

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

<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"> <li>- систему инструментов интернет-маркетинга;</li> <li>- особенности функционирования современных социальных медиа;</li> <li>- систему показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;</li> <li>- основы функционирования основных систем управления веб-сайтами;</li> <li>- особенности функционирования современных рекламных контекстно-медийных систем;</li> <li>- особенности функционирования современных веб-аналитических систем.</li> </ul> <p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- составлять систему показателей эффективности продвижения;</li> <li>- анализировать соответствие выбранных каналов продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» общей маркетинговой стратегии организации;</li> <li>- обосновывать выбор каналов продвижения с точки зрения общей эффективности работы организации на рынке.</li> </ul> <p>Владеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками подбора каналов и формирования системы показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;</li> <li>- навыками проведения работ по реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;</li> <li>- навыками внесения изменений в стратегию продвижения.</li> </ul>
---	--	--

**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><b>Медиакоммуникации и digital-контент.</b>            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><b>Agile-подход в креативных и бизнес-командах.</b>            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><b>Копирайтинг и сторителлинг.</b>            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><b>Продюсирование и видеопроизводство.</b>            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><b>Публичные выступления и работа с ивентами.</b>            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><b>Маркетинг и PR для туризма.</b>            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	<b>Контентная и маркетинговая стратегия.</b> 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	<b>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.</b>	2
	<b>ИТОГО</b>	<b>72</b>

### 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	<b>Медиакоммуникации и digital-контент.</b>	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 туристической индустрии).</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 туристической индустрии.</p>
2	<b>Agile-подход в креативных и бизнес-командах.</b>		<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	<b>Копирайтинг и сторителлинг.</b>	<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	<b>Продюсирование и видеопроизводство.</b>	<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	<b>Публичные выступления и работа с ивентами.</b>	<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><b>Маркетинг и PR для туризма.</b></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><b>Контентная и маркетинговая стратегия.</b></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

<b>Критерии оценивания</b>	Выполнение полного комплекса задач, изложенных в требованиях.
<b>Оценка</b>	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.