

УДК 378

ОСОБЕННОСТИ ЭЛЕКТРОННОГО ОБУЧЕНИЯ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ В ОБЛАСТИ СЕРВИСА И ТУРИЗМА

С.П. Дудина (Красноярск, Россия)

Аннотация

Проблема и цель. Электронное обучение (ЭО) является одной из наиболее перспективных современных технологий. Электронные образовательные ресурсы (ЭОР) и массовые открытые онлайн-курсы (МООК) имеют большой потенциал для профессиональных обучающих программ, в том числе в области сервиса и туризма. На сегодняшний день существует противоречие между стремительными темпами информатизации образования и не готовой к быстрым изменениям классической образовательной парадигмой. Еще одним противоречием является обилие доступных англоязычных интернет-ресурсов, в том числе МООК, по всем предметным областям, включая сервис и туризм, и недостаточно сформированная иноязычная коммуникативная компетенция у русскоязычных обучающихся для понимания учебных материалов и освоения дисциплин. Цель статьи – анализ возможностей ЭО в области сервиса и туризма и обоснование необходимости создания электронного курса, способствующего формированию иноязычной коммуникативной компетенции, необходимой для профессиональной деятельности в индустрии сервиса и туризма.

Методологию исследования составляют анализ нормативно-правовых документов в сфере высшего образования, научно-исследовательских работ отечественных и зарубежных ученых и качественный и количественный анализ образовательных интернет-ресурсов в области сервиса и туризма.

Результаты. Анализ электронных курсов крупнейших зарубежных и отечественных МООК-платформ, предлагающих обучение в области сервиса и туризма, показал крайне низкую долю курсов на русском языке с неудобным учебным графиком, неудовлетворяющим потребности обучающихся, и огромное количество курсов на английском языке, доступных в режиме self-paced (без фиксированных временных рамок). Электронный курс Hospitality, Customer Service and Tourism создан с целью ликвидировать этот пробел. Цель курса – формирование профессионально значимых качеств личности через способности осуществлять деловую коммуникацию в сфере гостеприимства, сервиса и туризма в устной и письменной формах на английском языке.

Заключение. Успех ЭО в значительной степени зависит от способности удовлетворить образовательные потребности и от способности максимизировать потенциал сети. Преимущество курса Hospitality, Customer Service and Tourism заключается в том, что он дает возможность русскоязычным учащимся максимально полно использовать англоязычные электронные образовательные ресурсы, включая МООК, для приобретения профессиональных компетенций в области сервиса и туризма.

Ключевые слова: электронное обучение, сервис, туризм, гостеприимство, МООК, предпринимательство, коммуникативная компетенция, образовательный стандарт.

Постановка проблемы. Использование современных технологий управления, повышения качества и конкурентоспособности образования является одной из первоочередных задач. Одной из наиболее перспективных современных технологий является электронное обучение – ЭО (e-learning), которое постоянно меняет образовательный ландшафт. Меняется то, как мы учимся, и то, чему мы учимся. «В условиях открытого общества знаний, ког-

да образование в самых различных вузах можно получать не выходя из дому, внедрение e-learning становится единственным средством борьбы за выживание национальных систем образования» [Шкапенко, 2013].

По данным федерального портала «Российское образование», объем рынка образования в нашей стране в 2016 г. составил 1,8 трлн рублей. Внедрение онлайн-технологий в образование находится на уровне 1,1 % (20,7 млрд руб.) и за бли-

жайшие пять лет обещает вырасти до 2,6 %, или 53,3 млрд. руб. Согласно проведенным исследованиям, наиболее «денежными» сегментами онлайн-рынка сегодня являются дополнительное профессиональное (7 млрд руб. в 2016 г.) и высшее образование (6,8 млрд руб. в 2016 г.)¹.

