

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Трофимов Евгений Николаевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 09.09.2025 16:00:59
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

**Учебный план
программы 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.

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. Практика: мини PR-кампания для туристического бренда.</p>	10
7	<p>Контентная и маркетинговая стратегия.</p>	10

	<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>	
8	<p>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.</p>	2
	ИТОГО	72