

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Трофимов Евгений Николаевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 11.03.2024 15:18:01
Уникальный программный ключ:
c379adf0ad4f91cbbf100b7fc3323cc41cc52545

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

СОГЛАСОВАНО:

Первый проректор РМАТ

В.Ю. Питюков

УТВЕРЖДАЮ:

Ректор РМАТ

Е.Н. Трофимов

**Программа
повышения квалификации**

«Travel-Блогер» в сфере туризма и экскурсионной деятельности (базовый курс)»

144 часа
(20-03)

Авторы программы:

к.пед.н.доцент Л.В. Королева

А.В. Желнова

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

г. Химки
2024 г.

РАЗДЕЛ 1. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ

1.1. Общие положения

Программа разработана в соответствии с федеральными государственными образовательными профессиональными стандартами бакалавриата, утвержденными приказами Минтруда России по направлениям подготовки:

- Специалист по интернет-маркетингу от 19 февраля 2019 г. N 95н;
- 38.03.02 Менеджмент от 12 августа 2020 г. N 970;
- 43.03.02 Туризм от 8 июня 2017 г. № 516;
- 43.03.03 Гостиничное дело от 8 июня 2017 г. N 515.

Программа разработана на основе ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» и с учетом профессионального стандарта «Специалист по стратегическому и тактическому планированию и организации производства», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2014 г. N 609н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 30 сентября 2014 г., регистрационный N 34197), с изменением, внесенным приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 12 декабря 2016 г. N727н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 13 января 2017 г., регистрационный N 45230) и квалификационными требованиями, к профессиональным знаниям и навыкам, необходимым для исполнения должностных обязанностей.

Программа разработана в соответствии с профессиональным стандартом «Специалист по интернет-маркетингу» утвержденным приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 19 февраля 2019 г. N 95н, а так же в соответствии с профессиональным стандартом «Экскурсовод (гид)», утвержденным приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 24.12.2021 г. № 913н (зарегистрирован Министерством юстиции 01.02.2022 г. № 67083), изменениями внесенными и вступившими в силу 01 июля 2022 года в Федеральный закон от 20 апреля 2021 г. N 93-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» в части правового регулирования деятельности экскурсоводов (гидов), гидов-переводчиков и инструкторов-проводников», федеральным государственным образовательным стандартом – бакалавриат по направлению подготовки 43.03.02 Туризм, утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 8 июня 2017 г. № 516.

Перечень профессиональных стандартов, соотнесенных с ФГОСВО и настоящей программой

Ноп/п	Код профессионального стандарта	Наименование области профессиональной деятельности. Наименование профессионального стандарта
04. Культура, искусство		
1	04.005	Профессиональный стандарт «Экскурсовод (гид)», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 24.12.2021 г. № 913н (зарегистрирован Министерством юстиции 01.02.2022 г. № 67083) и изменения внесенные и вступившие в силу 01 июля 2022 года в Федеральный закон от 20 апреля 2021 г. N 93-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» в части правового регулирования деятельности экскурсоводов (гидов), гидов-переводчиков и инструкторов-проводников».

Перечень обобщенных трудовых функций и трудовых функций, определенных в соответствии с профессиональным стандартом «Экскурсовод (гид)»

Обобщенные трудовые функции	Трудовые функции				
	Код	наименование обобщенной функции	уровень квалификации	наименование трудовых функций	Код
С	Проведение экскурсий	6	Разработка экскурсии	С/01.6	6
			Проведение экскурсии	С/02.6	6

Перечень профессиональных стандартов, соотнесенных с ФГОСВО и настоящей программой

Ноп/п	Код профессионального стандарта	Наименование области профессиональной деятельности. Наименование профессионального стандарта
63.12 Деятельность web-порталов 73.11 Деятельность рекламных агентств		
1	06.043	ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ СТАНДАРТ «СПЕЦИАЛИСТ ПО ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ» Утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 19 февраля 2019 г. N 95н
2	38.03.02	Менеджмент от 12 августа 2020 г. N 970
3	43.03.02	Туризм от 8 июня 2017 г. № 516
4	43.03.03	Гостиничное дело от 8 июня 2017 г. N 515

Перечень обобщенных трудовых функций и трудовых функций, определенных в соответствии с профессиональным стандартом «СПЕЦИАЛИСТ ПО ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ»

Обобщенные трудовые функции			Трудовые функции		
код	наименование	уровень квалификации	наименование	код	уровень (подуровень) квалификации

А	Проведение подготовительных работ для поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	4	Составление списка ключевых слов, отражающих специфику веб-сайта	A/01.4	4
			Проведение работ по внутренней оптимизации веб-сайта согласно требованиям поисковых систем	A/02.4	4
			Проведение работ по повышению популярности веб-сайта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	A/03.4	4
В	Проведение подготовительных работ для контекстно-медийного продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	4	Составление контекстно-медийного плана продвижения	V/01.4	4
			Размещение контекстно-медийных объявлений в системах интернет-рекламы	V/02.4	4
			Управление стоимостью перехода пользователя с рекламной площадки контекстно-медийной системы на веб-сайт	V/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	C/01.4	4
			Управление коммуникациями в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	C/02.4	4
			Размещение рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	C/03.4	4

Планируемые результаты обучения по дополнительной профессиональной программе соответствуют выполняемым трудовым действиям, профессиональным стандартом «СПЕЦИАЛИСТ ПО ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ».

