовые войны в интернете. Решения для мобильных устройств.

Тема 9. Инструменты онлайн управления и контроля авиакомпаний

Extranet, как инструмент для управления сервисами и получения информации и продуктах и биллинге.CSP, как основной инструмент загрузки и отслеживания информации по техническим настройкам и проблемам.e-Support центр, как инструмент регулирования агентской комиссии, интерлайнов и настройки терминалов.

План проведения семинаров.

1. Обсуждение общей характеристики моделей получения прибыли при онлайн продажах.
2. Обсуждение дебетовых и кредитных систем.
3. Поиск порталов низких тарифов (на примере сайта Kayak / мобильные приложения)
4. Обсуждение работы программ-роботов в интернете и вопросов мониторинга.

7. Фонд оценочных средств для оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю):

Примерный перечень вопросов для устного опроса:

1. Роль и значение типового соглашения об обмене для международного коммерческого использования электронного обмена данными.
2. Принципы формирования коммерческой деятельности в системе Интернет.
3. Коммерческая активность в электронном рыночном пространстве и этапы, определяющие ее развитие.
4. Принципы организации и развития коммерческой деятельности предприятий розничной торговли в системе Интернет.
5. Виды и источники угроз информационной безопасности.
6. Методы обеспечения информационной безопасности электронного бизнеса
7. Особенности организации оптовых закупок через систему Интернет в секторе B2B.
8. Организация коммерческой деятельности и розничных продаж в системе Интернет сектора B2C.
9. Значение и особенности электронной коммерции в секторе B2G.
10. Проблемы правового регулирования информационной безопасности электронной коммерции.
11. Технология осуществления двусторонних коммерческих сделок предприятиями в системе Интернет.
12. Влияние альтернативного канала сбыта в системе Интернет на результативность коммерческого предприятия.
13. Риск в электронной коммерции и пути его минимизации.
14. Платежные системы Интернета: основные требования и разновидности.

Примерные вопросы к зачету:

1. Дайте определения терминов «Электронная коммерция» и «Электронная торговля».
2. Что является предметом электронной коммерции?
3. Какова роль электронной коммерции в современном обществе?
4. В чем заключаются преимущества и недостатки электронной коммерции?
5. Каковы роль и место Интернета в электронной коммерции?
6. Перечислите проблемы электронной коммерции на современном этапе развития общества
7. Охарактеризуйте этапы развития электронной коммерции.
8. Перечислите факторы, влияющие на развитие электронной коммерции в России В чем состоят особенности развития российского рынка современном этапе?
9. Назовите факторы, препятствующие развитию электронной коммерции в России.
10. Каковы основные тенденции развития электронной коммерции России?
11. Назовите принципы классификации систем электронной коммерции.
12. Дайте классификацию видов бизнеса в системах электронной коммерции.
13. Приведите классификация бизнес-процессов в системах электронной коммерции.
14. Дайте классификацию систем электронной коммерции.

15. Назовите основные виды электронных платежных систем.
16. Каковы основные схемы расчетов в электронной коммерции?
17. Охарактеризуйте схемы расчетов с использованием «электронных денег». В чем суть бизнес-схемы систем электронной коммерции B2C?
18. В чем суть бизнес-схемы систем электронной коммерции B2B?
19. Дайте характеристику систем электронного документооборота.
20. В чем суть интернет-маркетинга?
21. Перечислите известные Вам инструменты интернет-маркетинга.
22. Охарактеризуйте основные бизнес-модели использования сайта как инструмента интернет-маркетинга
23. Назовите первую систему компьютерного бронирования в реальном режиме времени.
24. В какой авиакомпании система была внедрена первая система бронирования в режиме реального времени?
25. Какая компьютерная компания принимала участие в разработке первой системы компьютерного бронирования в реальном режиме времени? Когда и совместно с какой авиакомпанией выполнялся данный проект?
26. Какая офисная программа позволяет хранить ресурсы в простейшем случае? Объясните, каким образом это может выполняться?
27. Какую роль выполняют в бизнесе авиакомпании инвенторные (хостовые) системы? В чем их отличие от дистрибутивных систем?
28. На какие группы можно условно разделить инвенторные системы по месту расположения, по числу хостируемых авиакомпаний?
29. Какие противоположные типы сетей передачи существуют? Назовите преимущества и недостатки каждого типа. Приведите примеры.
30. Какие виды связей (links) и для чего используются в авиационной индустрии?
31. Что означает сообщение типа TTY(typeB)?
32. Приведите примеры системы продаж российских авиакомпаний.
33. Переведите и объясните термины GDS, CRS и «hostingsystem».
34. Назовите 3 основные мировые дистрибутивные системы, конкурирующие между собой.
35. Какова роль GDS в мировой индустрии путешествий?
36. С какими группами авиационной индустрии взаимодействуют GDS?
37. В чем заключается консолидационная роль бизнес модели GDS?
38. Как Европейское законодательство соотносится с деятельностью CRS?
39. На какие два этапа можно условно разделить процесс продажи авиабилетов?
40. Какая существует аналогия по двум основным этапам между процессами приобретения авиабилетов и товаров? Приведите примеры возможных сценариев приобретения.
41. Какие 3 основные типа информации необходимы пассажиру на предварительном этапе просмотра предложений авиакомпаний?
42. Какие две принципиальные схемы связей между поставщиками и потребителями существуют?
43. Расшифруйте название компании OAG и объясните ее роль в авиационной индустрии.
44. Объясните в общем виде как работает динамическое построение стыковок?

