

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«КАМЧАТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «КамчатГТУ»)

НАУЧНО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ЦЕНТР
«ПРИРОДООБУСТРОЙСТВО И РЫБОЛОВСТВО»

КАФЕДРА «ЗАЩИТА ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ И ВОДОПОЛЬЗОВАНИЕ»

УТВЕРЖДАЮ
Руководитель НОЦ «ПиР»
Л.М. Хорошман
« 2 » 10 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по дисциплине «МЕДИАСОПРОВОЖДЕНИЕ В ТУРИЗМЕ»

для направления 49.03.03 «Рекреация и спортивно-оздоровительный туризм»

Профиль:
«Физическая рекреация и водный туризм»

Петропавловск-Камчатский
2024

Рабочая программа по дисциплине «Медиасопровождение в туризме» составлена на основании ФГОС ВО направления подготовки 49.03.03 «Рекреация и спортивно-оздоровительный туризм» и учебного плана ФГБОУ ВО «КамчатГТУ»

Составитель рабочей программы

Ассистент кафедры ЗОС

Н.Ф. Окрестина

Рабочая программа рассмотрена на заседании кафедры «Защита окружающей среды и водопользование», протокол № 2 от «24» сентября 2024 г.

Заведующий кафедрой «Защита окружающей среды и водопользование» к.г.н., доц.

«24» сентября 2024 г.

Л.М. Хорошман

1. Цель и задачи учебной дисциплины

Целью освоения дисциплины «Медиасопровождение в туризме» является:

- приобретение актуальных навыков и умений, необходимых обучающимся в сфере видео-, аудио- и печатных медиа в рамках туристской деятельности.

Задачи изучения дисциплины:

- освоение студентами анализа современных медиа- и цифровых технологий и возможностей их применения в туризме;
- обучение применению возможностей цифрового искусства в профессиональной деятельности;
- обучение разработки туристских продуктов с использованием медийных и цифровых технологий.

2. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:
ПК-2 – Способен проводить подготовку и проведение спортивно-зрелищных мероприятий

Таблица – Планируемые результаты обучения при изучении дисциплины, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код компетенции	Наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения ПК	Планируемый результат обучения по дисциплине	Код показателя освоения
ПК-2	Способен проводить подготовку и проведение спортивно-зрелищных мероприятий	ИД-1 _{ПК-2} : Знает типовые и авторские методики и технологии организации спортивно-зрелищных мероприятий, порядок оформления разрешительной документации на проведение спортивно-зрелищного мероприятия, основы маркетинга спортивно-зрелищных мероприятий	Знать: - типовые и авторские методики и технологии организации спортивно-зрелищных мероприятий, порядок оформления разрешительной документации на проведение спортивно-зрелищного мероприятия, основы маркетинга спортивно-зрелищных мероприятий	3(ПК-2)1

ПК-2	Способен проводить подготовку и проведение спортивно-зрелищных мероприятий	ИД-2 _{ПК-2} : Умеет анализировать и систематизировать лучшие практики, методические разработки проектирования спортивно-зрелищных мероприятий, пользоваться информационно-коммуникационными технологиями и средствами связи, электронными средствами	Уметь: - анализировать и систематизировать лучшие практики, методические разработки проектирования спортивно-зрелищных мероприятий, пользоваться информационно-коммуникационными технологиями и средствами связи, электронными средствами	У(ПК-2)1
ПК-2	Способен проводить подготовку и проведение спортивно-зрелищных мероприятий	ИД-3 _{ПК-2} : Владеет навыками планирования, организации и проведения спортивно-зрелищных мероприятий с учетом возрастных особенностей зрителей, участников	Владеть: - навыками планирования, организации и проведения спортивно-зрелищных мероприятий с учетом возрастных особенностей зрителей, участников	В(ПК-2)1

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Медиасопровождение в туризме» является дисциплиной части, формируемой участниками образовательных отношений, учебного плана основной профессиональной образовательной программы.