Обобщенная трудовая функция

Наименование	Проведение подготовительных работ для поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	Код	А	Уровень квалификации	4
--------------	---	-----	---	----------------------	---

Происхождение	Оригинал	<input checked="" type="checkbox"/>	Займствовано	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
---------------	----------	-------------------------------------	--------------	--------------------------	--------------------------

обобщенной трудовой функции			из оригинала		
				Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Возможные наименования должностей, профессий	Младший специалист по поисковому продвижению Ассистент специалиста по поисковому продвижению
--	---

Требования к образованию и обучению	Среднее профессиональное образование
Требования к опыту практической работы	-
Особые условия допуска к работе	-
Другие характеристики	-

Трудовая функция

Наименование	Составление списка ключевых слов, отражающих специфику веб-сайта	Код	A/01.4	Уровень (подуровень) квалификации	4
--------------	--	-----	--------	-----------------------------------	---

Происхождение трудовой функции	Оригинал	X	Заимствовано из оригинала		
				Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Трудовые действия	Первичное составление списка ключевых слов и словосочетаний, отражающих специфику веб-сайта
	Расширение и изменение списка ключевых слов, отражающих специфику веб-сайта
	Оценка подобранных словосочетаний с точки зрения их соответствия тематике веб-сайта
Необходимые умения	Использовать программные средства и платформы для подбора и анализа ключевых слов и словосочетаний
	Анализировать полученный список ключевых слов и словосочетаний с точки зрения соответствия техническому заданию
	Оформлять список ключевых слов
Необходимые знания	Виды поисковых запросов пользователей в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
	Программные средства и платформы для подбора ключевых слов и словосочетаний, отражающих специфику веб-сайта

	Основы компьютерной грамотности
	Правила реферирования и аннотирования текстов
	Инструменты сбора и анализа поисковых запросов
Другие характеристики	-

Трудовая функция

Наименование	Проведение работ по внутренней оптимизации веб-сайта согласно требованиям поисковых систем	Код	A/02.4	Уровень (подуровень) квалификации	4
--------------	--	-----	--------	-----------------------------------	---

Происхождение трудовой функции	Оригинал	X	Заимствовано из оригинала		
				Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Трудовые действия	Размещение текстов на веб-сайте с учетом факторов внутренней поисковой оптимизации
	Оптимизация гипертекстовой разметки веб-сайта
	Оптимизация метаинформации страницы
Необходимые умения	Размещать текстовую и графическую информацию на страницах вебсайта
	Редактировать гипертекстовую разметку веб-сайта с использованием систем администрирования
	Проверять гипертекстовую разметку веб-сайта на соответствие отраслевым стандартам
	Работать с графическим редактором
	Работать с текстовым редактором
Необходимые знания	Основы гипертекстовой разметки
	Особенности работы систем управления веб-сайтами
	Особенности функционирования поисковых систем
	Правила формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщающего поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта
	Правила формирования основных тегов (заголовки страницы, ключевые слова страницы, описание страницы)
	Основы компьютерной грамотности
	Правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов
	Методы обработки текстовой и графической информации
Другие характеристики	-

Трудовая функция

Наименование	Проведение работ по повышению популярности веб-сайта в информационно-телекоммуникационной сети	Код	A/03.4	Уровень (подуровень) квалификации	4
--------------	--	-----	--------	-----------------------------------	---

«Интернет»					
------------	--	--	--	--	--

Происхождение трудовой функции	Оригинал	X	Заимствовано из оригинала		
				Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Трудовые действия	Подбор площадок для размещения информации о продвигаемом веб-сайте
	Оценка подобранных площадок с точки зрения их соответствия тематике продвигаемого веб-сайта
	Размещение информации о продвигаемом веб-сайте на выбранных площадках
Необходимые умения	Анализировать ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» для размещения информации о продвигаемом веб-сайте
	Выбирать разделы и места на страницах партнерских веб-сайтов для размещения информации о продвигаемом веб-сайте
	Составлять тексты, включающие ссылки на продвигаемый веб-сайт, для размещения на веб-сайтах партнеров
Необходимые знания	Основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов
	Особенности функционирования поисковых систем
	Основы компьютерной грамотности
	Правила деловой переписки
	Правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов
	Основы копирайтинга и веб-райтинга
Методы обработки текстовой и графической информации	
Другие характеристики	-

Обобщенная трудовая функция

Наименование	Проведение подготовительных работ для контекстно-медийного продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	Код	В	Уровень квалификации	4
--------------	---	-----	---	----------------------	---

Происхождение обобщенной трудовой функции	Оригинал	X	Заимствовано из оригинала		
				Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Возможные наименования	Младший специалист по контекстно-медийной рекламе Ассистент специалиста по контекстно-медийной рекламе
---------------------------	---

должностей, профессий	
--------------------------	--

Требования к образованию и обучению	Среднее профессиональное образование
Требования к опыту практической работы	-
Особые условия допуска к работе	-
Другие характеристики	-

Трудовая функция

Наименование	Составление контекстно-медийного плана продвижения	Код	В/01.4	Уровень (подуровень) квалификации	4
--------------	--	-----	--------	-----------------------------------	---

Происхождение трудовой функции	Оригинал	X	Заимствовано из оригинала		
				Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Трудовые действия	Подбор ключевых слов и словосочетаний для показа контекстно-медийных объявлений
	Оценка подобранных ключевых слов и словосочетаний с точки зрения их соответствия тематике рекламируемого веб-сайта
	Составление текстов рекламных объявлений в контекстно-медийной сети
Необходимые умения	Использовать системы размещения контекстно-медийной рекламы
	Составлять рекламные объявления, привлекательные для целевой аудитории продвигаемого веб-сайта
	Анализировать рекламные объявления на соответствие выданному техническому заданию
Необходимые знания	Основы контекстно-медийной рекламы в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
	Виды поисковых запросов пользователей в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
	Программные средства и платформы для подбора ключевых словосочетаний, отражающих специфику веб-сайта
	Инструменты поиска веб-сайтов конкурентов
	Инструменты мониторинга и сбора поисковых запросов веб-сайтов конкурентов
	Основы компьютерной грамотности
	Правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов
	Методы обработки текстовой и графической информации

Другие характеристики

Трудовая функция

Наименование	Размещение контекстно-медийных объявлений в системах интернет-рекламы	Код	В/02.4	Уровень (подуровень) квалификации	4
--------------	---	-----	--------	-----------------------------------	---