45. Переведите и объясните понятие «МСТ».
46. Откуда системы GDS получают информацию о МСТ и как авиакомпания может изменить стандартные значения?
47. В чем потенциальные преимущества и в чем риски авиакомпании в случае уменьшения минимального стыковочного времени?
48. Переведите и объясните понятие «Code-share». Какие типы «Code-share» существуют в авиационной индустрии?
49. Переведите и объясните следующие понятия: «validating carrier», «marketing carrier» и «operating carrier».
50. Объясните понятие «интерлайн». В чем принципиальная разница между односторонними и двухсторонними интерлайнами?
51. Объясните бизнес-модель универсального валидирующего перевозчика. Приведите пример.
52. Объясните в общем виде, для чего предназначены коды: IATA, ICAO и цифровой код документации? Приведите примеры.
53. Расскажите, какие существуют виды тарифов? В чем специфика и предназначение конфиденциальных тарифов?
54. Назовите основные понятия, которые авиакомпании определяют в правилах применения тарифов.
55. Для чего применяются и какие существуют основные налоги и сборы?
56. Назовите три основных способа загрузки тарифов в систему Амадеус.
57. Опишите роль, методы работы и приведите пример систем поиска наиболее низких авиационных тарифов в Интернете.
58. Переведите и объясните понятия «AVS», «NAVS» и «Seamless availability / Polling».
59. Назовите и объясните 3 основных способа получения информации о наличии мест в GDS.
60. Объясните предназначение буферизации в GDS на веб-продажах – какая именно информация хранится в подобных буферах?
61. В чем смысл сервисов типа «MetaPricer», предоставляемых GDS для поисковых систем Интернета?
62. Какая основная информация используется в процессе приобретения и оформления перевозки?
63. Перечислите три возможных уровня межсистемного доступа. Объясните особенности каждого.
64. Переведите и объясните понятие «IATABSP». Приведите примеры разнообразных типов BSP.

Шкала и критерии оценивания

Промежуточная аттестация — *устный зачет*.

Оценка РО и соответствующие виды оценочных средств	Незачет	Зачет
Знания (виды оценочных средств: <i>устный опрос, контрольная работа</i>)	Фрагментарные знания или отсутствие знаний	Сформированные систематические знания или общие, но не структурированные знания
Умения (виды оценочных средств: <i>устный опрос, контрольная работа</i>)	В целом успешное, но не систематическое умение или отсутствие умений	Успешное и систематическое умение или в целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение (допускает неточности не принципиального характера)
Навыки (владения, опыт)	Наличие отдельных навыков или	Сформированные навыки (владения), применяемые при

деятельности) (устный опрос, контрольная работа)	отсутствие навыков	решении задач или, в целом, сформированные навыки (владения), но используемые не в активной форме
--	--------------------	---

8. Ресурсное обеспечение:

- Перечень основной и дополнительной учебной литературы:

Основная литература:

1. Быстренина Е.И. Электронная коммерция. Учебное пособие. – М.: Дашков и К, 2019. – 90 с.
2. Гаврилов Л. П. Электронная коммерция / Учебник, ЮРАЙТ, 2019
3. Климович А. Электронная коммерция и интернет-маркетинг. – М.: Де Либри, 2020. – 390 с.
4. Лapidус Л. В. Цифровая экономика: Управление электронным бизнесом и электронной коммерцией. Учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2022.
5. Савельев А.И. Электронная коммерция в России и за рубежом: правовое регулирование. – М.:Статут, 2020. – 920 с.
6. Юрасов А. В. Основы электронной коммерции. Учебное пособие. – М.: Горячая линия – Телеком, 2019

Дополнительная литература

1. Александрова А.Ю. Структура туристского рынка. М.: Пресс-Соло, 2010.
2. Ветитнев А.М., Коваленко Вл.В., Коваленко В.В. Информационные технологии в социально-культурном сервисе и туризме / учебное пособие–М.: Форум, 2010. – 400 с. (Высшее образование)
3. Карр, Николас Великий переход. Революция облачных технологий - М.: Манн, Иванов и Фербер,2017
4. Китова О. В., Брускин С. Н., Дьяконова Л. П. Цифровой бизнес. Учебник. – М.: ИНФРА-М, 2019
5. Криворучко С.В.Платежные системы – М.: Издательство: Маркет ДС, 2010 г.
6. Лapidус Л.В. Цифровая экономика. Управление электронным бизнесом и электронной коммерцией. Монография. – М.: Инфра-М, 2018. – 381 с.
7. Сергеев, А. П. Раскрутка сайтов и основы электронной коммерции. Краткое руководство - М.: Вильямс,2016

- Перечень лицензионного программного обеспечения не требуется

- Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем

- Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

- Официальный сайт Всемирного совета по путешествиям и туризму – <http://www.wttc.org>
- Официальный сайт глобальной системы бронирования Amadeus – <http://www.amadeus.ru/>

- Официальный сайт глобальной системы бронирования Sabre – <http://www.sabretravelnetwork.ru/>

Описание материально-технической базы

Учебная аудитория, ноутбук, мультимедийный проектор.

9. Язык преподавания: русский

10. Преподаватель (преподаватели): Ответственный за курс — Кружалин В.И., преподаватели: Кружалин В.И., д.г.н., профессор, заведующий кафедрой рекреационной географии и туризма географического факультета МГУ имени М.В. Ломоносова, Сарафанов А.А., к.т.н., научный сотрудник кафедры рекреационной географии и туризма географического факультета МГУ имени М.В. Ломоносова

11. Разработчики программы: Кружалин В.И., д.г.н., профессор, заведующий кафедрой рекреационной географии и туризма географического факультета МГУ имени М.В. Ломоносова, Сарафанов А.А., к.т.н., научный сотрудник кафедры рекреационной географии и туризма географического факультета МГУ имени М.В. Ломоносова