Институтом ЮНЕСКО по информационным технологиям в образовании (UNESCO IITE) в 2014–2016 гг. был выполнен проект «Доступ, равенство и качество: перспективы высшего образования в цифровом веке». Его целью было выявление современных тенденций, связанных с использованием открытого и онлайн-образования. В аналитическом обзоре по результатам проекта определяются такие понятия, как открытые образовательные ресурсы – ООР (Open Educational Resources – OER) и массовые открытые онлайн-курсы – МООК (Massive Open Online Courses – MOOC).

Понятие ООР относится к любым образовательным ресурсам (включая учебные планы, учебные материалы, учебники, потоковые видео, мультимедийные приложения, подкасты и любые другие материалы), которые открыто доступны для использования преподавателями и студентами, без необходимости выплачивать лицензионные сборы.

Массовые открытые онлайн-курсы (МООК) – это онлайн-курсы, предназначенные для большого количества участников, к которым можно получить доступ в любом месте, если у них есть подключение к Интернету. Они возглавляются экспертами в данной области из высшего образования или промышленности и организованы системами управления обучением или специализированными платформами МООК².

ЭОР и МООК имеют большой потенциал для профессиональных обучающих программ. Спрос на профессиональное образование, в том числе в области сервиса и туризма, наблюдается во всех развитых странах. Это связано с потребностью рынка труда в связи с динамическим ро-

стом использования информационных технологий, которые требуют увеличения квалифицированных кадров. «...накапливание быстроустаревшей информации становится бессмысленным, и поэтому конкурентоспособными будут те вузы и преподаватели, которые... не только смогут дать студентам конкретные знания, но и будут способствовать формированию у них навыков быстрого поиска информации, осознания необходимости постоянного (непрерывного) обучения» [Зайцева, 2013, с. 91].

На сегодняшний день существует противоречие между стремительными темпами информатизации образования и не готовой к быстрым изменениям классической образовательной парадигмой. Еще одним противоречием является обилие доступных англоязычных интернет-ресурсов по всем предметным областям, включая сервис и туризм, и недостаточно сформированная иноязычная коммуникативная компетенция у русскоязычных обучающихся для понимания учебных материалов.

Целью статьи является анализ возможностей ЭО в области сервиса и туризма и обоснование необходимости создания электронного курса, способствующего формированию иноязычной коммуникативной компетенции, необходимой для профессиональной деятельности в индустрии сервиса и туризма.

Методологию исследования составляют анализ нормативно-правовых документов в сфере высшего образования, научно-исследовательских работ отечественных и зарубежных ученых и качественный и количественный анализ образовательных интернет-ресурсов в области сервиса и туризма.

Обзор научной литературы. В зарубежной практике ЭО широко используется для расширения и дополнения образовательных программ по туризму и гостеприимству и его преимуществ широко освещены [Lominé et al., 2002; Siegala, 2004; O'Mahony, Salmon, 2014; Horton-Tognazzini et al., 2015; Murphy et al., 2017], но подчеркивается, что недостаточно разработаны вопросы внедрения эффективных платформ электронного обучения.

¹ URL: <http://www.edu.ru/news/eksklyuzivny/rynok-rossijskogo-online-obrazovaniya-vyrastet-do-/>

² Futures for Higher Education and ICT: Changes Due to the Use of Open Content <http://iite.unesco.org/pics/publications/en/files/3214745.pdf> [Электронный ресурс] (дата обращения: 04.11.2017).

Интернет в целом и ЭО в частности обеспечивают большую гибкость в соответствии с конкретными условиями работы в секторе туризма и гостеприимства [Buhalis, 2000]. W. Cho и C. Schmelzer утверждают, что ЭО готовит студентов, изучающих туризм и гостеприимство, критически мыслить, решать проблемы и принимать решения, будучи технологически компетентными [Cho, Schmelzer, 2000, р. 31]. Согласно Haven С. и D. Botterill, ЭО включает в себя предоставление возможности обучения и поддержки через компьютерную сеть и веб-технологии, чтобы помочь индивидуальной работе и развитию [Haven, Botterill, 2003, р. 75].