Происхождение трудовой функции	Оригинал	X	Займствовано из оригинала		
				Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Трудовые действия	Оценка мест размещения контекстно-медийных рекламных объявлений с точки зрения их соответствия целям рекламной кампании
	Размещение текстовых рекламных объявлений в контекстно-медийной системе
	Размещение медийных рекламных объявлений в контекстно-медийной системе
Необходимые умения	Использовать системы размещения контекстно-медийной рекламы
	Группировать объявления по темам и направлениям
	Контролировать места размещения контекстно-медийной рекламы
Необходимые знания	Основы контекстно-медийной рекламы в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
	Системы размещения контекстно-медийной рекламы
	Особенности размещения контекстно-медийных объявлений в системах контекстно-медийной рекламы
	Основы компьютерной грамотности
	Правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов
	Методы обработки текстовой и графической информации
Другие характеристики	

Трудовая функция

Наименование	Управление стоимостью перехода пользователя с рекламной площадки контекстно-медийной системы на веб-сайт	Код	В/03.4	Уровень (подуровень) квалификации	4
--------------	--	-----	--------	-----------------------------------	---

Происхождение трудовой функции	Оригинал	X	Займствовано из оригинала		
				Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

					стандарта
Трудовые действия	Оценка стоимости перехода пользователя с рекламной площадки контекстно-медийной системы на веб-сайты конкурентов				
	Сравнение текущей стоимости перехода на рекламируемый веб-сайт с планируемой стоимостью перехода				
	Изменение стоимости перехода на рекламируемый веб-сайт с рекламной площадки контекстно-медийной системы				
Необходимые умения	Использовать системы размещения контекстно-медийной рекламы				
	Использовать специальные профессиональные сервисы для оценки стоимости перехода				
	Анализировать изменения стоимости клика по ссылке на рекламируемый веб-сайт во время проведения контекстно-медийной рекламной кампании				
Необходимые знания	Основы контекстно-медийной рекламы в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»				
	Системы размещения контекстно-медийной рекламы				
	Особенности размещения контекстно-медийных объявлений в системах контекстно-медийной рекламы				
	Стратегии размещения рекламных объявлений в системах контекстно-медийной рекламы				
	Основы компьютерной грамотности				
	Правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов				

Обобщенная трудовая функция

Наименование	Проведение подготовительных работ для продвижения в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	Код	С	Уровень квалификации	4
--------------	---	-----	---	----------------------	---

Происхождение обобщенной трудовой функции	Оригинал	X	Заимствовано из оригинала		
				Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Возможные наименования должностей, профессий	Младший специалист по работе с социальными медиа в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» Ассистент специалиста по работе с социальными медиа в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
--	---

Требования к образованию и	Среднее профессиональное образование
----------------------------	--------------------------------------

обучению	
Требования к опыту практической работы	-
Особые условия допуска к работе	-
Другие характеристики	-

Трудовая функция

Наименование	Подбор площадок в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» для продвижения вебсайта	Код	С/01.4	Уровень (подуровень) квалификации	4
--------------	--	-----	--------	-----------------------------------	---

Происхождение трудовой функции	Оригинал	X	Заимствовано из оригинала		
				Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Трудовые действия	Составление списка площадок в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
	Оценка соответствия тематики продвигаемого ресурса и площадки в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
	Составление отчета об условиях размещения информации на подобранных площадках в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
Необходимые умения	Использовать поисковые системы для обнаружения площадок в социальных медиа
	Анализировать тематику площадок в социальных медиа
	Оценивать характеристики аудитории, присутствующей на площадках
Необходимые знания	Функционирование современных социальных медиа
	Аудитория различных социальных медиа
	Методы оценки соответствия аудитории площадки в социальных медиа и целевой аудитории
	Особенности функционирования поисковых машин
	Основы коммуникаций в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
	Основы компьютерной грамотности
Другие характеристики	Правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов
	-

Трудовая функция

Наименование	Управление коммуникациями в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	Код	С/02.4	Уровень (подуровень) квалификации	4
--------------	---	-----	--------	-----------------------------------	---

Происхождение трудовой функции	Оригинал	X	Заимствовано из оригинала	Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Трудовые действия	Регистрация и оформление сообществ в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
	Размещение информационных сообщений на площадках в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
	Реагирование на вопросы и комментарии участников сообществ в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
Необходимые умения	Использовать инструментарий современных социальных медиа
	Обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств и платформ
	Использовать профессиональные инструменты для проверки текстов
Необходимые знания	Функционирование современных социальных медиа
	Аудитория различных социальных медиа
	Основы коммуникаций в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
	Основы компьютерной грамотности
	Правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов
	Методы обработки текстовой и графической информации
	Основы копирайтинга и веб-райтинга

Трудовая функция

Наименование	Размещение рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	Код	С/03.4	Уровень (подуровень) квалификации	4
--------------	---	-----	--------	-----------------------------------	---

Происхождение трудовой функции	Оригинал	X	Заимствовано из оригинала	Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

					стандарта
Трудовые действия	Оценка мест размещения контекстно-медийных рекламных объявлений в социальных медиа с точки зрения их соответствия целям рекламной кампании				
	Размещение текстовых рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»				
	Размещение медийных рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»				
Необходимые умения	Использовать рекламные возможности современных социальных медиа				
	Размещать рекламные материалы на рекламных площадках социальных медиа				
	Анализировать рекламные кампании конкурентов в социальных медиа				
Необходимые знания	Функционирование современных социальных медиа				
	Аудитория различных социальных медиа				
	Рекламные возможности современных социальных медиа				
	Основы компьютерной грамотности				
	Правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов				
Методы обработки текстовой и графической информации					

Планируемые результаты обучения по программе соответствуют выполняемым трудовым действиям, профессиональным стандартом «Экскурсовод (гид)»:

