

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ

ЗАТВЕРДЖЕНО

на засіданні кафедри
підприємництва, торгівлі та
туристичного бізнесу
Протокол № 2 від 04.09.2024 р.

ПОГОДЖЕНО

Проректор з навчально-методичної
роботи



Каріна НЕМАШКАЛО

ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ТУРИЗМІ

робоча програма навчальної дисципліни (РПНД)

Галузь знань 24 "Сфера обслуговування"
Спеціальність 242 "Туризм і рекреація"
Освітній рівень Другий (магістерський)
Освітня програма "Туризм"

Статус дисципліни

обов'язкова

Мова викладання, навчання та оцінювання

українська

Розробник:
доктор філософії з
туризму, доцент

К.е.н., доцент

Катерина БОВК

Олексій КЛОК

Завідувач кафедри
підприємництва,
торгівлі та туристичного
бізнесу

Марина САЛУН

Гарант програми

Володимир ЄРМАЧЕНКО

Харків
2024

ВСТУП

Різноманітність форм та видів інновацій обумовлює широкий спектр можливостей як для виробників, так і споживачів туристичної сфери, дозволяє упроваджувати на практиці індивідуальні пропозиції щодо обслуговування, розширення асортименту послуг, зменшує розрив між очікуваннями щодо попиту та пропозиції туристичної продукції. Аналіз відомих міжнародних рейтингів доводить, що розвиненість інфраструктури інформаційних технологій та здатність національної економіки сприймати інновації у інших галузях та сферах економіки, як ІТ-сфера, є одними із найважливіших критеріїв оцінки зовнішнього та внутрішнього потенціалу країни. Перед туристичною сферою актуалізується питання визначення пріоритетних засад стратегічного розвитку, основних напрямів використання диференційованих ресурсів, вибору та підтримки ключових конкурентних переваг. Важливим є дослідження впливу інновацій на діяльність туристичних підприємств та туристів, розгляд найбільш вагомих інноваційних продуктів на розвиток туристичної сфери.

Мета навчальної дисципліни - формування системи компетентностей щодо управління інноваційною діяльністю та обґрунтування впровадження інновацій у діяльність туристичних підприємств.

Завданнями навчальної дисципліни є:

- засвоєння теоретичних засад наукових досліджень у галузі інновацій на ринку туристичних послуг;
- оволодіння навичками використання інформаційного забезпечення впровадження інновацій у практичну діяльність туристичних підприємств.

Об'єктом вивчення дисципліни є процес впровадження інновацій у діяльність підприємств туризму.

Предметом навчальної дисципліни є принципи, форми і методи управління інноваціями у туризмі.

Результати навчання та компетентності, які формує навчальна дисципліна визначено в табл. 1.

Таблиця 1

Результати навчання та компетентності, які формує навчальна дисципліна

| Результати навчання | Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач вищої освіти |
|----------------------------|--|
| РН 1 | СК 7 |
| РН 2 | ЗК 1, ЗК 4, ЗК 7, СК 2, СК 5, СК 7, СК 8 |
| РН 3 | ЗК 1, СК 2, СК 5, СК 7 |
| РН 5 | ЗК 1 |
| РН 6 | СК 7 |
| РН 8 | СК 7 |

| | |
|-------|------|
| PH 11 | СК 7 |
| PH 12 | СК 7 |
| PH 13 | СК 7 |
| PH 14 | СК 5 |

де, PH1. Спеціалізовані концептуальні знання, що включають сучасні наукові здобутки, критичне осмислення проблем у сфері туризму та рекреації і на межі галузей знань.

PH 2. Спеціалізовані уміння/навички розв'язання проблем, необхідні для проведення досліджень та/або провадження інноваційної діяльності з метою розвитку нових знань та процедур у сфері туризму і рекреації.

