

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Трофимов Евгений Николаевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 09.09.2025 16:00:09
Уникальный программный ключ:
c379adf0ad4f91cbbf100b7fc3323cc41cc52545

**Образовательное частное учреждение высшего образования
«Российская международная академия туризма»
Центральные туристские курсы**

СОГЛАСОВАНО:

Индивидуальный предприниматель

Пелепас Мария Витальевна

М.В. Пелепас

УТВЕРЖДАЮ:

Ректор РМАТ

Е.Н. Трофимов

СОГЛАСОВАНО:

Первый проректор РМАТ

В.Ю. Питюков

**Программа повышения квалификации
«Медиакоммуникации и Digital-контент в международном туризме: от нейросетей до
публичных стратегий»**

(код 20-04)

72 часа

Автор программы:

М.В. Пелепас

Директор Центральных туристских курсов, к.пед.н. Г.И. Зорина

г. Химки
2025 г.

РАЗДЕЛ 1. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ

1.1. Общие положения

Программа повышения квалификации, реализуемая частным образовательным учреждением высшего образования «Российская международная академия туризма» разработана на основе ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» и с учетом профессионального стандарта «Специалист по интернет-маркетингу», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 19 февраля 2019 № 95н.

1.2. Нормативные документы для разработки

- Федеральный закон Российской Федерации «Об образовании в Российской Федерации» (от 29 декабря 2012 года №273-ФЗ);
- Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования – по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», утвержденный приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 12 августа 2020 г. N 970;
- Профессиональный стандарт «Специалист по интернет-маркетингу», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 19 февраля 2019 № 95н.

1.3. Характеристика профессиональной деятельности выпускника

Области профессиональной деятельности и (или) сферы профессиональной деятельности, в которых выпускники, освоившие программу, могут осуществлять профессиональную деятельность:

- 01 Образование и наука (в сферах: образования; научных исследований);
- 04 Культура, искусство (в сфере экскурсионной деятельности);
- 08 Финансы и экономика (в сферах: внутреннего и внешнего финансового контроля и аудита; финансового консультирования; управления рисками; организации закупок; исследования и анализа рынков продуктов, услуг и технологий; продвижения и организации продаж продуктов, услуг и технологий; управления проектами; контроллинга и информационно-аналитической поддержки управленческих решений; консалтинга);
- 40 Сквозные виды профессиональной деятельности в промышленности (в сферах: стратегического и тактического планирования и организации производства; логистики; организации сетей поставок).

Типы задач профессиональной деятельности выпускников:

- информационно-аналитические;
- организационно-управленческий;
- финансовые;
- предпринимательские;
- научно-исследовательский;
- педагогические.

Перечень планируемых результатов обучения

Результаты освоения определяются приобретаемыми выпускником компетенциями, т.е. его способностью применять знания, умения и личные качества в соответствии с задачами профессиональной деятельности.

Перечень обобщенных трудовых функций и трудовых функций, определенных в соответствии с профессиональным стандартом:

Обобщенные трудовые функции			Трудовые функции		
код	наименование	уровень квали- фика- ции	наименование	код	уровень (под- уровень) квали- фика- ции
В	Проведение подготовительных работ для контекстно-медийного продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	4	Составление контекстно-медийного плана продвижения	В/01.4	4
			Размещение контекстно-медийных объявлений в системах интернет-рекламы	В/02.4	4
			Управление стоимостью перехода пользователя с рекламной площадки контекстно-медийной системы на веб-сайт	В/03.4	4
С	Проведение подготовительных работ для продвижения в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	4	Подбор площадок в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" для продвижения веб-сайта	С/01.4	4
			Управление коммуникациями в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	С/02.4	4
			Размещение рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	С/03.4	4
F	Реализация медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	5	Проведение аналитических работ по реализации медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	F/01.5	5
			Разработка стратегии проведения медийной кампании и ее реализация	F/02.5	5
			Составление заданий на разработку текстовых и графических материалов для медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	F/03.5	5

