

УТВЕРЖДЕНО
заседание кафедры менеджмента туризма и
гостеприимства
от 29.08.2025 протокол № 1
заведующий кафедрой
Е.В. Караваевская

ПРОГРАММНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ

к экзамену по учебной дисциплине «Цифровизация в туризме»
для студентов 3 курса дневной формы получения
специальности:

6-05-1012-04 «Организация и управление физической культурой,
спортом и туризмом», профилизации: «Менеджмент в туризме»
на 2025/2026 учебный год

1. Предмет, цели и задачи дисциплины. Понятие о цифровой экономике. Процесс интеграции цифровых технологий.
2. Цифровая трансформация туристического бизнеса, понятие «Digital Tourism». Соотношение понятий: оцифровка, цифровизация, цифровая трансформация.
3. Бизнес-экосистемы в условиях цифровизации: матчмейкинг и digital-платформы туристического бизнеса. Классификация и преимущества цифровых платформ.
4. Информационные процессы как часть логистической системы создания туристического продукта.
5. UX дизайн в туризме: дизайн мобильных платформ и интерактивных цифровых продуктов.
6. Уровни взаимодействия объектов реального мира внутри цифрового слоя.
7. Чат-боты, виртуальные помощники.
8. Основные термины и определения. Подход «умный город» и реализующая его система требований, основанных на стандартах.
9. Задачи и сферы туризма, решаемые с помощью XR-технологий. XR-возможности для продвижения в туризме.
10. Дополненная реальность и экономика впечатлений в сфере туризма. Обзор XR-приложений и web-сервисов для туризма.
11. Анализ технологии систем распределённых реестров (блокчейн): основы архитектуры, ключевые характеристики.
12. Возможности и перспективы внедрения технологии блокчейн в туризме.
13. Возможности цифровых технологий в туризме при работе с большими данными (Big Data).
14. Анализ больших данных.
15. Методология CRISP-DM.
16. Статистические и логические функции в Excel.
17. Основы программирования на языке Python: переменные и типы данных, условия и циклы, алгоритмы и структуры данных, функции, коллекция

Pandas.

18. Получение данных с помощью API.
19. Нормализация баз данных. Язык запросов SQL.
20. Понятие «BI-система».
21. Многомерный анализ данных (OLAP), прогнозирование в туристическом бизнесе.
22. Современные средства поддержки принятия решения для турииндустрии.
23. Этапы digital-стратегии продвижения.
24. Цифровые каналы маркетинговых коммуникаций.
25. Основы поискового маркетинга. Виды цифровой рекламы и их модели ценообразования.
26. Сервисы и функционал WEB-аналитики от Google и Yandex.
27. Понятие воронки продаж. Понятие и сервисы сквозной аналитики.
28. Анализ эффективности интернет-магазина. Расчет маржинальности продуктов.
29. Подходы к расчету коэффициента возврата цифровых маркетинговых инвестиций (ROMI). Продуктовая аналитика и когортный анализ.

Рассмотрено на заседании кафедры менеджмента туризма и гостеприимства
Протокол № 1 от 29.08.2025 г.