

ЛЬВІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ФІЗИЧНОЇ КУЛЬТУРИ
Кафедра інформатики та кінезіології

Силабус курсу



Назва курсу	Комп'ютерні інформаційні технології
Освітній ступінь	Магістр
Галузь знань	24 Сфера обслуговування
Спеціальність	242 Туризм
Освітньо-кваліфікаційна програма	Туризмознавство
Рік підготовки	5
Семестр	II
Компонент освітньої програми	Нормативна
Дні занять	Понеділок, середа
Консультації	Четвер 13.00-14.00
Мова викладання	Українська

Керівник курсу: доцент Заневська Людмила Георгіївна

Контактні дані: lzanevska@ukr.net

Опис дисципліни

Дисципліна – «Комп'ютерні та інформаційні технології» призначена для засвоєння студентами теоретичних знань та набуття практичних навичок використання сучасних інформаційних технологій в туризмі.

Вивчення дисципліни дозволяє студентам:

- формувати розуміння ролі комп'ютерних інформаційних систем і технологій маркетингу в діяльності туристичного підприємства і підготовки особистості до професійної діяльності, мотиваційно-цінного ставлення до вивчення технологічної сфери;
- ознайомити студентів з найбільш поширеними видами застосовуваних у туристичній індустрії комп'ютерних інформаційних систем і технологій маркетингу, азами застосування спеціалізованих комп'ютерних програм, а також зі специфікою застосування інформаційних технологій в діяльності підприємств сфери туризму;
- сформувати професійні вміння та навички для вирішення завдань застосування комп'ютерних інформаційних систем і технологій маркетингу у рекреаційно-туристській діяльності;
- позитивно впливати на розвиток творчих здібностей студентів, на їх подальшу професійну орієнтацію.

Структура курсу

Теми	Результати навчання. Знати:	Завдання
Комп'ютерні інформаційні системи та технології маркетингу ринку і попиту, туристичних послуг, цін на послуги. Тема 1. Сутність та характеристика	Об'єктивна необхідність маркетингових досліджень. Сутність інформаційних систем маркетингу, їхня класифікація та види. Структура автоматизованої інформаційної системи. Особливості створення автоматизованих інформаційних систем маркетингу. Методи реалізації інформаційних	1-4, 8,10 Індивідуальні завдання

інформаційних систем та технологій маркетингу.	систем маркетингу. Характеристика інформаційних систем, прикладних програм для туристичної діяльності, які реалізують складові маркетингу.	
Тема 2. Інформаційна система і технології з дослідження ринку і попиту.	Зміст і структура інформаційної системи з дослідження ринку та попиту. Технології оброблення даних щодо аналізу споживачів та конкурентів. Технології прогнозування попиту надання туристичних послуг.	1-4, 5-8 Індивідуальні завдання
Тема 3. Інформаційна система і технології з дослідження туристичних послуг.	Зміст і структура інформаційної системи з дослідження туристичних послуг. Технологія автоматизації планування обсягів туристичних послуг. Технологія аналізу складу та структури туристичних послуг.	1-4, 8-10 Індивідуальні завдання
Тема 4. Інформаційна система і технології з розрахунку цін на послуги.	Зміст і структура інформаційної системи з розрахунку цін на послуги. Технології розрахунку еластичності попиту. Технологія розрахунку оптимальних цін. Технологія оцінки вартості та ефективності екскурсійних турів. Технологія диференціації цін на основі сезонного коливання коефіцієнта завантаження номерного фонду готелю.	1-4, 11 Індивідуальні завдання
Комп'ютерні інформаційні системи та технології реалізації туристичних послуг, рекламної та маркетингової діяльності. Тема 5. Інформаційна система і технології з реалізації туристичних послуг.	Зміст і структура інформаційної системи з реалізації туристичних послуг. Технологія прогнозування збільшення обсягів реалізації послуг з урахуванням різних факторів. Технологія прогнозування впливу обсягів закупівлі товарів для номерного фонду на доходи готелю.	1-4, 5, 7, 12 Індивідуальні завдання
Тема 6. Інформаційна система і технології розв'язання задач з рекламної діяльності.	Зміст і структура інформаційної системи розв'язання задач з рекламної діяльності. Технологія автоматизації розрахунку витрат на рекламну компанію туристичного підприємства. Технологія прогнозування витрат на рекламу з урахуванням різних факторів.	1-4, 13 Індивідуальні завдання
Тема 7. Інформаційна система і технології з контролю маркетингової діяльності.	Зміст і структура інформаційної системи з контролю маркетингової діяльності. Технологія аналізу маркетингових витрат. Технологія оцінки маркетингової діяльності.	1-4 Індивідуальні завдання

Формування програмних компетентностей

- **розуміти** місце комп'ютерних інформаційних систем і технологій маркетингу у системі діяльності туристської індустрії на рівні туристського підприємства (тур оператора, тур агента); сучасний стан і тенденції розвитку інформаційної сфери туристської діяльності; основи технічних застосувань різноманітних інформаційних технологій; особливості організаційного та програмного забезпечення діяльності туристського підприємства.