Обобщенные трудовые функции	Трудовые функции, реализуемые после обучения	Код	Трудовые действия
Код С Проведение экскурсий	Разработка экскурсий	С/01.6	Определение цели и выбор темы экскурсии Составление экскурсионных программ Подготовка текста экскурсии и составление методической разработки Составление технологической карты экскурсии Определение методических приемов Выбор программы экскурсий для экскурсионных групп или индивидуальных туристов Отбор экскурсионных объектов для будущей экскурсии Подборка литературных источников по тематике экскурсии Комплектование «портфеля экскурсовода» Объезд (обход) экскурсионного маршрута
	Проведение экскурсий	С/02.6	Выбор приемов информационно-экскурсионной работы Использование «портфеля экскурсовода» Соблюдение маршрута экскурсий Обеспечение безопасности экскурсантов во время экскурсий Обеспечение возвращения экскурсантов

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по программе повышения квалификации

Цель программы – формирование (совершенствование) профессиональных компетенций слушателей по интернет-маркетингу в области менеджмента туризма и гостеприимства; компетенции определены в соответствии с ФГОС ВО по направлениям 38.03.02 Менеджмент, 43.03.02 Туризм и 43.03.03 Гостиничное дело.

№	Наименование категории (группы) универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций	Наименование компетенция	Направление подготовки 43.03.02 Туризм Бакалавриат
			Код компетенции
1	Системное и критическое мышление	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1
2	Разработка и реализация проектов	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2
3	Коммуникация	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	УК-4
4	Межкультурное взаимодействие	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК-5
5	Технологии	Способен применять технологические новации и современное программное обеспечение в туристской сфере	ОПК-1
6	Качество	Способен обеспечивать требуемое качество процессов оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности	ОПК-3
7	Право	Способен применять законодательство Российской Федерации, а также нормы международного права при осуществлении профессиональной деятельности	ОПК-6
8	Безопасность обслуживания	Способен обеспечивать безопасность обслуживания потребителей и соблюдение требований заинтересованных сторон на основании выполнения норм и правил охраны труда и техники безопасности	ОПК-7

9	Разработка экскурсий	Способен определить цель, выбрать тему экскурсии, составить комплект научно-методической документации, совершить объезд (обход) экскурсионного маршрута.	ПК-1
10	Проведение экскурсий	Способен отобрать и использовать приемы информационно-экскурсионной работы, соблюдать маршрут экскурсии.	ПК-2

1.3. Планируемые результаты обучения

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, представленных в компетентностной карте дисциплины в соответствии с ФГОС ВО, компетентностной моделью выпускника, определенной вузом и содержанием дисциплины (модуля):

Планируемые результаты обучения

№ п/п	Знать / Уметь/Владеть	Направление подготовки 43.03.02 Туризм Бакалавриат
		Код компетенции
1.	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – основы экономики и управления, организации труда; – методы обработки информации с использованием современных технических средств коммуникации и связи, компьютеров; – современные информационные технологии в сфере туризма. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками поиска, критического анализа и синтеза информации, необходимыми для разработки экскурсионной программы; – системным подходом для решения поставленных задач. 	УК-1
2.	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – нормативные документы организаций сферы туризма, устанавливающие правила проведения экскурсий; – основы туристской индустрии. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками определения круга задач при разработке экскурсионной программы и выбора оптимальных способов их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений. 	УК-2
3.	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – технику публичных выступлений; – правила оформления коммерческой документации; 	УК-4

	<p>– стандарты делопроизводства.</p> <p>Уметь:</p> <p>– осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации.</p> <p>Владеть:</p> <p>– навыками деловой коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) в рамках профессиональной деятельности по разработке экскурсионной программы.</p>	
4.	<p>Знать:</p> <p>– туристские ресурсы Российской Федерации;</p> <p>– историко-культурные и географические достопримечательности региона;</p> <p>– теорию формирования потребностей и межличностного общения.</p> <p>Уметь:</p> <p>– воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.</p> <p>Владеть:</p> <p>– навыками межкультурного взаимодействия, базирующегося на восприятии межкультурное разнообразие общества, в рамках осуществления профессиональной экскурсионной деятельности.</p>	УК-5
5	<p>Знать:</p> <p>– методы обработки информации с использованием современных технических средств коммуникации и связи, компьютеров;</p> <p>– современные информационные технологии в сфере туризма.</p> <p>Уметь:</p> <p>– применять технологические новации и современное программное обеспечение в туристской сфере;</p> <p>– использовать технические средства.</p> <p>Владеть:</p> <p>– навыками практического применения современных технологических новации и современного программного обеспечения в туристской сфере, экскурсионной деятельности.</p>	ОПК-1
6	<p>Знать:</p> <p>– нормативные документы организаций сферы туризма, устанавливающие правила проведения экскурсий;</p> <p>– принципы организации и методики проведения экскурсий;</p> <p>– основы туристской индустрии;</p> <p>– социальные основы туризма;</p> <p>– деловой протокол и этикет;</p> <p>– теорию формирования потребностей и межличностного общения;</p> <p>– основы психологии;</p> <p>– основы экономики и управления, организации труда.</p> <p>Уметь:</p> <p>– обеспечивать требуемое качество процессов оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности;</p> <p>Владеть:</p> <p>– навыками оказания услуг в экскурсионной деятельности, обеспечивая их качество.</p>	ОПК-3
7	<p>Знать:</p> <p>– законы и иные нормативные правовые акты Российской Федерации в сфере туризма;</p>	ОПК-6