PH 3. Застосовувати сучасні цифрові технології, методи та інструменти дослідницької та інноваційної діяльності для розв'язання складних задач у сфері туризму та рекреації

PH 5. Здійснювати комплексний аналіз і оцінювання функціонування туристичного ринку різних ієрархічних рівнів, прогнозувати тенденції його розвитку.

PH 6. Аналізувати та оцінювати діяльність суб'єктів туристичного ринку, планувати результати їх стратегічного розвитку.

PH 8. Управляти процесами в суб'єктах індустрії туризму та рекреації на різних ієрархічних рівнях, які є складними, непередбачуваними і потребують нових стратегічних підходів.

PH 11. Вільно спілкуватися державною та іноземною мовами усно і письмово для обговорення професійних проблем, презентації результатів досліджень та проєктів у сфері туризму і рекреації.

PH 12. Аналізувати, формулювати і реалізовувати національну та регіональну туристичну політику, вдосконалювати механізми управління туристичними дестинаціями на національному, регіональному та локальному рівнях.

PH 13. Розробляти та впроваджувати новий туристичний продукт, оцінювати рівень його конкурентоспроможності.

PH 14. Приймати рішення у складних і непередбачуваних умовах, що потребує застосування нових підходів та методів прогнозування.

ЗК 1. Здатність до організації, планування, прогнозування результатів діяльності.

ЗК 4. Здатність розробляти проєкти та управляти ними.

ЗК 7. Здатність виявляти, ставити та вирішувати проблеми.

СК 2. Здатність планувати і виконувати наукові та/або прикладні дослідження у сфері туризму та рекреації.

СК 5. Здатність оперувати інструментами збору, обробки інформації, аналізувати та управляти туристичною інформацією.

СК 7. Здатність розробляти та впроваджувати інновації в діяльності

суб'єктів туристичного ринку.

СК 8. Здатність до визначення стратегічних завдань у розвитку туристичного бізнесу.

ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Зміст навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Створення та розвиток ІТ-продуктів для туристичних підприємств.

Тема 1. Створення розвитку ІТ-продукту. Технічна складова.

1.1. Сутність ІТ-продукту та його значення.

Визначення та сутність ІТ-продукту. ІТ-індустрія у світі. Різниця продукту і аутсорсу. Виклики продуктової компанії.

1.2. Класифікація видів ІТ-продуктів.

Класифікація видів ІТ за різними сферами: EdTech, Fintech, HealthTech. Електронна комерція. Інструмент бізнес-моделювання Learn Canvas. Визначення проблеми, цільової аудиторії, унікальної ціннісної пропозиції, прийняття рішення, вибір каналів та джерел доходів. Структура витрат ІТ-продукту. Система метрик.

Тема 2. Продуктова команда та дослідження цільової аудиторії. Мінімально життєздатний продукт (MVP).

2.1. Пошук ідеї продукту та рішення.

Креативні рішення. Підготовка та встановлення цілей. Інкубація. Момент прозоріння. Перевірка ідеї. Наукові правила підвищення креативності. Прототип. Креативність та командна культура.

2.2. Продуктова команда.

Принципи та види команд. Метрики оцінки ефективності команд. Нетехнічні та технічні спеціалісти у продуктовому ІТ. Продуктова стратегія. Дорожня карта розвитку проекту. OKR та KPI у продуктовому ІТ.

2.3. Дослідження цільової аудиторії продукту.

Визначення цільової аудиторії, потреб та болей. Методи досліджень у продукті. Автоматизовані сервіси. А/В тестування. Модеровані та немодеровані UX дослідження цільової аудиторії.

2.4. Ухвалення рішень у цифрових продуктах.

Пріоритезація порядку роботи над продуктом. Моделі пріоритезації RICE та Value / Effort. Дизайн-мислення та метрики. Ключовий показник цінності продукту для користувачів

Тема 3. Продуктова аналітика та управління командами.

3.1. Продуктова аналітика.

Метрики для вимірювання в продукті. Бази даних. Поведінка споживача.