4. Содержание дисциплины

4.1 Тематический план

Очная форма обучения

Наименование разделов и тем	Всего часов	Аудиторные занятия	Контактная работа по видам учебных занятий			Самостоятельная работа	Формы текущего контроля	Итоговый контроль знаний по дисциплине
			Лекции	Семинары (практические занятия)	Лабораторные работы			
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Тема 1. Новые медиа и цифровые технологии в туризме.	14	6	3	3		7	Опрос	
Тема 2. Современный медиа-контент: актуальные тренды и характеристики	15	7	3	4		7	Опрос	
Тема 3. Туристский сайт как продукт и комплексная технология работы турпредприятия	15	7	3	4		8	Опрос	
Тема 4. Социальные медиа в системе конкуренции современного туризма	15	7	4	3		8	Опрос	
Тема 5. Медиапродукты турфирмы	15	7	4	3		8	Опрос	
Зачет							Контрольная работа, тестирование	
Всего	72	34	17	17		38		

4.2. Содержание дисциплины

Тема 1. Новые медиа и цифровые технологии в туризме.

Рассматриваемые вопросы:

Виртуальная реальность и киберкультура как пространство развития искусства XXI века. Виртуальные исследовательские среды и сообщества: международный, общероссийский и региональный контекст. Цифровая история, цифровое наследие, цифровая эстетика, историческая информатика. Цифровые технологии и музейное пространство. Визуализация и моделирование художественного продукта в цифровой среде: возможности использования в туризме. Креативные онлайн-ресурсы, сервисы и платформы. Социальные сети, сетевая культура и сетевые коммуникации в продвижении художественных продуктов и проектов к современной аудитории. Информационные взаимодействия в образовательной деятельности. Цифровые технологии в туризме. Искусственный интеллект и искусство. Разработка и внедрение онлайн-инструментов для обучения.

Технологическое сопровождение мультимедийных и информационно-коммуникационных систем в туризме. Использование технологий цифрового искусства (световых, звуковых, визуальных) в ивент-индустрии. Применение современных дизайнерских технологий в решении визуального сопровождения и популяризации проектов и событий в туризме.

Практическое занятие:

Опираясь на материал лекционного занятия, привести пример работы с аудиторией какой-либо туристической организации в цифровом пространстве.

Ответить на вопросы:

- 1) Какова цель продвижения?
- 2) По каким показателям можно судить об эффективности ее реализации?

Тема 2. Современный медиа-контент: актуальные тренды и характеристики

Рассматриваемые вопросы:

Медиа-контент: определение, сущность, понятия, основные подходы к интерпретации (информационный, технологический, цифровой, социально-проективный). Требования к современному медиа-контенту (узнаваемость, разделяемость, понятность, актуальность, разнообразие, технологичность). Типы современного медиа-контента (в зависимости от содержания, целевой аудитории, платформ базирования и пр.). Роль традиционных СМИ, авторских блогов, социальных сетей и мессенджеров в создании и продвижении медиа-контента. Специфика медиа-контента в пространстве каждого из них. Технологические основания продуцирования и распространения медиа-контента («эра цифровых медиа»).

Практическое занятие

Рассматриваемые вопросы:

Медиа-контент туризма в России. Медиа-контент водного туризма в России.

Тема 3. Туристский сайт как продукт и комплексная технология работы турпредприятия

Рассматриваемые вопросы:

Характеристика туристского сайта как объекта управления, виды сайтов, функции, структура. Технологические, экономические, имиджевые, дизайнерские решения для эффективного сайта туристского предприятия. Стратегия и бизнес-план создания сайта туристского предприятия. Ошибки разработчиков сайтов для туристского предприятия. Принципы формирования и развития контента сайта (информация, реклама, рерайт, форум, флеш-ролики и игры, онлайн опросы, дополнительные сервисы). Технологии продвижения сайта в сети.

Практическое занятие

ЗАДАНИЕ. КЕЙС «ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ТУРИСТСКОГО САЙТА»

Цель – провести дискуссию о специфике туристского сайта, критериях его эффективности
Задачи:

1. Определить способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе ИКТ;
2. Выявить уровень сформированности навыка поиска, анализа и обработки научно-технической информации в области туристской деятельности
3. Сформировать знания о развитии информационных технологий в туризме и принципы оценки эффективности применения ИТ-продуктов

1 этап – вопросы разминки

1. Что такое конкуренция веб-сайтов?
2. Что такое «хостинг»?
3. Что такое «путь три клика»?
4. Какие виды сайтов Вы знаете?
5. Как определяется стоимость сайта?