	<ul style="list-style-type: none"> – правила внутреннего трудового распорядка; – основы трудового и миграционного законодательства; – социальные основы туризма. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – применять законодательство Российской Федерации, а также нормы международного права при осуществлении профессиональной деятельности. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками применения законодательства Российской Федерации, а также норм международного права при осуществлении экскурсионной деятельности. 	
8	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – нормативные документы организаций сферы туризма, устанавливающие правила проведения экскурсий; – правила оказания первой помощи; – схему действий при наступлении чрезвычайных ситуаций. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – обеспечивать безопасность обслуживания потребителей и соблюдение требований заинтересованных сторон на основании выполнения норм и правил охраны труда и техники безопасности; обеспечивать безопасность экскурсантов во время экскурсий. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – приемами обеспечения безопасности обслуживания потребителей, навыками удовлетворения требований заинтересованных сторон на основании выполнения норм и правил охраны труда и техники безопасности при осуществлении экскурсионной деятельности. 	ОПК-7
9	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – методику разработки экскурсии, правила оформления методической документации; – технологию формирования «портфеля экскурсовода». <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – определять цель и выбирать тему экскурсии; – подбирать литературные источники по тематике экскурсии; – производить отбор и изучение экскурсионных объектов; – готовить текст экскурсии и составлять методическую разработку; – оформлять экскурсионную документацию; – рассчитывать стоимость экскурсионных маршрутов; – составлять технологическую карту экскурсии с учетом вида туризма, транспорта, продолжительности и мест остановок, основных тем информационно-экскурсионной деятельности; – определять методические приемы проведения экскурсии; – определять технику ведения экскурсии; – осуществлять объезд (обход) экскурсионного маршрута. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками разработки различных экскурсионных маршрутов и экскурсионных программ; – приемами информационно-экскурсионной работы; – техникой ведения экскурсии. 	ПК-1
10	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – объекты показа; – нормативные документы организаций сферы туризма, 	ПК-2

<p>устанавливающие правила проведения экскурсий;</p> <ul style="list-style-type: none"> – правила обслуживания на пешеходном, транспортном и комбинированном маршрутах; – правила поведения экскурсантов (туристов) на транспортных средствах. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – использовать прием движения в экскурсии, соблюдать маршрут экскурсий; – организовывать выход экскурсантов из транспорта; – организовывать передвижение экскурсантов от транспорта к объекту, от объекта к транспорту; – осуществлять расстановку группы у объектов; – организовывать возвращение экскурсантов в транспорт; – корректировать экскурсионную программу в связи с непредвиденными обстоятельствами; – применять знания психологии в работе с группой; – выбирать правильные направления продвижения экскурсионных программ потребителя; – разрешать конфликтные ситуации, возникающие на маршрутах. – выбирать программы экскурсий для экскурсионных групп или индивидуальных туристов; – осуществлять контроль предоставления экскурсионных услуг. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – принципами организации и методикой проведения экскурсий; – методическими приемами показа и рассказа во время проведения экскурсии; – методикой применения наглядных пособий, в том числе «портфеля экскурсовода». 	
--	--

1.3. Категория обучающихся: к освоению дополнительной программы повышения квалификации допускаются: лица, имеющие среднее профессиональное и (или) высшее образование; лица, получающие среднее профессиональное и (или) высшее образование.

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

1.6. Срок обучения: 2 месяца.

1.7. Трудоемкость программы: 144 часа.

РАЗДЕЛ 2. СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

2.1. Учебный план

№ п/п	Наименование учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей), вида аттестации	Электрон. обучение, дистанц. технологии ч.
1	Лекционный блок 1: Основы блоггинга: от выбора темы до набора подписчиков.	32
2	Лекционный блок 2: Распаковка личности эксперта и психология.	30
3	Лекционный блок 3: Продактплейсмент и монетизация.	28
4	Лекционный блок 4: Продвижение блога в социальных сетях.	32
5	Лекционный блок 5: Особенности и работа в Вконтакте, Дзен, Телеграм, RuTube.	16
6	Итоговая аттестация (консультация по проекту, прием готового проекта, очно)	6
	Итого	144

Календарный учебный график

1 раздел	2 раздел	3 раздел	4 раздел	5 раздел	Итоговая аттестация
1-14 день	15-28 день	29-31 день	32-46 день	47-58 день	59, 60 день

2.2. Учебная программа

Наименование учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей)	Трудоемкость	Содержание	Планируемые результаты обучения (компетенции)
Лекционный блок 1: Основы блоггинга: от выбора темы до набора подписчиков.	32	<p>1. Философия блоггинга.</p> <p>2. Тревелблогер как профессия -отличия, преимущества, сложности</p> <p>3. Стратегическое планирование. Позиционирование, цели, тема блога, портрет ЦА, ключевые УТП, оценка конкурентов</p> <p>1. Контент как инструмент проявленности и продвижения: текст, видео, фото и сториз:</p> <ul style="list-style-type: none"> - виды постов: продающий, развлекательный, экспертный, вовлекающий, новостной, репутационный - короткие видео (рилс, shorts, клипы) - сториз - прямые эфиры - актуальное (хайлайты) - контент план 	УК-1, 2, 4, 5 ОПК-1, 3, 6, 7 ПК-1, 2

		<p>- визуал ленты</p> <p>4. Создание вирусного и вовлекающего контента:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Тренды и адаптация под нишу - Креатив в фото / видео - Идеи и написание сценариев - Мемы, звуки, фишки - Сторонние сервисы для обработки и программы монтажа фото/ видео контента (без углубленного изучения) <p>5. Статистика блога и охваты</p> <p>ПРАКТИКУМ:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Продумать идею и позиционирование своего блога 2. Определить свою ЦА и подробно описать портрет подписчика 3. Анализ конкурентов минимум 5-10 по своей нише 4. Оформление страницы: описание, шапка профиля, настройки страницы 5. Составить контент план на 1 мес вперед 6. Представить визуальный ряд (ленту) на 9-12 ближайших постов 7. Написать пост экспертный, продающий, развлекательный (вовлекающий) 8. Написать сценарий к короткому видео ролику 9. Сделать короткий видео рилс - 3 шт по теме блога 	
<p>Лекционный блок 2: Распаковка личности эксперта и психология.</p>	<p>30</p>	<p>1. Психологические зажимы: от страха начать до неловкости перед знакомыми:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Синдром самозванца и как не выгореть на старте - Психологические блоки: страх начинаний, неловкость перед знакомыми и стеснение перед камерой <p>2. Телесные зажимы: выстраивать удачный ракурс и завораживать харизмой.</p> <p>3. Распаковка личности эксперта: рассказывать о себе так, чтобы привлечь лояльную аудиторию.</p> <p>4. Работа с хейтом и негативом: почему это хорошо.</p> <p>ПРАКТИКУМ:</p>	<p>УК-1, 2, 4, 5 ОПК-1, 3, 6, 7 ПК-1, 2</p>