L.L. Lominé описывает основные трудности, которые объясняют, почему многие ученые в области гостеприимства и туризма довольно неохотно вводят онлайн-курсы и учебные мероприятия в свои курсы. Исследования, проведенные в Университете Глостершира, показывают, что онлайн-обучение и преподавание выгодны как для учащихся, так и для преподавателей с точки зрения формирования информационной компетенции, инноваций и гибкости обучения [Lominé et al., 2002, р. 43–49].

Однако, хотя ЭО широко используется для расширения и дополнения учебных программ по туризму и гостеприимству и его преимущества для туризма и гостеприимства широко освещаются, вопрос внедрения эффективных платформ ЭО недостаточно разработан [Cho, Schmelzer, McMahon, 2002; Clements, 2001].

M. Siegala обосновывает необходимость создания виртуальной обучающей среды (Virtual Learning Environment – VLE) для повышения эффективности ЭО в области туризма и гостеприимства. Такая среда позволит студентам обмениваться идеями друг с другом и с лектором асинхронно (по электронной почте) и синхронно (в чате) и создаст центр обработки данных для хранения учебных материалов модулей в безопасной среде (конспекты лекций, презентации, рабочие документы, отчеты, закладки) [Siegala, 2004].

P. Braun и M. Hollick доказывают, что сформированные онлайн-навыки и обмен знаниями

могут помочь наращиванию потенциала в индустрии туризма [Braun, Hollick, 2006, р. 695].

B. O'Mahony пересматривает философию высшего образования в сфере гостеприимства, утверждая, что MOOK могут сыграть значительную роль в восстановлении социальных и нравственных основ образования, внести свой вклад в фундаментальную роль образования в качестве общественного блага и привести к демократизации образования, особенно в секторе туризма и гостеприимства [O'Mahony, Salmon, 2014, р. 130–131].

M. De Rose определяет четыре основных типа курсов в секторе туризма и гостеприимства: курсы, предоставляемые академическим сообществом, целевыми управляющими кампаниями, корпоративными университетами и независимыми разработчиками, уделяя последним особое внимание [De Rose, 2014, р. 45–55].

Краткий обзор MOOK в сфере гостеприимства и туризма дан в работе L. Horton-Tognazzini. Отмечается, что MOOK могут играть ключевую роль в обучении и постоянном профессиональном развитии персонала в индустрии гостеприимства и туризма, поскольку они обеспечивают гибкость и мобильность. MOOK должны непосредственно ориентироваться на потребности отрасли, чтобы удовлетворить основные требования как работодателя, так и сотрудников [Horton-Tognazzini, 2015, р. 110–111].

T.Z. Liu, T.Y. Huang изучили влияние ЭО на удовлетворение студентов, изучающих гостиничный бизнес, и желание продолжать обучение дальше, установив, что эти факторы в значительной степени зависят от системы управления обучением (LMS), а также от полезности и увлекательности процесса обучения [Liu et al., 2014, р. 873]. J. Murphy раскрывает возможности внедрения MOOK в традиционное университетское обучение по программам гостеприимства и туризма [Murphy, 2017, р. 166–167]. T.M. Abbas раскрывает влияние таких человеческих факторов, как легкость взаимодействия с ЭО и самоэффективность, на намерение студентов университета, обучающихся по программам гостеприимства и туризма, использовать электронное обучение [Abbas, 2017, р. 349].

Исследованию проблемы использования образовательных интернет-технологий при освоении дополнительных профессиональных программ в индустрии гостеприимства посвящены работы российских авторов, в том числе А.Н. Малолетко, который приходит к выводу о необходимости создания иерархически структурированных образовательных интернет-ресурсов в индустрии гостеприимства [Малолетко и др., 2014, с. 56–58].

И.А. Дони́на, Т.Д. Иванова обосновывают актуальность информационно-профессиональной среды как средства формирования управленческой компетентности, определяется ее компонентный состав, рассматриваются сущность информационно-профессиональной среды и ее роль в образовательном процессе вуза [Дони́на, Иванова, 2013].