2 этап – формулирование критериев эффективного сайта:

1. Критические ошибки разработчиков туристского сайта.
2. Задачи и структура стратегия продвижения турфирмы в интернете.
3. Критерии выбора дизайна сайта

3 этап – дебат-клуб

Сайт турфирмы «Интеграл» выполнен в черно-зеленой гамме (по аналогии с фильмом «Матрица»), имеет много переходов по страницам, содержит актуальную аналитическую информацию, всплывающие фотографии и баннеры. Для навигации можно использовать кнопку «Пифия», после нажатия которой всплывает меню сайта, виртуальные подсказки или в

строке можно записать вопрос. Однако, посетители на сайте долго не задерживаются, внутри сайта переходы используются слабо, вопросы «Пифии» не задают. Сформулируйте мнение по следующим вопросам:

- Нужен ли рестайлинг сайта?
- Укажите принципы создания эффективного сайта.
- Какие психофизиологические и социальные характеристики нужно учитывать при ведении сайта турфирмы, но не были учтены разработчиками?

Методические указания: Деловая игра проводится в аудитории в течение 1 академического часа. Результаты работы оценивает преподаватель на основе обсуждения результатов со студентом.

Тема 4. Социальные медиа в системе конкуренции современного туризма

Рассматриваемые вопросы:

История, виды и тенденции развития социальных медиа. Роль социальных медиа в развитии туризма. Ресурсы социальных медиа: инстаграммы, видеоресурсы, подкаст (podcast), форумы, чаты, блоги, группы по интересам. Характеристика социальных сетей. Технология RSS (Really Simple Syndication). Преимущества и недостатки социальных медиа. Стратегия продвижения турпредприятия в социальных сетях.

Практическое занятие

Рассматриваемые вопросы:

Продвижение турпредприятий в социальных сетях в Камчатском крае.

Тема 5. Медиапродукты турфирмы

Рассматриваемые вопросы:

Понятие, виды и технологии создания медиапродуктов. Преимущества и недостатки медиапродуктов. Принципы проектирования медиапродуктов для презентаций, промо-дисков, Интернета. Вебинар. Инфографика для сайта фирмы и презентаций. Программа PowerPoint, Publisher, Adobe Flash.

Практическое занятие

ЗАДАНИЕ. КЕЙС «МЕДИАПРОДУКТЫ ТУРФИРМЫ»:

Цель – выявить сформированность знаний о методах формирования имиджа турфирмы средствами медиатехнологий.

Задачи:

1. Определить способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе ИКТ;
2. Выявить уровень сформированности навыка поиска, анализа и обработки научно-технической информации в области туристской деятельности.
3. Сформировать умение создавать проекты медиапродуктов для социальных сетей, деловых презентаций с использованием компьютерных технологий

Задание 1. Сформулировать требования к разработке флэш-ролика (бриф для заказа ролика), который создается для развития и поддержания известности турфирмы. Ожидаемый эффект – высокая динамика увеличения просмотров среди интернет-пользователей.

Задание 2. Записать сравнительные характеристики медиапродуктов по критериям привлекательности для турфирмы с точки зрения применения в программах развития известности фирмы

Характеристика	Продукт 1	Продукт 2

Задание 3. Записать критерии разработки медиапродукта с учетом характеристики целевой аудитории

Характеристика целевой аудитории	Свойства продукта

СРС

Примерные темы контрольных работ:

1. Тенденции развития информационных технологий в туризме.
2. Требования к компетенциям специалистам туринастрии с учетом трендов информационной среды.
3. История, прогнозы и проблемы развития систем бронирования в туринастрии.
4. Формирование бюджета фирмы на позиционирование в информационной среде.
5. Возможности социальных сетей для усиления конкурентоспособности фирмы.
6. Сравнительная характеристики медиаканалов в туристской индустрии
7. Возможности мобильных технологий для позиционирования турфирмы.
8. Модель успешного медиапродукта турфирмы.
9. Информационная политика фирмы в условиях конкуренции.
10. Сравнительный обзор интернет-ресурсов национальных туристских порталов.