		<ol style="list-style-type: none"> 1. Сделать распаковку своей личности эксперта по форме, определить свою уникальность и сильные стороны 2. Выписать ограничивающие убеждения, чтобы быть медийным и проявленным 3. Выписать УТП продукта/ услуги 4. Записать видео визитки о себе, своих увлечениях, своем блоге 5. Смоделировать негативную ситуацию и выписать плюсы для себя и своего блога 	
Лекционный блок 3: Продактплейсmenti монетизация.	28	<ol style="list-style-type: none"> 1. Нативный контент – скрытая реклама 2. Сторитейлинг-искусство привлечения и удержания внимания аудитории. 3. Взаимодействие с целевой аудиторией, формирование лояльности. 4. Создание продающих воронок в блоге. 5. Как начать зарабатывать на контенте и монетизировать блог? 6. Сколько может стоить пост в блоге? Рилс? Сториз? -Определите сколько вы можете зарабатывать на контенте/блоге. 7. Поиск и взаимодействие с рекламодателями <p>ПРАКТИКУМ:</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Придумать концепцию продажи услуги / продукта 3. Создать и оформить сторитейл о продукте/ услуге 4. Подготовить 1 продающую воронку в блоге 5. Определить стоимость своей рекламы под каждый формат 	УК-1, 2, 4, 5 ОПК-1, 3, 6, 7 ПК-1, 2
Лекционный блок 4: Продвижение блога в социальных сетях.	32	<ol style="list-style-type: none"> 1. План продвижения. Медиа-стратегия, медиа-план. 2. Инструменты продвижения: -Бесплатные форматы (взаимопиар, комментинг, бартер, конкурсы, марафоны/челленджи, прямые эфиры, вебинары, коллаборации, программы лояльности, хэштеги) - Платные форматы(таргетированная реклама, рекламы в группах/у блогеров, спонсорство, гивы / круги) 4. Составление ТЗ для рекламы у блогеров 	УК-1, 2, 4, 5 ОПК-1, 3, 6, 7 ПК-1, 2

		<p>5. Показатели эффективности(определение крi, статистика и анализ эффективности).</p> <p>ПРАКТИКУМ:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Составить медиа план 2. Составить медиа- стратегию 3. Найти блогеров для взаимопиара, провести 3 рекламные интеграции 4. Найти 3 блогера для платной рекламы, запросить статистику блога, узнать цены 5. Прописать минимум 50 шт. хэштегов 6. Написать ТЗ для потенциального рекламодателя 	
<p>Лекционный блок 5: Особенности и работа в ВКонтакте, Дзен, Телеграм, RuTube</p>	16	<ol style="list-style-type: none"> 1. Обзор площадокВКонтакте, Дзен, Телеграм, RuTube 2. Доступные форматы и в чем разница (посты, прямые эфиры, подкаст, короткие видео/ рилс). 3. Адаптация контента под площадки. 4. Личные кабинеты и настройки. -рекламные кабинеты VK реклама (ВКонтакте, Одноклассники, Дзен), Телеграм, Яндекс -настройка (ключевые параметры, поиск ЦА). 	<p>УК-1, 2, 4, 5 ОПК-1, 3, 6, 7 ПК-1, 2</p>
Итоговая аттестация	6	Консультация по проекту, прием готового проекта (очно)	

РАЗДЕЛ 3. ФОРМЫ АТТЕСТАЦИИ И ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

Итоговая аттестация осуществляется на основании выполнения итогового практического задания, которое формируется в виде готового проекта. Слушатель считается аттестованным по итогам освоения программы, если он успешно выполняет итоговое практическое задание.

Формирование оценки по итогам выполнения итогового практического задания

Словесное выражение	Описание
Зачтено	Выполнен полный объем работы. Слушатель демонстрирует умение пользоваться профессиональной литературой, ориентируется в профессиональной терминологии, способен обобщить материал, сделать собственные выводы, выразить своё мнение, привести иллюстрирующие примеры.
	Выполнено 75% работы, тема раскрыта, но не в полной мере. Слушатель умеет пользоваться профессиональной литературой, ориентируется в профессиональной терминологии, однако, не приведены иллюстрирующие примеры, обобщающее мнение слушателя недостаточно четко выражено.
	Выполнено 50% работы, слушатель умеет пользоваться профессиональной литературой, отмечаются ошибочное использование профессиональной терминологии, нет иллюстрирующих примеров, нет собственного мнения слушателя, есть ошибки в деталях или они просто отсутствуют.
Не зачтено	Выполнено менее 50% работы, тема работы не раскрыта, слушатель не ориентируется в профессиональной литературе и терминологии, в работе отмечаются существенные ошибки в основных аспектах при раскрытии темы.

РАЗДЕЛ 4. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ

4.1. Учебно-методическое и информационное обеспечение программы

Нормативно-правовые акты и документы:

1. ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24.11.1996 № 132-ФЗ (в ред. 08.06.2020).
2. ГОСТ Р 53522-2009 Туристские и экскурсионные услуги. Основные положения.
3. ГОСТ Р 54604-2011 Туристские услуги. Экскурсионные услуги. Общие требования.
4. ГОСТ Р ЕН 15565-2012 Туристские услуги. Требования к обеспечению профессиональной подготовки туристских гидов и программам повышения квалификации.
5. Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 24 декабря 2021 г. N 913н "Об утверждении профессионального стандарта «ЭКСКУРСОВОД (ГИД)»".
6. ФЗ "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации" в части правового регулирования деятельности экскурсоводов (гидов), гидов-переводчиков и инструкторов-проводников" от 20.04.2021 г. N 93-ФЗ (в ред. 01.07.2022).