			Составление отчетов по реализации медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	F/04.5	5
G	Реализация стратегии социального продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	5	Проведение аналитических работ по изучению конкурентов	G/01.5	5
			Разработка стратегии продвижения в социальных медиа	G/02.5	5
			Составление заданий по подготовке материалов для продвижения в социальных медиа	G/03.5	5
			Привлечение пользователей в интернет-сообщество	G/04.5	5
			Проведение рекламных кампаний в социальных медиа	G/05.5	5
			Составление отчетов по реализации стратегии социального продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	G/06.5	5
H	Проведение исследований в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	6	Исследование поведения конкурентов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	H/01.6	6
			Исследование поведения пользователей в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	H/02.6	6
			Исследование спроса в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	H/03.6	6
I	Разработка стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	6	Подбор каналов и формирование системы показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	I/01.6	6
			Согласование с заказчиком показателей эффективности и бюджета кампании по продвижению в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	I/02.6	6
			Анализ трафика на веб-сайт	I/03.6	6
J	Управление реализацией стратегии интернет-продвижения	6	Проведение работ по реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	J/01.6	6
			Организация и проведение электронных рассылок	J/02.6	6
			Корректировка стратегии продвижения	J/03.6	6
			Составление отчетности по реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	J/04.6	6

К	Стратегическое планирование интернет-кампаний	7	Проведение переговоров с заказчиком по вопросам продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	К/01.7	7
			Разработка системы показателей, характеризующих эффективность продвижения проекта и формирование стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	К/02.7	7
			Составление стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	К/03.7	7
			Формирование и обоснование бюджета продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	К/04.7	7
			Контроль реализации стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	К/05.7	7
			Составление отчетности о реализации стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	К/06.7	7
Л	Управление персоналом в подразделении интернет-маркетинга	7	Разработка системы мотивации специалистов по интернет-маркетингу	L/01.7	7
			Формирование требований к составу и квалификации специалистов по интернет-маркетингу	L/02.7	7
			Управление специалистами по интернет-маркетингу и контроль их работы	L/03.7	7

Обучаясь по данной программе, специалисты приобретут следующие профессиональные компетенции:

Код и наименование общепрофессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции	Результаты обучения
<p>ОПК-5. Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ.</p>	<p>ОПК-5.1. Определяет необходимые информационные технологии и программные средства для решения профессиональных задач в международном менеджменте, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ. ОПК-5.2. Использует современные информационные технологии и программные средства при решении профессиональных задач в международном менеджменте, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ.</p>	<p>Знает: - виды современных информационных технологий и программных средств, порядок их применения для решения профессиональных задач; - принципы управления крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ. Умеет: - определять необходимые информационные технологии и программные средства, для решения профессиональных задач в международном менеджменте; - использовать программные средства управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ. Владеет: - навыками использования современных информационных технологий и программных средств для решения профессиональных задач в международном менеджменте; - навыками использования технологий управления крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ.</p>
<p>ОПК-6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности.</p>	<p>ОПК-6.1. Анализирует принципы работы и возможности информационных технологий при решении задач профессиональной деятельности в международном менеджменте. ОПК-6.2. Использует современные информационные технологии для решения задач профессиональной деятельности в международном менеджменте.</p>	<p>Знает: - принципы работы современных информационных технологий, порядок использования информационных технологий для решения задач профессиональной деятельности в международном менеджменте. Умеет: - определять порядок использования современных информационных технологий для решения задач профессиональной деятельности в международном менеджменте. Владеет: - навыками использования современных информационных технологий для решения задач профессиональной деятельности в международном менеджменте.</p>

Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции	Результаты обучения
<p>ПК-11. Способен использовать для решения аналитических и исследовательских задач современные технические средства и информационные технологии.</p>	<p>ПК-11.1. Определяет необходимые технические средства и информационные технологии для решения аналитических и исследовательских задач. ПК-11.2. Использует современные технические средства и информационные технологии для решения прикладных, аналитических и исследовательских задач в области экономики, менеджмента и маркетинга.</p>	<p>Знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> - роль и значение информации и информационных технологий в развитии современного общества и экономики знаний; - основные термины и понятия в области информационных технологий; - классификацию и критерии классификации информационных технологий; - характеристики базовых информационных процессов сбора, передачи, обработки, хранения и представления информации, а также средства реализации базовых информационных процессов. <p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - осуществлять обоснованный выбор инструментальных средств информационных технологий для решения профессиональных задач в области экономики, менеджмента и маркетинга; - выбирать и применять современные программные средства для решения задач в области экономики, финансов и бизнеса; - выполнять поиск, сбор, анализ и обработку экономической информации средствами офисных приложений и компьютерных сетей; - представлять данные экономического характера в текстовом, табличном и графическом виде. <p>Владеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основными методами, способами и средствами получения, хранения и переработки информации; - навыками систематизации программного обеспечения; - навыками организации межпрограммного взаимодействия для решения прикладных задач конечного пользователя; - навыками работы с различными программными продуктами, используемыми для решения экономических задач.