Примерные темы докладов:

- 1.Основные характеристики информационного общества.
2. Виды информационных технологий.
3. Конкуренция в информационном пространстве туристской индустрии.
4. Базовая модель электронного туристского бизнеса.
5. Деловые процессы туристского предприятия, включенные в технологии автоматизации турбизнеса.
6. Классификация программного обеспечения для автоматизации работы туристской фирмы.
7. Общая характеристика программы Мастер-Тур.
8. Общая характеристика программы САМО-ТурАгент.
9. Общая характеристика программы Тур-Менеджер.
10. Глобальные распределительные системы: характеристика, история создания и динамика развития.
11. Системы бронирования отелей.
12. Системы бронирования туров.
13. Программные средства CRM-менеджмента.
14. Проблемы использования информационных технологий в туризме.
15. Правила составления опросов для размещения в электронной среде.

5 Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающихся

В целом внеаудиторная самостоятельная работа студента при изучении курса включает в себя следующие виды работ:

- проработка (изучение) материалов лекций;
- чтение и проработка рекомендованной основной и дополнительной литературы;
- подготовка к практическим (семинарским) занятиям;
- и проработка материалов из Интернет-ресурсов, периодической печати;
- выполнение домашних заданий в форме творческих заданий, кейс-стади, докладов;
- подготовка презентаций для иллюстрации докладов;
- выполнение контрольной работы, если предусмотрена учебным планом дисциплины;
- подготовка к текущему и итоговому (промежуточная аттестация) контролю знаний по дисциплине (зачет).

Основная доля самостоятельной работы студентов приходится на проработку рекомендованной литературы с целью освоения теоретического курса, подготовку к

практическим (семинарским) занятиям, тематика которых полностью охватывает содержание курса. Самостоятельная работа по подготовке к семинарским занятиям предполагает умение работать с первичной информацией.

6 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

6.1 Структура фонда оценочных средств

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине «Медиасопровождение в туризме» представлен в приложении к рабочей программе дисциплины и включает в себя:

- О перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы;
- О описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания;
- О типовые контрольные задания или материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций;
- О материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

6.2. Перечень вопросов к итоговой аттестации

- 1.Факторы, усиливающие роль информационных технологий в туризме XXI века.
2. Информационная логистика в современном туризме: понятие, субъекты, принципы развития.
3. Пути интеграции информационных технологий в туризме.
4. Деятельность ассоциаций туристских операторов в электронной среде.
5. Принципы и этапы внедрения электронных технологий в деятельность туристского предприятия.
6. Оценка деловой активности туристской фирмы в электронной среде.
7. Организация автоматизированного рабочего места в турфирме.
8. Платежные системы в электронной среде.
9. Ресурсы и задачи функционирования электронных журналов о путешествиях и туризме.
10. Цели и задачи создания веб-порталов стран, отдельных дестинаций.
11. Виртуальное путешествие: цели и технологии создания.
12. Характер применения и возможности использования технологий геоинформационных систем.
13. Сервисы геолокации (характеристика по выбору студента).
14. Принципы работы и возможности туристских навигаторов.
15. Туристский сайт в системе конкурентной борьбы турфирмы.
16. Виды сайтов в интернет-пространстве.
17. Стратегия и бизнес-план создания сайта туристского предприятия.
18. Принципы создания и структура технического задания сайта турфирмы.
19. Принципы формирования и развития контента сайта.
20. История, виды и тенденции развития социальных медиа.
21. Роль социальных медиа в развитии туризма, преимущества и недостатки.
22. Стратегия продвижения туристской фирмы в социальных сетях.
23. Характеристика медиапродуктов турфирмы.
24. Цель, правила подготовки и проведения вебинара туристском бизнесе.
25. Инфографика в туристском бизнесе: цели и правила создания.
26. Роль информационных технологий в развитии самостоятельных путешествий.
27. Ресурсы порталов для самостоятельных путешественников.
28. Информационные риски и безопасность в современных деловых процессах.
29. Имиджевые риски при обеспечении информационной безопасности.