А.В. Афанасьева делится опытом создания дистанционного курса «Туристское краеведение», позволяющего освоить навыки научной деятельности, выявить личностную творческую инициативу, что имеет важное значение в развитии туристской отрасли и профессионального образования в России [Афанасьева, 2014, с. 73].

Значительное внимание уделяется развитию предпринимательской компетенции в сфере туризма и гостеприимства [Dzisi, Otsyina, 2014; Deal, 2016]. Предпринимательство представляет собой инициативную самостоятельную деятельность граждан и их объединений. Эта деятельность направлена на получение прибыли, в том числе в такой сфере экономики, как оказание услуг. «Основной ресурс предпринимательства заключается в людях, ориентированных на создание собственного дела и на разумный риск» [Грасс, 2015, с. 11].

ЭО обладает потенциалом, чтобы внедрять предпринимательство и инновации, которые и в бизнесе, и в торговле зависят от навыков, знаний, творчества и предприятия сотрудников. Оно может ускорить процесс инноваций путем взаимодействия между образованием и индустрией сервиса и туризма [Harkema, Schout, 2008].

Результаты исследования. Для анализа были выбраны электронные курсы крупнейших зарубежных и отечественных MOOK-платформ

на английском и русском языках, предлагающие обучение по темам «Сервис» и «Туризм», а также «Менеджмент и предпринимательство».

Сетевая междуниверситетская площадка Универсарийум (<https://universarium.org>), на момент обращения 20.10.2017 г., для обучения менеджменту и предпринимательству предлагает 12 курсов, и ни одного курса для обучения в сфере сервиса и туризма.

В Университете ИНТУИТ (URL: <http://www.intuit.ru/> (дата обращения: 20.10.2017)) потенциально для обучения предпринимательству могут быть использованы 5 курсов, для обучения менеджменту – 28 курсов. Обучение в сфере услуг представлено только одним курсом.

Национальная образовательная платформа «Открытое образование» (<https://openedu.ru/>). По направлению подготовки 43.00.00 Сервис и туризм она предлагает 12 курсов: 2 курса, направленные на формирование коммуникативной компетенции, 3 связаны с управлением и экономикой, остальные – по общеобразовательным предметам.

Все курсы, представленные российскими платформами, имеют фиксированный график обучения, что является недостатком, так как вызывает определенные ограничения. Материалы данных курсов не представлены в архиве и доступны только на период обучения.

По данным www.class-central.com, где наиболее полно представлена информация о MOOK от ведущих университетов мира (это такие площадки, как Coursera, Udacity, Udemy, Futurelearn и edX), доступны 193 курса, обучающих предпринимательству, из них 143 курса на английском и лишь 3 курса на русском; 17 курсов по гостеприимству, все из которых на английском; 4 курса, связанные с сервисом, на английском языке. Все курсы доступны в режиме self-paced (обучение осуществляется по самостоятельно установленному графику). Автоматическое оценивание результатов освоения программы в режиме self-paced является компромиссным решением для снижения риска потери связи с обучающимися и уменьшения вероятности их ухода с курса [Дацин, 2016, с. 703].

Представленный выше анализ наглядно демонстрирует необходимость создания электронного курса в области сервиса и туризма на английском языке для русскоязычных обучающихся.

Курс Hospitality, Customer Service and Tourism создан с помощью образовательной платформы Moodle. В качестве учебного материала были использованы открытые образовательные ресурсы Интернета, связанные с практикой гостиничного, ресторанного и туристического бизнеса, а также из различных англоязычных профессиональных изданий. Цель курса – формирование профессионально значимых качеств личности через способности осуществлять деловую коммуникацию в сфере гостеприимства, сервиса и туризма в устной и письменной формах на английском языке. Курс состоит из 12 модулей, работа над каждым модулем рассчитана на 8–10 часов. Особое внима-

ние уделяется обучению предпринимательству в индустрии сервиса и туризма.

В соответствии с ФГОС ВО (3++)³ по направлениям бакалавриата 43.03.01 Сервис, 43.03.02 Туризм, 43.03.03 Гостиничное дело иноязычная коммуникативная компетенция представлена следующими универсальными компетенциями: УК-4 – способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном(ых) и иностранном(ых) языках; УК-5 – Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.