Основная литература

1. Баранов А. С., Богданов Е. И., Верещагина Н. О., Филиппова И. Г. Памятники всемирного природного и культурного наследия России в системе туризма. – М.:Директ-Медиа, 2020.URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=572463

2. Бизнес-планирование в туризме / под ред. Т. В. Харитоновой, А. В. Шарковой. – М.: ИТК «Дашков и К», 2021. – 310 с.
2. Бизнес-планирование на предприятии: учебник / И.А. Дубровин. – 3-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2019 [ЭБС- Университетская библиотека Онлайн]
3. Горбунов В. Л. Бизнес-планирование с оценкой рисков и эффективности проектов: научно-практическое пособие / В. Л. Горбунов. – М.: РИОР; ИНФРА-М, 2022. – 288 с.
4. Веселова Н. Ю. Организация туристской деятельности: учебное пособие / Н. Ю. Веселова. – М.: Дашков и Ко, 2022. – 254 с.
5. Игнатъева И. Ф. Организация туристской деятельности: учебник / И. Ф. Игнатъева. – М.: Юрайт, 2023. – 392 с.
6. Инновации в экскурсионной работе: концепции, технологии, практика: монография : в 2 частях / Под редакцией: Афанасьева О.Е. – Москва, Берлин: Директ-Медиа, 2020.
URL:<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=600585>
7. Маркетинговые исследования в индустрии гостеприимства : учебное пособие / Е.А. Джанджугазова. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2020 [ЭБС- Университетская библиотека Онлайн]
8. Маркетинг туризма : учебное пособие / А.П. Дурович. – Минск : РИПО, 2020 [ЭБС- Университетская библиотека Онлайн]
9. Международный туризм как геополитическая сила / А.Ю. Александрова, М.В. Шипугина. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2020. [ЭБС- Университетская библиотека Онлайн]
10. Организация круизов: учебник для студентов направления подготовки 43.03.02 «Туризм» / А.В. Шмыткова ; Южный федеральный университет. – Ростов-на-Дону ; Таганрог : Южный федеральный университет, 2019. [ЭБС- Университетская библиотека Онлайн]
10. Полякова М.А. Культурное наследие России: сохранение и актуализация: учебник. – М.: РГГУ, 2019. URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=571348>
11. Соловьев, В.М. Культурология: учебник для вузов / В.М. Соловьев. 2-е изд., испр. и доп. – Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2019.
URL:<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=561243>
12. Учет и анализ туристской деятельности: учебник : в 2 ч. / Т.В. Козырева ; Российская международная академия туризма. – Москва: Университетская книга, 2019 [ЭБС- Университетская библиотека Онлайн]
13. Экологический туризм: учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по экологическим и туристическим специальностям и направлениям / Н.В. Малыгина. – Москва : Прометей, 2019 [ЭБС- Университетская библиотека Онлайн]

Дополнительная литература

1. Александров, Д.Н. Основы ораторского мастерства, или В погоне за Цицероном / Д.Н. Александров. 4-е изд., стер. М.: Издательство «Флинта», 2018. URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=70367>
2. Балюк, Н.А. Экскурсоведение: учебное пособие / Н.А. Балюк ; Тюменский государственный университет. – 2-е изд., перераб. и доп. – Тюмень : Тюменский государственный университет, 2018. – 236 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=571879>
3. Кургина С. О., Копцева М. Г., Суржиков В. И. Квест-экскурсия как инновационная форма экскурсионного продукта 2017. URL: <C:/Users/User/Downloads/kvest-ekskursiya-kak-innovatsionnaya-forma-ekskursionnogo-produkta.pdf>

4. Лях О. А., Лиханова В. В. Инновации в экскурсионной деятельности // Учёные записки ЗабГУ. Сер. Социологические науки. 2017. Т. 12, № 3. С. 160–168. DOI: 10.21209/2500-171X-2017-12-3-160-168.URL: file:///C:/Users/User/Downloads/innovatsii-v-ekskursionnoy-deyatelnosti.pdf
5. Москалев, С.М. Интернет-технологии и реклама в бизнесе: учебное пособие / С.М. Москалев.- Санкт-Петербург: СПбГАУ, 2018 <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=491717>
6. Менеджмент в гостинично-туристическом бизнесе : учебное пособие / И.В. Мишурова, Е.Н. Бандурина, О.В. Гудикова и др. ; под ред. И.В. Мишуровой ; Ростовский государственный экономический университет (РИНХ), Факультет Менеджмента и предпринимательства. – Ростов-на-Дону : Издательско-полиграфический комплекс РГЭУ (РИНХ), 2017 [ЭБС- Университетская библиотека Онлайн]
7. Менеджмент и маркетинг туристских дестинаций: сборник кейсов / И.А. Москвина, О.А. Степуренко ; Российская международная академия туризма. – Москва : Университетская книга, 2017 [ЭБС- Университетская библиотека Онлайн]
8. Методы туристско-рекреационных исследований : практикум / авт.-сост. Ю.Ф. Зольникова ; Северо-Кавказский федеральный университет. – Ставрополь : Северо-Кавказский Федеральный университет (СКФУ), 2018 [ЭБС- Университетская библиотека Онлайн]
9. Родигин Л.А., Наймарк К.В. Экономическая эффективность интернет-проектов в туризме (монография). М., Советский спорт, 2011. - 408 с.
10. Родигин Л.А., Родигин Е.Л. Интернет-технологии в туризме и гостеприимстве. Учебное пособие. М.: Советский спорт, 2014. - 208 с.
11. Организация детско-юношеского и молодежного туризма: учебное пособие/ И.Е. Карасев, Е.В. Кулагина, О.В. Лукина, Б.К. Смагулов : Издательство ОмГТУ, 2017 [ЭБС- Университетская библиотека Онлайн]
12. Природные туристские ресурсы мира : учебник / О.В. Ивлиева, А.В. Шмыткова ; Министерство науки и высшего образования РФ, Южный федеральный университет. – Ростов-на-Дону ; Таганрог : Южный федеральный университет, 2018 [ЭБС- Университетская библиотека Онлайн]
13. Технология организации турагентской и туроператорской деятельности : учебное пособие / М.В. Малыгина ; Сибирский государственный университет физической культуры и спорта. – Омск : Сибирский государственный университет физической культуры и спорта, 2017 [ЭБС- Университетская библиотека Онлайн]
14. Формирование туристских кластеров в России : учебное пособие / Р.И. Сухов ; Южный федеральный университет. – Ростов-на-Дону ; Таганрог : Южный федеральный университет, 2018 [ЭБС- Университетская библиотека Онлайн]
15. Экономика предприятия общественного питания : учебник / А.М. Фридман. – Москва : Дашков и К°, 2018 [ЭБС- Университетская библиотека Онлайн]
16. Экономика и управление социальной сферой: учебник/Под редакцией: Жильцов Е.Н., Егоров Е. В.: Издательство: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2018 [ЭБС- Университетская библиотека Онлайн]