30. Технические и человеческие факторы в обеспечении информационной безопасности.

7. Рекомендуемая литература

7.1 Основная литература

1. Информационное обеспечение туризма: учебник для студ. вузов, обуч. по направл. подгот. "Туризм" / Морозова Н. С., Морозов М. А., Чудновский А. Д., Жукова М. А., Родигин Л. - М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. - 288 с.
2. Саак А. Э. Информационные технологии управления / Саак А. Э., Пахомов Е. В., Тюшняков В. Н. - 2-е изд. - СПб.: Питер, 2013. - 320 с.
3. Маркетинг в социальных медиа: интернет-маркетинговые коммуникации: учеб. пособие для студ. вузов, обуч. по направл. 100700 "Торговое дело" / под общ. ред. Л. А. Данченок; [В. П. Тихомиров и др.]. - СПб.: Питер, 2013. - 288 с.

7.2 Дополнительная литература

1. Кехлер Г. Новые социальные медиа: шанс или препятствие для диалога? / Кехлер Г. // Политические исследования. - 2013. - № 4. - С. 75-87.
2. Коноваленко М. Ю. Деловые коммуникации : учебник для бакалавров / Коноваленко М. Ю., Коноваленко В. А. ; Рос. гос. торгово-экон. ун-т. - М. : Юрайт, 2013. - 468 с.
3. Конструктор туристических сайтов «Tourengine». – (Режим доступа): <http://www.tourengine.ru/>
4. Саак А. Э. Информационные технологии управления / Саак А. Э., Пахомов Е. В., Тюшняков В. Н. - 2-е изд. - СПб. : Питер, 2013. - 320 с.
5. Чудновский А. Д. Информационные технологии управления в туризме: учеб. пособие по дисц. специализации "Гостиничный и туристический бизнес" спец. "Менеджмент организаций" / Чудновский А. Д., Жукова М. А. - 3-е изд., стер. - М.: КноРус, 2009. - 104 с.

8 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

- справочно-правовая система Консультант-плюс <http://www.consultant.ru/online>
- справочно-правовая система Гарант <http://www.garant.ru/online>

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методика преподавания данной дисциплины предполагает чтение лекций, проведение практических (семинарских) занятий, групповых и индивидуальных консультаций по отдельным (наиболее сложным) специфическим проблемам дисциплины. Предусмотрена самостоятельная работа студентов, а также прохождение аттестационных испытаний промежуточной аттестации (зачет).

Лекции посвящаются рассмотрению наиболее важных концептуальных вопросов. В ходе лекций студентам следует подготовить конспекты лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; помечать важные мысли, выделять ключевые слова, термины; проверять термины, понятия с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь; обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удается разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии.

Конкретные методики, модели, методы и инструменты стратегического анализа, оценки состояния конкурентной среды и т.д. рассматриваются преимущественно на практических занятиях.

Целью проведения практических (семинарских) занятий является закрепление знаний студентов, полученных ими в ходе изучения дисциплины на лекциях и самостоятельно. Практические занятия проводятся, в том числе, в форме семинаров. Для подготовки к занятиям семинарского типа студенты выполняют проработку рабочей программы, уделяя особое

внимание целям и задачам, структуре и содержанию дисциплины; конспектирование источников; работу с конспектом лекций; подготовку ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы.

При изучении дисциплины используются интерактивные методы обучения, такие как:

1. Лекция:

– проблемная лекция, предполагающая изложение материала через проблемность вопросов, задач или ситуаций. При этом процесс познания происходит в научном поиске, диалоге и сотрудничестве с преподавателем в процессе анализа и сравнения точек зрения;

– лекция-визуализация - подача материала осуществляется средствами технических средств обучения с кратким комментированием демонстрируемых визуальных материалов (презентаций).

2. Семинар:

– тематический семинар - этот вид семинара готовится и проводится с целью акцентирования внимания обучающихся на какой-либо актуальной теме или на наиболее важных и существенных ее аспектах. Перед началом семинара обучающимсядается задание – выделить существенные стороны темы. Тематический семинар углубляет знания студентов, ориентирует их на активный поиск путей и способов решения затрагиваемой проблемы.