3.2. Performance маркетинг та залучення користувачів.

Інструменти аналізу ринку та цільова аудиторія продукту. Маркетингові метрики. Види маркетингу у продуктовому ІТ.

3.3. Поведінкові патерни.

Поняття досвіду користувача (user experience). Поведінка користувачів продукту та поведінкова модель Б. Фога. Наджинг. Гейміфікація в продукті. Способи схилення користувачів до користування продуктом. Ключові поведінкові хитрощі (behavioral tricks).

3.4. Продуктовий дизайн.

Дизайн та його значення у продуктовому ІТ. Напрями дизайну. Методологія Human Centered Design. Основні інструменти дизайнерів у продуктовому ІТ. Методи продуктивних та UX-досліджень.

Змістовий модуль 2. Управління інноваційними технологіями у туризмі.

Тема 4. Роль інновацій у розвитку туристичного ринку.

4.1. Теорії інновацій.

Поняття інновацій. Основні наукові школи інноваційного розвитку. Законодавче регулювання інноваційної діяльності. Інноваційна діяльність у туризмі.

4.2. Види інновацій у туризмі.

Класифікація інновацій. Різновиди інновацій у туризмі. Модель життєвого циклу інновацій у туризмі.

4.3. Світовий досвід реалізації інновацій у туризмі.

Глобальний індекс інновацій. Інноваційні країни у світі. Інноваційні компанії у світі. Лідери інноваційної діяльності у туризмі. Перспективи впровадження інновацій для туристичної сфери. Визначення впливу інновацій на діяльність туристичних підприємств.

Тема 5. Сучасні інформаційні технології у туризмі.

5.1. Інформаційні технології туристичних підприємств.

Сутність інформаційних технологій у туризмі. Основні види ІТ у туризмі. Особливості ІТ у роботі туристичних операторів. Порівняння пропозицій ІТ туристичних операторів. Сучасні ІТ у діяльності туристичних агентств. Різновиди та порівняння ІТ турагентств.

5.2. Інноваційні технології у авіаперевезеннях.

Поняття та роль інноваційних технологій у діяльності авіаперевізників. Порівняння пропозицій ІТ у авіа сегменті. Глобальні дистриб'юторські системи. Ключові гравці на ринку авіаперевезень. Перспективи використання інновацій у авіаперевезеннях.

5.3. Пропозиції інформаційних технологій для постачальників туристичних послуг.

Постачальники туристичних послуг. Програмне забезпечення для закладів розміщення. Програмне забезпечення закладів ресторанного господарства.

Програмне забезпечення для керування потоками. Нові технології у діяльності підприємств туризму.

Тема 6. Персоналізація у туризмі.

6.1. Характеристика персоналізації.

Сутність та значення персоналізації у туризмі. Види персоналізації у сфері туризму. Методи вимірювання персоналізації. Рейтинг методик персоналізації послуг. Гіперперсоналізація.

6.2. Інструменти персоналізації у туризмі.

Проста персоналізація. Персоналізація контекстного пошуку. Персоналізація у соціальних мережах та на веб-сайтах. Персоналізація зі змінними. Штучний інтелект у персоналізації.

6.3. Мобільна персоналізація.

Сутність та різновиди мобільної персоналізації. Аналітика мобільної персоналізації. Успішні практики мобільної персоналізації у туризмі.

Тема 7. Інтернет-комунікації у туризмі.

7.1. Розвиток інтернет-комунікацій у туризмі.

Поняття інтернет-комунікації. Основні етапи розвитку глобальної мережі Інтернет. Динаміка користувачів Інтернету. Різновиди комунікацій у туризмі. Основні види інтернет-комунікацій.

7.2. Соціальні медіа у туризмі.

Історія та розвиток соціальних мереж у світі. Життєвий цикл соціальних мереж. Класифікація типів соціальних мереж. Матриця онлайн-комунікації. Тривалість постів у соціальних мережах. Вплив соціальних медіа на динаміку користувачів мережі Інтернет. Дослідження зв'язку між користувачами соціальних мереж та кількістю туристів.