<p>ПК-12. Способен использовать возможности информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» для решения задач продвижения и сбыта.</p>	<p>ПК-12.1. Проводит подбор каналов и формирование системы показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».</p> <p>ПК-12.2. Проводит согласование с заказчиком показателей эффективности и бюджета кампании по продвижению в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».</p> <p>ПК-12.3. Организует проведение работ по реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».</p> <p>ПК-12.4. Осуществляет корректировку стратегии продвижения и сбыта компании.</p>	<p>Знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> - систему инструментов интернет-маркетинга; - особенности функционирования современных социальных медиа; - систему показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»; - основы функционирования основных систем управления веб-сайтами; - особенности функционирования современных рекламных контекстно-медийных систем; - особенности функционирования современных веб-аналитических систем. <p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - составлять систему показателей эффективности продвижения; - анализировать соответствие выбранных каналов продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» общей маркетинговой стратегии организации; - обосновывать выбор каналов продвижения с точки зрения общей эффективности работы организации на рынке. <p>Владеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками подбора каналов и формирования системы показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»; - навыками проведения работ по реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»; - навыками внесения изменений в стратегию продвижения.
---	--	--

Категории обучающихся: к освоению дополнительной профессиональной программы допускаются: лица, имеющие среднее профессиональное и (или) высшее образование; лица, получающие среднее профессиональное и (или) высшее образование.

При освоении дополнительной профессиональной программы параллельно с получением среднего профессионального образования и (или) высшего образования диплом о профессиональной переподготовке выдается одновременно с получением соответствующего документа об образовании.

Форма обучения: очно-заочная форма с использованием электронного обучения и дистанционных технологий.

Срок обучения: 2 месяца.

Трудоемкость программы: 72 часа.

РАЗДЕЛ 2. СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

2.1. Учебный план

Номер модуля, раздела	Наименование модуля, программы	Объем, ч
1	<p>Медиакоммуникации и digital-контент. Введение в медиа и международные коммуникации в туризме. Теории коммуникации: медиаповестка и формирование восприятия. Digital-контент: визуал, текст, интерактив (кейсы туриндустрии). Нейросети для генерации визуала (MidJourney, Stable Diffusion, Runway, KLING AI). AI для текстов: ChatGPT, Perplexity, DeepSeek — практика контент-маркетинга. Построение корпоративной медийной стратегии с применением AI.</p>	10
2	<p>Agile-подход в креативных и бизнес-командах. Основы Agile и Scrum для медиапроектов. Канбан и визуализация рабочих процессов (Trello, Yougile). Организация работы креативной команды по Agile. Практика: распределение задач для медийного проекта. Практика: мини-проект в Trello или Yougile.</p>	10
3	<p>Копирайтинг и сторителлинг. Реклама и художественное слово: как писать продающий текст. Авторские методики сторителлинга. Сценарное мастерство для коротких роликов. Нарратив в digital-рекламе (Instagram, YouTube Shorts). Сценарий рекламного ролика для туркомпании, отеля, персонального бренда. Практика: написание рекламного поста и сценария, съемка, питчинг.</p>	10
4	<p>Продюсирование и видеопроизводство. Основы медиапродюсирования. Организация съёмочного процесса, планирование брифа. Бюджетирование и медиапланирование рекламной кампании. Современные инструменты режиссуры и визуализации сценариев. Основы видеомонтажа: динамика, ритм, переходы. Практика: разработка мини-проекта рекламного ролика.</p>	10
5	<p>Публичные выступления и работа с ивентами. Основы публичного выступления и медиатренинга. Подготовка к презентации/форуму: структура речи. Управление страхами и использование невербальных техник. Работа с журналистами и медиа: пресс-релизы, интервью. Речевая практика и ток-шоу (ролевая игра). Практика: выступление «Презентация туристического бренда».</p>	10
6	<p>Маркетинг и PR для туризма. Современный туристический маркетинг: мировые тренды. PR-стратегия и работа с репутацией бренда. Контент-стратегия: от воронки продаж до лояльности. Аналитика в туризме: Big Data, Google Analytics, Social Listening. Кейсы – успешные медиастратегии в международном туризме.</p>	10