В разработанном нами курсе формируются не только универсальные, но и общепрофессиональные компетенции, поскольку иностранный язык в профессиональной сфере является средством получения фундаментальных знаний по основной специальности.

Технологическая карта компетенций, формируемых в результате освоения курса *Hospitality, Customer Service and Tourism*

The technological map of competences formed as a result of mastering the course *Hospitality, Customer Service and Tourism*

Модули	Компетенции								
	УК-4	УК-5	ОПК-1	ОПК-2	ОПК-3	ОПК-4	ОПК-5	ОПК-6	ОПК-7
1. Reception and Reservation	+	+	+						
2. Introduction to Hotels	+	+			+				
3. Hotel Staff Management	+	+		+			+		
4. Food and Beverage Industry	+	+	+		+		+		+
5. Introduction to Restaurants	+	+					+		
6. Restaurant Staff Management	+	+		+					
7. Hospitality Management	+	+		+			+		+
8. Customer Service	+	+			+			+	+
9. Tourism Management	+	+		+			+		
10. Ecotourism	+	+					+		
11. Marketing in Hospitality and Tourism	+	+				+	+		
12. Entrepreneurship in Hospitality and Tourism	+	+	+		+		+	+	

Заключение. Успех ЭО в значительной степени зависит от способности удовлетворить образовательные потребности и от способности максимизировать потенциал сети. Преимущество курса Hospitality, Customer Service and Tourism заключается в том, что он дает возможность русскоязычным учащимся максимально

полно использовать глобальную сеть, англоязычные электронные ресурсы, включая MOOK, для приобретения профессиональных компетенций и профессионального совершенствования.

³ Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования. URL: <http://fgosvo.ru/fgosvo/151/150/24/93> [Электронный ресурс] (дата обращения: 04.11.2017).

ния. Так решается одна из задач инновационного социально-ориентированного развития, формирования социальной сферы и человеческого капитала.

Библиографический список

1. Афанасьева А.В., Дручевская Л.Е. Интеграция дистанционных курсов обучения как механизм решения задачи повышения качества образования в системе подготовки специалистов в области туризма // Вестник ассоциации вузов туризма и сервиса. 2014. № 4. С. 68–75. DOI: 10.12737/6477
2. Грасс Т.П. Формирование культуры предпринимательства подрастающих поколений в общеобразовательной школе развитых англоязычных стран // Вестник КГПУ им. В.П. Астафьева. 2015. № 3 (33). С. 11–16.
3. Дацун Н.Н. Обучение всю жизнь и МООС // Электронное обучение в непрерывном образовании 2016: III Междунар. науч.-практ. конф. (Россия, Ульяновск, 13–15 апреля 2016 г.): сб. науч. тр. Ульяновск: УлГТУ, 2016. С. 697–704.
4. Доница И.А., Иванова Т.Д. Информационно-профессиональная среда как средство формирования управленческой компетентности будущих бакалавров сервиса // Современные проблемы науки и образования. 2013. № 3.
5. Зайцева Н.А. Проблемы и перспективы реформирования системы подготовки кадров для сервиса и туризма (на примере высшего и дополнительного образования) // Современные проблемы сервиса и туризма. 2013. № 2. С. 87–92.
6. Малолетко А.Н., Малолетко Н.Е., Воробьева Т.И. Проблемы использования образовательных интернет-ресурсов в индустрии гостеприимства // Вестник ассоциации вузов туризма и сервиса. 2014. № 3. С. 54–60.
7. Шкапенко Т.М. Электронное обучение: актуальное состояние проблемы в вузовской системе образования России и зарубежных стран // Вестник МГИМО. 2013. № 6 (33). С. 71–76.
8. Abbas T.M. Human factors affecting university hospitality and tourism students' intention to use e-learning: A comparative study between Egypt and the UK // Journal of Human Resources in Hospitality & Tourism. 2017. V. 16, № 4. P. 349–366. doi:10.1080/15332845.2017.1266866
9. Braun P., Hollick M. Tourism skills delivery: Sharing tourism knowledge online // Education+Training. 2006. 48. P. 693–703. DOI: 10.1108/00400910610710100
10. Buhalis D. Marketing the competitive destination of the future // Tourism Management. 2000. 21(1). P. 97–116. doi:10.1016/S0261-5177(99)00095-3
11. Cho W., Schmelzer C.D. Just-in-time education: Tools for hospitality managers of the future? // International Journal of Contemporary Hospitality Management. 2000. 12. P. 31–37. DOI: 10.1108/09596110010305000
12. Cho W., Schmelzer C.D., cMahon P.S. Preparing Hospitality Managers for the 21st Century: The Merging of Just-in-time Education, Critical Thinking, and Collaborative Learning // Journal of Hospitality & Tourism Research. 2002. 26 (1). P. 23–37. doi:10.1177/1096348002026001002
13. Clements C., Buergermeister J., Holland J., Monteiro P. Creating Virtual Learning Community // Journal of Teaching in Travel and Tourism. 2001. 1 (2/3). P. 73–89. doi.org/10.1300/J172v01n02_05
14. De Rose M. et al. Independent e-learning offers in Tourism and Hospitality. In search of a map and possible quality indicators // eLearn Center Research Paper Series. 2014. P. 45–55. DOI/10.1111/jcal.2013.29
15. Deale C.S. Entrepreneurship education in hospitality and tourism: insights from entrepreneurs // Journal of Teaching in Travel & Tourism. 2016. V. 16. № 1. P. 20–39. DOI: 10.1080/15313220.2015.1117957
16. Dzisi S., Otsyina F.A. Exploring social entrepreneurship in the hospitality industry // International Journal of Innovative Research and Development. 2014. P. 233–241. URL: <<http://www.ijird.com/index.php/ijird/article/view/51087>>

