

Программа дисциплины «Электронная коммерция в туризме»

Автор: н.с. Сарафанов А.А.

Цель освоения дисциплины:

- дать целостное представление о концепциях, идеях и технологиях электронной коммерции;
- выработать навыки эффективной реализации стратегий электронной коммерции в туристическом бизнесе;
- сформировать основные знания технологических принципов функционирования систем электронной коммерции, различных видов бизнес-моделей систем электронной коммерции, различных формы оплаты услуг электронной коммерции, основ интернет-маркетинга.

Задачи:

- знакомство с понятийно-терминологическим аппаратом, применяемым при анализе видов бизнес-моделей систем электронной коммерции туризма в мире;
- дать представление о факторах и особенностях организации электронной коммерции туризма;
- дать представление об отечественном и зарубежном опыте в области, различных форм оплаты услуг электронной коммерции, основ интернет-маркетинга;
- знакомство с бизнес-стратегиями электронной коммерции в туризме.

Место в структуре ООП:

Дисциплина «Электронная коммерция в туризме» является вариативной в профессиональной подготовке специалистов в области туризма входит в модуль «Современные информационные технологии в туристской индустрии». Дисциплина преподается в 1-ом семестре 2 курса.

Для усвоения данной дисциплины необходимо владеть базовыми компетенциями, основанными на знании государственного и муниципального управления, инноваций в туризме, информационных, геоинформационных технологий и компьютерном моделировании в рекреации и туризме.

В результате освоения дисциплины студент должен

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;
- управление целями и стоимостью;
- стратегии разработки сайтов электронной коммерции;
- управление реализацией систем электронной коммерции;
- перспективы развития услуг электронной коммерции в сфере туризма и гостеприимства.

Уметь:

- использовать бизнес модели электронной коммерции в сфере туризма и гостеприимства;
- создавать эффективное веб-присутствие;
- управлять связями с клиентами посредством Интернет, управлять целями и стоимостью, реализацией систем электронной коммерции

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.

Содержание

Раздел 1. Электронная коммерция в туризме

1. Основы электронной коммерции

История электронной коммерции. Бизнес процессы электронной коммерции. Преимущества и недостатки электронной коммерции. Международные вопросы электронной коммерции. Приложения электронной коммерции в туристическом бизнесе.

2. Бизнес-стратегии электронной коммерции

Модели дохода электронной коммерции. Выбор стратегии дохода. Бизнес модели электронной коммерции в сфере туризма. Создание эффективного веб-присутствия.

3. Интернет-маркетинг

Стратегии веб-маркетинга. Связь с различными сегментами рынка. Интернет реклама. Маркетинг с использованием электронной почты. Управление связями с клиентами посредством Интернет. Интернет маркетинг туристских услуг

4. Онлайн стратегии Business-to-Business

Приобретение, логистика и вспомогательная деятельность. Электронный обмен данным. Управление цепочкой поставок посредством Интернет. Глобальные системы бронирования.

5. Окружение электронной коммерции

Законодательные аспекты электронной коммерции. Онлайн преступность. Этические аспекты. Налогообложение и электронная коммерция. Безопасность электронной коммерции.

6. Системы оплаты услуг электронной коммерции

Платежные карты. Электронные деньги. Интернет банкинг. Модели оплаты туристических услуг.

7. Планирование электронной коммерции для организаций в сфере туризма и гостеприимства

Управление целями и стоимостью. Стратегии разработки сайтов электронной коммерции. Управление реализацией систем электронной коммерции

8. Влияние Интернет на индустрию туризма и гостеприимства

Влияние на поставщиков и турагентов. Новые методы распространения информации. Рынок туристических услуг электронной коммерции. Перспективы развития услуг электронной коммерции в сфере туризма.

Рекомендуемая литература

Основная:

1. Алексунин В.А., Родигина В.В. Электронная Коммерция и маркетинг в Интернете. М.: Дашков и Ко, 2007;
2. Грехов А.М. Электронный бизнес (Е-коммерция): учебное пособие. М.: Кондор, 2008;
3. Кобелев О.А. Электронная коммерция: Учебное пособие. М.: Дашков и Ко, 2010;
4. Мурашова С.В. Виртуальная торговля: научное издание. СПб: Изд-во СПбТЭИ, 2006.

Дополнительная:

1. Брунер М. Принципы электронного бизнеса. М.: Мир электронной коммерции, 2000;
2. Гинзбург А.И. Пластиковые карты СПб: Питер, 2004;
3. Дшхунян В.Л. Электронная идентификация Бесконтактные электронные идентификаторы и смарт-карты. М.: АСТ, 2004;
4. Киселев Ю.Н. Электронная Коммерция: практ руководство. СПб: ООО «ДиаСофтЮП», 2001;
5. Козье Д. Электронная коммерция: Пер. с англ. М.: Издательско-торговый дом «Русская Редакция», 1999;
6. Курицкий А.Б. Интернет-экономика: закономерности формирования и функционирования. СПб: Издательство СПбГУ, 2000;
7. Леонтьев Б.К. Как создать собственный магазин в Интернете. М.: Изд-во ИТ Пресс, 2006;
8. Семенов Ю.А. Протоколы Интернет для электронной торговли. М.: Горячая линия: Телеком, 2003;
9. Хейг М. Основы электронного бизнеса. М.: ФА-ИР-Пресс, 2002.

Интернет-ресурсы:

1. Аналитическая информация <http://citforum.ru>
2. Информационная база данных по электронной коммерции - <http://habrahabr.ru/hub/eCommerce/>
3. Министерство экономического развития РФ <http://www.economy.gov.ru/minec/main>