	Практика: мини PR-кампания для туристического бренда.	
7	Контентная и маркетинговая стратегия. Стратегическое мышление в маркетинге для туризма. Исследование и сегментация аудитории. Контент как ядро маркетинговой стратегии. Каналы и инструментальная экосистема. AI в разработке контент-стратегии. Эффективность и метрики. Практика: мини-контентная стратегия продвижения туристического проекта (например, города, отеля, туроператора или события).	10
8	Итоговая аттестация – защита собственного прототипа медийной стратегии для выбранного туристического проекта, бренда, направления или агентства, с применением всех освоенных навыков и инструментов из программы курса.	2
	ИТОГО	72

Календарный учебный график

1 модуль	2 модуль	3 модуль	4 модуль	5 модуль	6 модуль	7 модуль	Итоговая аттестация
1-8 день	9-16 день	17-24 день	25-32 день	33-40 день	41-48 день	49-56 день	57 день

2.2. Учебная программа

Номер модуля, раздела	Наименование модуля программы	Осваиваемые компетенции	Темы/содержание
1	Медиакоммуникации и digital-контент.	ОПК-5 ОПК-6 ПК-11 ПК-12	<p>Введение в медиа и международные коммуникации в туризме.</p> <p>Теории коммуникации: медиаповестка и формирование восприятия.</p> <p>Digital-контент: визуал, текст, интерактив (кейсы туриндустрии).</p> <p>Нейросети для генерации визуала (MidJourney, Stable Diffusion, Runway, KLING AI).</p> <p>AI для текстов: ChatGPT, Perplexity, DeepSeek — практика контент-маркетинга.</p> <p>Построение корпоративной медийной стратегии с применением AI.</p> <p>Слушатели познакомятся с ключевыми понятиями медиакоммуникаций и современными трендами в digital-контенте для туристической отрасли. Слушатели разберут теории влияния медиаповестки, узнают, как эффективно строить визуальные и текстовые коммуникации, освоят возможности генерации контента с помощью нейросетей (MidJourney, Stable Diffusion, KLING AI) и практики применения AI-инструментов для текстового и визуального маркетинга в туриндустрии.</p>
2	Agile-подход в креативных и бизнес-командах.		<p>Основы Agile и Scrum для медиапроектов.</p> <p>Канбан и визуализация рабочих процессов (Trello, Yougile).</p> <p>Организация работы креативной команды по Agile.</p> <p>Практика: распределение задач для медийного проекта.</p> <p>Практика: мини-проект в Trello или Yougile.</p> <p>Модуль посвящен гибким методологиям управления проектами в медиа и креативных командах. Слушатели изучат основы Agile и Scrum, освоят визуализацию рабочих процессов с помощью Trello и Yougile, научатся организовывать работу команды по современным стандартам и на практике попробуют распределение и контроль задач в медиапроекте с применением канбан-досок и гибких подходов.</p>