17. Elliott S., Smith G. Curriculum Theory and Practice: A Case in Online Education // An international handbook of tourism education. 2005. P. 61–76.
18. Harkema S.J.M., Schout H. Incorporating student-centred learning in innovation and entrepreneurship education // European Journal of Education. 2008. V. 43, № 4. P. 513–526. DOI: 10.1111/j.1465-3435.2008.00372.x
19. Haven C., Botterill D. Virtual learning environments in hospitality, leisure, tourism and sport: A review // Journal of Hospitality, Leisure, Sports and Tourism Education. 2003. 2(1). P. 75–92. DOI: 10.3794/johlste.21.36
20. Horton-Tognazzini L., Ryan P., Williams A. A snapshot of MOOCs in hospitality and tourism // 13th APacCHRIE Conference, Auckland, NZ. – 2015. DOI: 10.1080/10963758.2016.1163497
21. Liu T.Z., Huang T.Y., Hsu C.S. Investigating E-learning Effects on Continuance Intentions of Hospitality Management Students // Information and Communication Technologies in Tourism 2015. Springer, Cham, 2015. P. 873–883. DOI:10.1007/978-3-319-14343-9_63
22. Lominé L.L. et al. Online learning and teaching in hospitality, leisure, sport and tourism: Myths, opportunities and challenges // Journal of Hospitality, Leisure, Sport and Tourism Education. 2002. V. 1, № 1. P. 43–49. DOI : 10.3794/johlste.11.13
23. Murphy J. et al. 11 Massive Open Online Courses (MOOCs) in hospitality and tourism // Handbook of Teaching and Learning in Tourism. 2017. P. 154–172.
24. O'Mahony B., Salmon G. The role of massive open online courses (MOOCs) in the democratization of tourism and hospitality education // Handbook of Tourism and Hospitality Education. 2014. P. 130–142.
25. Sigala M. Investigating the Factors Determining e-Learning Effectiveness in Tourism and Hospitality Education // Journal of Hospitality & Tourism Education. 2004. 16:2. P. 11–21. DOI: 10.1080/10963758.2004.10696789