7.3. Сучасні засоби інтернет-комунікацій у туризмі.

Віртуальні помічники. Чат-боти. Штучний інтелект для комунікації. Туристичні компанії – лідери з інтернет-комунікацій. Веб-аналітика у комунікаціях. Метрики вимірювання рівня комунікацій у туризмі.

Тема 8. Туристичні веб-сайти.

8.1. Вимоги до туристичних веб-сайтів.

Веб-сайт туристичного підприємства. Законодавчі вимоги щодо наявності сайту для туристичних підприємств. Основні розділи сайту.

8.2. Можливості інтеграції сайту туристичних підприємств.

Особливості інтеграції веб-сайтів. Технічні вимоги. Різновиди інтеграцій для сайтів туристичних підприємств. Інтеграція із основними постачальниками послуг у туризмі. Додаткові можливості інтеграцій.

8.3. Аналіз веб-сайтів туристичних підприємств.

Діагностика веб-сайтів провідних туристичних підприємств. Ключові метрики ефективності веб-сайту. Конкурентний аналіз веб-сайтів у туризмі. Landing-page.

Тема 9. Безпека платежів у туризмі.

9.1. Особливості здійснення платежів у туристичній сфері.

Сутність та характеристика платежів у туризмі. Різновиди платежів. Статистика оплат туристичних послуг у світі та Україні. Офлайн та онлайн платежі. Платіжні інновації. Безпека платежів у туризмі. Туристичні платіжні платформи.

Тема 10. Інноваційний туристичний продукт.

10.1. Створення туристичного продукту із використанням інноваційних технологій.

Аналіз сучасних пропозицій на туристичному ринку. Виявлення слабких пропозицій. Алгоритм створення комплексного туристичного продукту на основі впровадження ІТ-продуктів. Оцінка загроз та можливостей продукту. Рішення щодо інтеграції туристичного продукту з інноваційними технологіями.

Перелік лабораторних занять / завдань за навчальною дисципліною наведено в табл. 2

Таблиця 2

Перелік лабораторних занять / завдань

| Назва теми та завдання | Зміст |
|------------------------|---|
| Тема 1. Завдання 1. | Визначення проблеми ІТ-продукту, цільової аудиторії, унікальної ціннісної пропозиції |
| Тема 2. Завдання 2. | Дослідження цільової аудиторії продукту та ухвалення рішення |
| Тема 3. Завдання 3. | Здійснення продуктової аналітики та управління командою. Створення ІТ-продукту. |
| Тема 4. Завдання 4. | Дослідження інноваційних компаній у туризмі |
| Тема 5. Завдання 5. | Робота з інноваційними технологіями у туризмі |
| Тема 6. Завдання 6. | Аналіз персоналізованих пропозицій. Вимірювання мобільної персоналізації туристичних підприємств |
| Тема 7. Завдання 7. | Дослідження використання інтернет-комунікацій підприємствами туризму |
| Тема 8. Завдання 8. | Аналіз веб-сайтів туристичних підприємств за допомогою відповідних метрик |
| Тема 9. Завдання 9. | Дослідження туристичних платіжних платформ та формування вимог до здійснення безпечних платежів у туризмі |
| Тема 10. Завдання 10. | Створення туристичного продукту із використанням інноваційних технологій |

Перелік самостійної роботи за навчальною дисципліною наведено в табл. 3

Перелік самостійної роботи

| Назва теми та / або завдання | Зміст |
|------------------------------|---|
| Тема 1 - 10 | Вивчення лекційного матеріалу та нормативної бази України |
| Тема 1 - 10 | Підготовка до лабораторних занять |
| Тема 1 - 10 | Виконання індивідуальних навчально-дослідних завдань |
| Тема 3, 10 | Підготовка до компетентісно-орієнтованого завдання |

Кількість годин лекційних, лабораторних занять та годин самостійної роботи наведено в робочому плані (технологічній карті) з навчальної дисципліни.