- **ВМІТИ** застосовувати свої знання в практиці дослідження: туристичних послуг; ринку та попиту; розрахунку цін на послуги; реалізації туристичних послуг; розв'язання задач рекламної діяльності; контролю за маркетинговою діяльністю.
- **ВОЛОДІТИ** технічними елементами програмного забезпечення інформацією достатніми для користувача ПК.

Література

Основна:

1. Заневський І. П., Заневська Л. Г. Комп'ютерні та інформаційні технології в активній рекреації й спортивно-оздоровчому туризмі : навч. посіб. для магістрів фіз. виховання. / І. П. Заневський, Л. Г. Заневська. – Л. : ЛДУФК, 2010. – 167 с. ISBN 978-966-2328-10-3, 3 276
2. Скопень М.М. Комп'ютерні інформаційні технології в туризмі: Навчальний посібник. – К.: КОНДОР, 2005. – 302 с.
3. Скопень М.М. Практикум з дисципліни "Інформатика та комп'ютерна техніка" / М.М. Скопень; Відп за випуск Л.Ф. Мараховський. – К.: КІТЕП, 2000. – 172 с.
4. Інформаційні технології в готельно-ресторанному та туристичному бізнесі: підручник / За ред. д.т.н. Сукача. – К.: Видавництво Ліра-К, 2017. – 768 с.

Допоміжна:

5. Гуляєв В.Г. Нові інформаційні технології в туризмі: Учб. посібник. – М.: Пріор, 2005.– 144 с.
6. Дибкова Л.М. Інформатика та комп'ютерна техніка: посібник / Л.М. Дибкова. – К.: Видавничий центр "Академія", 2002. – 320 с.
7. Зорін І.В., Квартальнов В.А. Енциклопедія туризму: Довідник. – М.: Фінанси й статистика, 2001. – 220 с
8. Миронов Ю.Б. Інтернет-технології в туризмі // Економіка: проблеми теорії та практики. Збірник наукових праць. Випуск 194: В 5 т. Том II. – Дніпропетровськ: ДНУ, 2004. – 300 с. – С. 457-464.
9. Фуллер, Лори., Ульрих, Кук., Кен Кауфельд, Джон. Microsoft Office Access 2007 для "чайників": Пер. с англ. – М.: ООО "И.Д. Вильямс", 2008. – 384 с.: ил.
10. Харвей, Грег: Microsoft Office Excel 2007 для "чайників": Пер. с англ. – М.: ООО "И.Д. Вильямс", 2008. – 336 с. + 8 с. цв. ил.
11. Лучко М.Р., Адамик О.В. Інформаційні системи і технології в обліку й аудиті: Навчальний посібник. – Тернопіль: ТНЕУ, 2016. – 252 с.
12. Інформаційні системи і технології у фінансах : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Олеся Леонтіївна Тоцька. – Луцьк : Східноєвроп. нац.ун-т ім. Лесі Українки, 2014. – 340.
13. Інформаційні системи і технології на підприємстві. Конспект лекцій / Гомонай-Стрижко М. В., Якімцов В.В. – Львів: НЛТУ України, 2014. – 200 с.

Інформаційні ресурси Інтернету

1. Заневська Л.Г. Застосування інформаційних технологій у рекреаційно-туристській діяльності: Методичний посібник для фахівців фізичного виховання // Спортивна наука України. Науковий вісник Львівського державного університету фізичної культури. – Електронне видання. – Л.: ЛДУФК, 2006. 152 с., іл. – <http://www.nbu.gov.ua/e-journals/SNU/2007-4/Articles/07zlhrt.pdf>

Політика оцінювання

- Політика щодо дедлайнів та перескладання: Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (75% від можливої

максимальної кількості балів). Перескладання модулів відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).

- Політика щодо академічної доброчесності: Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн тестування.
- Політика щодо відвідування: Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання, за яке нараховуються бали. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись в он-лайн формі за погодженням із керівником курсу.

Оцінювання

Модульно-рейтингова система оцінки знань передбачає 100 бальну шкалу, тобто 100 балів - це максимальна кількість балів, які студент може отримати за академічну успішність в процесі вивчення предмету за вищевказаний об'єм кредиту.

Поточне тестування та самостійна робота													Сума
Змістовий модуль №1						Змістовий модуль № 2							
T1	T2	T3	T4			T5	T6	T7					100
10	10	15	15			20	20	10					

Оцінка знань студента за семестр враховує оцінки, отримані за всі види проведених занять, за поточне і модульне тестування (наприклад, за виконання практичних, лабораторних занять, і так далі) з урахуванням вагових коефіцієнтів. Опитування (відповідь чи доповнення) – 0-4 бали. Реферат – 0-15 балів.

Шкала оцінювання студентів:

ECTS	Бали	Зміст
A	90-100	відмінно
B	85-89	добре
C	75-84	добре
D	65-74	задовільно
E	60-64	достатньо
FX	35-59	незадовільно з можливістю повторного складання
F	1-34	незадовільно з обов'язковим повторним курсом