DOI: <http://dx.doi.org/10.25146/1995-0861-2017-42-4-20>

THE USE OF E-LEARNING TO TRAIN SPECIALISTS IN THE FIELD OF SERVICE AND TOURISM

S.P. Dudina (Krasnoyarsk, Russia)

Abstract

Problem and purpose. E-learning is one of the most promising modern technologies. Electronic educational resources (EER) and mass open online courses (MOOC) have great potential for professional training programs, including in the field of service and tourism. To date, there is a contradiction between the rapid pace of informatization of education and the classical educational paradigm, which is not ready for rapid changes. Another contradiction is the abundance of available English-language Internet resources, including MOOC, in all subject areas, including service and tourism, and insufficiently formed foreign-language communicative competence among Russian-speaking learners to understand teaching materials and mastering disciplines. The purpose of the article is to analyze the possibilities of e-learning in the field of service and tourism and to justify the need to create an electronic course that fosters the formation of a foreign-language communicative competence necessary for professional activities in the service and tourism industry.

The *research methodology* consists of the analysis of normative and legal documents in the field of higher education, research works of domestic and foreign scientists and a qualitative and quantitative analysis of educational Internet resources in the field of service and tourism.

Results. The analysis of electronic courses of the largest foreign and domestic MOOC platforms offering training in the field of service and tourism showed an extremely low share of courses in Russian with an inconvenient training schedule that does not satisfy the needs of students, and a huge number of courses in English available in self-paced mode (without fixed time frames). The Hospitality, Customer Service and Tourism e-course was created with the goal of eliminating this gap. The goal of the course is to form professionally significant personal qualities through the ability to conduct business communication in the field of hospitality, service and tourism in oral and written forms in English.

Conclusion. The success of e-learning is largely dependent on the ability to meet educational needs and on the ability to maximize the potential of the network. The advantage of the Hospitality, Customer Service and Tourism course is that it enables Russian-speaking students to make the fullest use of English-language electronic educational resources, including MOOC, to acquire professional competences in the field of service and tourism. This is how one of the tasks of innovative socio-oriented development, the formation of the social sphere and human capital is solved.

Keywords: *e-learning, service, tourism, hospitality, MOOC, entrepreneurship, communicative competence, educational standard.*

References

1. Afanas'eva A.V., Druchevskaja L.E. (2014). Integration of distance learning courses as a mechanism for solving the problem of improving the quality of education in the system of training specialists in tourism // Bulletin of the Association of Tourism and Service Universities, 4, 68-75. DOI: 10.12737 / 6477
2. Grass T.P. (2015). Formation of the culture of entrepreneurship of younger generations in the general education school of developed English-speaking countries // Bulletin of Krasnoyarsk State Pedagogical University, 3 (33), 11-16.
3. Datsun N.N. (2016). Lifelong education and MOOC // 3rd International Scientific and Practical Conference "E-learning in Continuing Education 2016" (Russia, Ulyanovsk, April 13-15, 2016): a collection of scientific papers. Ulyanovsk, UISTU, 697-704.
4. Donina I.A., Ivanova T.D. (2013). Informational and professional environment as a means of forming managerial competence of future bachelors of service // Modern problems of science and education, 3.
5. Zaitseva N.A. (2013). Problems and prospects of reforming the system of training personnel for service and tourism (through the example of higher and further education) // Modern problems of service and tourism, 2, 87-92.
6. Maloletko A.N., Maloletko N.E., Vorob'eva T.I. (2014). The problems of using educational internet-resources in the hospitality industry// Bulletin of Krasnoyarsk State Pedagogical University, 3 (33), 11-16.