МЕТОДИ НАВЧАННЯ

У процесі викладання навчальної дисципліни для набуття визначених результатів навчання, активізації освітнього процесу передбачено застосування таких методів навчання, як:

Словесні (лекція (Тема 1, 3, 4, 7, 9), проблемна лекція (Тема 2, 5, 8), лекція-провокація (Тема 6,10)).

Наочні (демонстрація (Тема 1-10)).

Лабораторні (лабораторна робота (Тема 1 – 10), кейс-метод (Тема 3, 10)).

ФОРМИ ТА МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ

Університет використовує 100 бальну накопичувальну систему оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти.

Поточний контроль здійснюється під час проведення лекційних, лабораторних та семінарських занять і має на меті перевірку рівня підготовленості здобувача вищої освіти до виконання конкретної роботи і оцінюється сумою набраних балів:

– для дисциплін з формою семестрового контролю залік: максимальна сума – 100 балів; мінімальна сума – 60 балів.

Підсумковий контроль включає семестровий контроль та атестацію здобувача вищої освіти.

Семестровий контроль проводиться у формах диференційованого заліку.

Підсумкова оцінка за навчальною дисципліною визначається:

– для дисциплін з формою семестрового контролю залік – сумуванням всіх

балів, отриманих під час поточного контролю.

Під час викладання навчальної дисципліни використовуються наступні контрольні заходи:

Поточний контроль: Індивідуальні навчально-дослідні завдання (78 балів), компетентнісно-орієнтоване завдання (22 бали).

Семестровий контроль: Залік.

Більш детальну інформацію щодо системи оцінювання наведено в робочому плані (технологічній карті) з навчальної дисципліни.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна

1. Джинджоян В. В. Інноваційні технології в туризмі та гостинності : навчальний посібник / В. В. Джинджоян, Т. В. Тесленко, К.М. Горб. - Київ: Видавництво «Каравела», 2022. – 340 с.

2. Інноваційні технології в туризмі : навч. посібник / Н. М. Влащенко, М. В. Тонкошкур ; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2022. – 214 с. URL: https://eprints.kname.edu.ua/61897/1/2022_22%D0%9D.pdf.

3. Проектування додатків для мобільних пристроїв : навчальний посібник / О. І. Пушкар, Є. М. Грабовський; Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця. —Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2023. — 166 с. URL: <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/30156>.

4. Roik O. Innovations in tourism: theoretical and practical aspects. Monograph.– Primedia eLaunch, Boston, USA, 2022. – 107 p.

Додаткова

5. Опалько М. С. Інноваційні технології формування та просування бренду туристичного підприємства / М. С. Опалько, Н. В. Погуда // Молодий вчений. – 2017. – № 11. – С. 755-758.

6. Buhalis D., Leung D., & Lin M. (2023). Metaverse as a disruptive technology revolutionising tourism management and marketing. *Tourism Management*, 97, 104724.

7. Pohuda N. Research of the implementation level of information and communication technologies by tourism enterprises / N. Pohuda // *Economics of Development*. – 2023. – 22(1). – P. 8-19. URL: <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/29311>.

8. Ivchenko L. The role of Internet resources and social media in the strategic development of tourism / L. Ivchenko, N. Pohuda, O. Sushchenko // *Business Management*. - 2023. - №4. - P. 80-101. URL: <http://www.repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/30677>.

9. Sushchenko O. The use of interactive training technologies in teaching academic disciplines for students of tourism specialities / O. Sushchenko, O. Akhmedova, O. Stryzhak // Access to science, business, innovation in digital economy. – 2021. – № 2 (1). – P. 28-39. URL: <http://www.repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/27873>.

Інформаційні ресурси

10. Створення та розвиток ІТ-продуктів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://genesis.theworkademy.com/uk/dashboard/course/?edit=true#!1767>.

11. Global Innovation Index [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.wipo.int/global_innovation_index/en/2022.