3	Копирайтинг и сторителлинг.	<p>Реклама и художественное слово: как писать продающий текст. Авторские методики сторителлинга. Сценарное мастерство для коротких роликов. Нарратив в digital-рекламе (Instagram, YouTube Shorts). Сценарий рекламного ролика для туркомпании, отеля, персонального бренда. Практика: написание рекламного поста и сценария, съемка, питчинг.</p> <p>Слушатели с нуля научатся создавать привлекательные и работающие продающие тексты для разных каналов турбизнеса, познакомятся с авторскими методиками сторителлинга, основами сценарного мастерства для коротких видео, узнают, как работать с нарративом в digital-рекламе и разовьют навыки сочинения сценариев для роликов и постов с дальнейшей практикой написания и питчинга собственных идей.</p>
4	Продюсирование и видеопроизводство.	<p>Основы медиапродюсирования. Организация съёмочного процесса, планирование брифа. Бюджетирование и медиапланирование рекламной кампании. Современные инструменты режиссуры и визуализации сценариев. Основы видеомонтажа: динамика, ритм, переходы. Практика: разработка мини-проекта рекламного ролика.</p> <p>Модуль раскрывает этапы медиапродюсирования в туристической и событийной индустрии: от планирования съёмочного процесса и разработки брифа до медиапланирования и бюджетирования. Будет рассмотрена режиссура современных визуальных проектов, базовые принципы монтажа, а завершится модуль практической работой по созданию собственного мини-проекта для туристической компании или бренда.</p>
5	Публичные выступления и работа с ивентами.	<p>Основы публичного выступления и медиатренинга. Подготовка к презентации/форуму: структура речи. Управление страхами и использование невербальных техник. Работа с журналистами и медиа: пресс-</p>

		<p>релизы, интервью. Речевая практика и ток-шоу (ролевая игра). Практика: выступление «Презентация туристического бренда».</p>
6	<p>Маркетинг и PR для туризма.</p>	<p>В этом модуле слушатели освоят техники эффективной публичной коммуникации, подготовку презентаций и выступлений для форумов и пресс-мероприятий, узнают о работе с журналистами, владении невербальными техниками, подготовке и проведении медиатренингов. Предусмотрена ролевая практика в формате ролевых игр и защита собственного выступления по туристическому проекту.</p> <p>Современный туристический маркетинг: мировые тренды. PR-стратегия и работа с репутацией бренда. Контент-стратегия: от воронки продаж до лояльности. Аналитика в туризме: Big Data, Google Analytics, Social Listening. Кейсы – успешные медиастратегии в международном туризме. Практика: мини PR-кампания для туристического бренда.</p> <p>Модуль знакомит с современными инструментами туристического маркетинга, глобальными и локальными трендами в продвижении дестинаций, построением PR-стратегий и управлением репутацией в цифровой среде. Слушатели проанализируют работу с воронками продаж, научатся использовать аналитику и примут участие в практической реализации мини PR-кампании для реального туристического кейса.</p>
7	<p>Контентная и маркетинговая стратегия.</p>	<p>Стратегическое мышление в маркетинге для туризма. Исследование и сегментация аудитории. Контент как ядро маркетинговой стратегии. Каналы и инструментальная экосистема. AI в разработке контент-стратегии. Эффективность и метрики. Практика: мини-контентная стратегия продвижения туристического проекта (например, города, отеля, туроператора или события).</p>

			Модуль посвящен созданию комплексной стратегии продвижения компаний и брендов в сфере туризма. Участники научатся формировать стратегическую рамку для медиапроектов, учитывающую анализ целевой аудитории, конкурентное окружение, мультимедийный контент и выбор релевантных маркетинговых каналов. Особое внимание будет уделено интеграции storytelling, AI-генерации и аналитических метрик для достижения бизнес-целей.
--	--	--	---

РАЗДЕЛ 3. ФОРМЫ АТТЕСТАЦИИ И ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

Итоговая аттестация

Итоговая аттестация осуществляется на основании защиты собственного прототипа медийной стратегии для выбранного туристического проекта, бренда, направления или агентства, с применением всех освоенных навыков и инструментов из программы курса.

Формирование оценки по итогам выполнения итогового практического задания

Критерии оценивания	Выполнение полного комплекса задач, изложенных в требованиях.
Оценка	Выполнение полного комплекса задач, изложенных в требованиях – Зачет. Невыполнение одной из комплекса задач, изложенных в требованиях – не зачет.