Ежегодно обновляемые современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

А. Ежегодно обновляемые современные профессиональные базы данных

1. <http://www.russiatourism.ru> - официальный сайт Федерального агентства по туризму Министерства экономического развития;
2. <http://www.rostourunion.ru/> - официальный сайт отраслевого объединения, в которое входят туроператоры, турагентства, гостиницы, санаторно-курортные учреждения, транспортные,

страховые, консалтинговые, IT-компании, учебные заведения, СМИ, общественные и иные организации в сфере туризма;

3. <http://www2.unwto.org/ru> - официальный сайт Всемирной туристской организации;
4. <https://www.scopus.com> - Реферативная и справочная база данных рецензируемой литературы Scopus;
5. <https://apps.webofknowledge.com> - Политематическая реферативно-библиографическая и наукометрическая (библиометрическая) база данных WebofScience;
6. **ScienceAlert** является академическим издателем журналов открытого доступа. Также издает академические книги и журналы. ScienceAlert в настоящее время имеет более 150 журналов открытого доступа в области бизнеса, экономики, информатики, коммуникации, инженерии, медицины, математики, химии, общественной и гуманитарной науки;
7. **SciencePublishingGroup** электронная база данных открытого доступа включающая в себя более 500 научных журналов, около 50 книг, 30 материалов научных конференций в области статистики, экономики, менеджмента, педагогики, социальных наук, психологии, биологии, химии, медицины, пищевой инженерии, физики, математики, электроники, информатики, науке о защите природы, архитектуре, инженерии, транспорта, технологии, творчества, языка и литературы.

В. Ежегодно обновляемые информационные справочные системы

1. Информационно-правовая система «Гарант». – URL: <http://www.garant.ru/>;
2. Информационно-правовая система «Консультант плюс». – URL: <http://www.consultant.ru/>.

С. Ежегодно обновляемый комплект лицензионного программного обеспечения

1. MicrosoftOffice. Интегрированный пакет прикладных программ;
2. MicrosoftWindows;
3. Корпоративная информационная система «КИС».

Д. Электронные образовательные ресурсы

1. ЭБС «Университетская библиотека Онлайн»;
2. Корпоративная информационная система «КИС».
3. БИЗНЕС-ТРЕНИНГ В ТУРИЗМЕ И ГОСТЕПРИИМСТВЕ – URL: <http://www.подигин.рф/index.html>

Интернет-ресурсы:

Периодические издания: журналы

Вестник РМАТ http://www.rmat.ru/ruabout_vestnik_podshivka

Вестник Московского университета.

География https://biblioclub.ru/index.php?page=journal_red&jid=577046

Вокруг света <http://www.vokrugsveta.ru/vs/>

Мир русского слова <http://mirs.ropryal.ru/archive/>

Сервис в России и за рубежом <https://readera.org/service-rusjournal>

Современные проблемы сервиса и туризма <https://readera.org/spst>

Турбизнес <http://www.tourbus.ru/archive/>

National Geographic <https://jurnalonline.ru/tags/National%20Geographic/>

Турист https://biblioclub.ru/index.php?page=journal_red&jid=596455

«Archiprofi» Журнал/открытая тематическая площадка <https://archiprofi.ru/journal/>

Официальные сайты:

Федеральное агентство по туризму. Официальный сайт. <https://tourism.gov.ru>

Всемирная туристская организация. Официальный сайт. <http://www2.unwto.org/ru>

ЮНЕСКО. Официальный сайт <http://whc.unesco.org/en/donation/>

ИКОМОС. Официальный сайт <http://www.icomos.org/fr/>

«Наследие». Официальный сайт http://nasledie.org.ru/otdel_2_3.html.

Департамент государственной охраны культурного наследия Министерства культуры
<https://www.mkrf.ru/about/organization/>

Список всемирного наследия <http://whc.unesco.org/>

Ассоциация туроператоров России <http://www.atorus.ru>

Обновляемые современные профессиональные базы данных:

1. <https://www.scopus.com> - Реферативная и справочная база данных рецензируемой литературы Scopus;

2. <https://apps.webofknowledge.com> - Политематическая реферативно-библиографическая и наукометрическая (библиометрическая) база данных WebofScience;

3. ScienceAlert является академическим издателем журналов открытого доступа. Также издает академические книги и журналы. ScienceAlert в настоящее время имеет более 150 журналов открытого доступа в области бизнеса, экономики, информатики, коммуникации, инженерии, медицины, математики, химии, общественной и гуманитарной науки;

4. SciencePublishingGroup электронная база данных открытого доступа включающая в себя более 500 научных журналов, около 50 книг, 30 материалов научных конференций в области статистики, экономики, менеджмента, педагогики, социальных наук, психологии, биологии, химии, медицины, пищевой инженерии, физики, математики, электроники, информатики, науке о защите природы, архитектуре, инженерии, транспорта, технологии, творчества, языка и литературы.

4.2. 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.