- letin of the Association of Tourism and Service Universities, 3, 54–60.
7. Shkapenko T.M. (2013). E-learning: the current state of the problem in the higher educational system in Russia and foreign countries // Bulletin of MGIMO, 6 (33), 71–76.
 8. Abbas T.M. (2017). Human factors affecting university hospitality and tourism students' intention to use e-learning: A comparative study between Egypt and the UK // Journal of Human Resources in Hospitality & Tourism, 16 (4), 349–366. DOI:10.1080/15332845.2017.1266866
 9. Braun, P., & Hollick, M. (2006). Tourism skills delivery: Sharing tourism knowledge online. Education+Training, 48, 693–703. DOI:10.1108/00400910610710100
 10. Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. Tourism Management, 21 (1), 97–116. DOI:10.1016/S0261-5177(99)00095-3
 11. Cho, W., & Schmelzer, C. D. (2000). Just-in-time education: Tools for hospitality managers of the future? International Journal of Contemporary Hospitality Management, 12, 31–37. DOI:10.1108/09596110010305000
 12. Cho, W., Schmelzer, C.D., & McMahon, P.S. (2002). Preparing Hospitality Managers for the 21st Century: The Merging of Just-in-time Education, Critical Thinking, and Collaborative Learning. Journal of Hospitality & Tourism Research, 26 (1), 23-37. DOI:10.1177/1096348002026001002
 13. Clements, C., Buergermeister, J., Holland, J., & Monteiro, P. (2001). Creating Virtual Learning Community. Journal of Teaching in Travel and Tourism, 1 (2/3), 73–89. doi.org/10.1300/J172v01n02_05
 14. De Rose M. et al. (2014). Independent e-learning offers in Tourism and Hospitality. In search of a map and possible quality indicators // eLearn Center Research Paper Series, 45–55. DOI/10.1111/jcal.2013.29.
 15. Deale C. S. (2016). Entrepreneurship education in hospitality and tourism: insights from entrepreneurs // Journal of Teaching in Travel & Tourism, 16 (1), 20-39., DOI: 10.1080/15313220.2015.1117957
 16. Dzisi S., Otsyina F. A. (2014). Exploring social entrepreneurship in the hospitality industry // International Journal of Innovative Research and Development, 233-241. Available at: <http://www.ijird.com/index.php/ijird/article/view/51087>
 17. Elliott S., Smith G. (2005). Curriculum Theory and Practice: A Case in Online Education // An international handbook of tourism education, 61–76.
 18. Harkema S. J. M., Schout H. (2008). Incorporating student-centred learning in innovation and entrepreneurship education // European Journal of Education, 43. (4), 513-526. DOI: 10.1111/j.1465-3435.2008.00372.x
 19. Haven, C., & Botterill, D. (2003). Virtual learning environments in hospitality, leisure, tourism and sport: A review. Journal of Hospitality, Leisure, Sports and Tourism Education, 2 (1), 75–92. DOI:10.3794/johlste.21.36
 20. Horton-Tognazzini L., Ryan P., Williams A. (2015). A snapshot of MOOCs in hospitality and tourism // 13th APacCHRIE Conference, Auckland, NZ. DOI: 10.1080/10963758.2016.1163497
 21. Liu T. Z., Huang T. Y., Hsu C. S. (2015). Investigating E-learning Effects on Continuance Intentions of Hospitality Management Students // Information and Communication Technologies in Tourism 2015. – Springer, Cham, 873–883. DOI:10.1007/978-3-319-14343-9_63
 22. Lominé L.L. et al. (2002). Online learning and teaching in hospitality, leisure, sport and tourism: Myths, opportunities and challenges // Journal of Hospitality, Leisure, Sport and Tourism Education, 1 (1), 43–49. DOI: 10.3794/johlste.11.13
 23. Murphy J. et al. (2017). 11 Massive Open Online Courses (MOOCs) in hospitality and tourism // Handbook of Teaching and Learning in Tourism, 154–172.
 24. O'Mahony B., Salmon G. (2014). The role of massive open online courses (MOOCs) in the democratization of tourism and hospitality education // Handbook of Tourism and Hospitality Education, 130–142.
 25. Sigala M. (2004). Investigating the Factors Determining e-Learning Effectiveness in Tourism and Hospitality Education, Journal of Hospitality & Tourism Education, 16:2, 11–21, DOI: 10.1080/10963758.2004.10696789