– проблемный семинар - перед изучением раздела курса преподаватель предлагает обсудить проблемы, связанные с содержанием данной темы. Накануне обучающиеся получают задание отобрать, сформулировать и объяснить проблемы. Во время семинара в условиях групповой дискуссии проводится обсуждение проблем.

3. Игровые методы обучения:

- Анализ конкретных ситуаций (КС). Под конкретной ситуацией понимается проблема, с которой тот или иной обучаемый, выступая в роли руководителя или иного профессионала, может в любое время встретиться в своей деятельности, и которая требует от него анализа, принятия решений, каких-либо конкретных действий. В этом случае на учебном занятии слушателям сообщается единая для всех исходная информация, определяющая объект управления. Преподаватель ставит перед обучаемыми задачу по анализу данной обстановки, но не формулирует проблему, которая в общем виде перед этим могла быть выявлена на лекции. Обучающиеся на основе исходной информации и результатов ее анализа сами должны сформулировать проблему и найти ее решение. В ходе занятия преподаватель может вводить возмущающее воздействие, проявляющееся в резком изменении обстановки и требующее от обучаемых неординарных действий. В ответ на это слушатели должны принять решение, устраняющее последствие возмущающего воздействия или уменьшающее его отрицательное влияние.

Тестирование – система стандартизованных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося. Контрольная работа – средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по теме или разделу. Текущий контроль знаний осуществляется в форме проведения семинаров, решения задач, тестирования, а также в предусмотренных формах контроля самостоятельной работы. Консультации преподавателя проводятся для обучающихся с целью дополнительных разъяснений и информации по возникающим вопросам при выполнении самостоятельной работы или подготовке к практическим (семинарским) занятиям, подготовке рефератов, а также при подготовке к зачету. Консультации преподавателя проводятся в соответствии с графиком, утвержденным на кафедре, обучающийся может ознакомиться с ним на информационном стенде. Дополнительные консультации могут быть назначены по согласованию с преподавателем в индивидуальном порядке.

10 Курсовой проект (работа)

Выполнение курсового проекта (работы) учебным планом изучения дисциплины не предусмотрено.

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационно-справочных систем

11.1 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса

- электронные образовательные ресурсы, представленные в п. 8 данной рабочей программы;
- интерактивное общение с обучающимися и консультирование посредством электронной почты;
- работа с обучающимися в ЭИОС ФГБОУ ВО «КамчатГТУ».

11.2 Перечень программного обеспечения, используемого при осуществлении образовательного процесса

При освоении дисциплины используется лицензионное программное обеспечение:

- операционные системы Astra Linux (или иная операционная система, включенная в реестр отечественного программного обеспечения);
- комплект офисных программ Р-7 Офис (в составе текстового процессора, программы работы с электронными таблицами, программные средства редактирования и демонстрации презентаций);
- программа проверки текстов на предмет заимствования «Антиплагиат».

11.3 Перечень информационно-справочных систем

- справочно-правовая система Консультант-плюс <http://www.consultant.ru/online>
- справочно-правовая система Гарант <http://www.garant.ru/online>

12 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для проведения занятий лекционного типа, практических (семинарских) занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации используется учебный кабинет 6-512 с комплектом учебной мебели.

Для самостоятельной работы обучающихся используются кабинеты 6-511; каждый оборудован комплектом учебной мебели, двумя компьютерами с доступом в информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет» и в электронную информационно-образовательную среду организации, принтером и сканером

**Дополнения и изменения в рабочей программе за
_____ / учебный год**

В рабочую программу по дисциплине «Медиасопровождение в туризме» для студентов направления подготовки 49.03.03 «Рекреация и спортивно-оздоровительный туризм» вносятся следующие дополнения и изменения:

Дополнения и изменения внес _____
(должность, Ф.И.О., подпись)

Рабочая программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры
«Защита окружающей среды и водопользование»

«____» _____ 20__ г.

Заведующий кафедрой _____