РАЗДЕЛ 4. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ

Учебно-методическое и информационное обеспечение программы

Основная литература:

1. Принципы / Рэй Далио - Издательство Манн, Иванов и Фербер, 2022 – 608 с.
2. Ясно, понятно. Как доносить мысли и убеждать людей с помощью слов / М. О. Ильяхов. – Москва : Альпина Паблишер, 2021. – 447 с.
3. Пиши, сокращай: Как создавать сильные тексты / М. О. Ильяхов. – Москва : Альпина Паблишер, 2020. – 440 с.
4. О рекламе / Дэвид Огилви - Издательство Манн, Иванов и Фербер, 2022 – 304 с.
5. Пишут все! Как создавать контент, который работает / Энг Хэндли - Издательство Манн, Иванов и Фербер, 2020 – 400 с.
6. Уолт Дисней. Человек-студия / Майкл Бэрбер - Издательство АСТ, 2020 – 320 с.
7. Искусство монтажа: путь фильма от первого кадра до кинотеатра / Уолтер Мёрч - Издательство Бомбора, 2020 – 324 с.
8. Спасите котика. Все, что надо знать о сценарии / Блейк Снайдер - Издательство Бомбора, 2022 – 224 с.
9. Принцип Оз. Достижение результатов через персональную и организационную ответственность / Роджер Коннорс - Москва : Альпина Паблишер, 2015. – 288 с.
10. Рискаю собственной шкурой. Скрытая асимметрия повседневной жизни / Нассим Талеб - Издательство КоЛибри, 2024 – 384 с.
11. Черная риторика. Власть и магия слова / Карстен Бредемайер - Издательство Альпина Бизнес Букс, 2015 – 183 с.
12. Юмор - это серьезно. Ваше секретное оружие в бизнесе и жизни / Дженнифер Аакер - Издательство Манн, Иванов и Фербер, 2022 – 240 с.
13. Цифры врут. Как не дать статистике обмануть тебя / Том Чиверс - Издательство Individuum, 2022 – 224 с.

Дополнительная литература:

1. Информационные технологии в туристской индустрии: учебник для вузов / А. М. Ветитнев, В. В. Коваленко, В. В. Коваленко. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 340 с.
2. Бизнес-планирование с оценкой рисков и эффективности проектов: научно-практическое пособие / В. Л. Горбунов. – М.: РИОР; ИНФРА-М, 2022. – 288 с.
3. Бизнес-планирование в туризме / под ред. Т. В. Харитоновой, А. В. Шарковой. – М.: ИТК «Дашков и К», 2021. – 310 с.
4. Организация туристской деятельности: учебник для вузов / И. Ф. Игнатьева. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 405 с.
5. Технологии и организация экскурсионных услуг : учебник для вузов / А. С. Скобельцына, А. П. Шарухин. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024.
6. Организация турагентской деятельности: учебное пособие для вузов / С. В. Емелин. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 310 с.
7. Организация туроператорских услуг: учебное пособие для вузов / С. В. Емелин. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 517 с.
8. Стандартизация, сертификация, классификация в туристской и гостиничной индустрии: учебное пособие для вузов / Г. М. Дехтярь. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 397 с.

9. Организация туристской деятельности: учебное пособие / Н. Ю. Веселова. – М.: Дашков и Ко, 2022. – 254 с.

Материально-технические условия реализации программы

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронной информационно-образовательной среде РМАТ из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет»), как на территории РМАТ, так и вне ее.

Электронная информационно-образовательная среда РМАТ обеспечивает:

доступ к учебным планам, электронным учебным изданиям и электронным образовательным ресурсам модулей;

фиксацию хода образовательного процесса, результатов промежуточной аттестации и результатов освоения программы;

проведение процедур оценки результатов обучения, реализация которых предусмотрена с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий;

взаимодействие между участниками образовательного процесса, в том числе синхронное и (или) асинхронное взаимодействия посредством сети «Интернет».

Функционирование электронной информационно-образовательной среды обеспечивается соответствующими средствами информационно-коммуникационных технологий и квалификацией работников, ее использующих и поддерживающих.

Организация обеспечена необходимым комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства.

Обучающимся обеспечен удаленный доступ к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых определен в программе и подлежит обновлению (при необходимости).

Требования к кадровым условиям реализации программы

Реализация программы обеспечивается педагогическими работниками РМАТ, а также лицами, привлекаемыми к реализации программы на иных условиях.

Квалификация педагогических работников РМАТ отвечает квалификационным требованиям, указанным в квалификационных справочниках и профессиональных стандартах.