

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Трофимов Евгений Николаевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 11.02.2026 08:30:25
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**

«Я - блогер»

144 часа
(20-06)

Автор программы:

А.В. Желнова

Директор Центральных туристских курсов канд. пед. наук, доцент Г.И. Зорина

г. Химки
2026 г.

РАЗДЕЛ 1. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ

1.1. Общие положения

Программа разработана на основе ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», 43.03.02 «Туризм» и с учетом профессионального стандарта «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, изменениями 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» (ред. от 22.06.2024).

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 изменениями 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» (ред. от 22.06.2024). |

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 | уровень (подуровень) квалификации |
| С | С | Проведение экскурсий | 6 | Разработка экскурсии | С/01.6 | 6 |
| | | | | Проведение экскурсии | С/02.6 | 6 |

Перечень профессиональных стандартов, соотнесенных с ФГОС ВО и настоящей программой

| №п/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», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 19 февраля 2019 г. N 95н |

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 | А/01.4 | 4 |
| | | | Проведение работ по внутренней оптимизации веб-сайта согласно требованиям поисковых систем | А/02.4 | 4 |
| | | | Проведение работ по повышению популярности веб-сайта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» | А/03.4 | 4 |
| 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 | С/03.4 | 4 |

| | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|
| | | | объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» | | |
|--|--|--|--|--|--|

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 обобщенной трудовой функции | Оригинал | X | Заимствовано 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 (заголовок 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 «Интернет» | Код | А/03.4 | Уровень (подуровень) квалификации | 4 |
|--------------|---|-----|--------|-----------------------------------|---|

| | | | | | |
|--------------------------------|----------|---|---------------------------|---------------|---|
| 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 |
| Другие характеристики | Методы обработки текстовой и графической информации |
| | - |

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 должностей, профессий | Младший специалист по контекстно-медийной рекламе Ассистент специалиста по контекстно-медийной рекламе |
|--|---|

| | |
|--|--------------------------------------|
| 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 | Заимствовано 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 | Заимствовано из оригинала | | |
| | | | | Код оригинала | Регистрационный номер профессионального 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 обучению | Среднее профессиональное образование |
| 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 |
| | Правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов |
| Другие характеристики | - |

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 |
| | | | | | |

| | |
|--------------------|--|
| 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

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

| Код и наименование профессиональной компетенции | Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции | Результаты обучения |
|---|---|--|
| <p>ПК-3 (ОПОП Т). Способен разрабатывать экскурсионные программы для экскурсионных групп и индивидуальных туристов.</p> | <p>ПК-3.1. Осуществляет процесс разработки различных экскурсионных маршрутов и экскурсионных программ.</p> <p>ПК-3.2. Использует технологию разработки различных экскурсионных маршрутов и экскурсионных программ.</p> <p>ПК-3.3. Оформляет экскурсионную документацию, организует деятельность по разработке различных экскурсионных маршрутов и экскурсионных программ.</p> | <p>Знает объективные тенденции политического, экономического и социального развития стран мира, методы получения информации о природных, социальных и экономических особенностях развития стран мира и особенностях развития туризма, природных и историко-культурных объектах культурно-исторического и природного наследия мира, технологию разработки экскурсионных маршрутов и программ с учетом потребностей экскурсионных групп и индивидуальных туристов.</p> <p>Умеет использовать методы получения статистической информации и ее обобщения; технологию разработки различных экскурсионных маршрутов и программ, методы проектирования экскурсионных программ; разрабатывать туристские маршруты с использованием имеющихся в стране туристско-рекреационных ресурсов.</p> <p>Владеет навыками сбора, анализа и обработки научно-технической информации, разработки экскурсионных программ и маршрутов, оформления экскурсионной документации, организации деятельности по разработке различных экскурсионных маршрутов и экскурсионных программ.</p> |
| <p>ПК-6 (ОПОП Т). Способен к продвижению туристского продукта с использованием современных технологий.</p> | <p>ПК-6.1. Осуществляет проведение мероприятий по продвижению туристского продукта.</p> <p>ПК-6.2. Осуществляет оценку эффективности проводимых мероприятий продвижения, отбор наиболее эффективных каналов, разрабатывает мероприятия по корректировке рекламных кампаний.</p> <p>ПК-6.3. Участвует в составлении рекламного бюджета.</p> | <p>Знает современные информационные технологии, позволяющие наиболее эффективно осуществлять продвижение туристского продукта.</p> <p>Умеет формировать стратегию продвижения турпродукта, в т.ч. в Интернете и социальных сетях, разрабатывать рекламную продукцию.</p> <p>Владеет современными технологиями продвижения туристского продукта.</p> |

| | | |
|---|--|--|
| <p>ПК-8 (ОПОП Т). Способен к проведению экскурсий с использованием приемов информационно-экскурсионной работы.</p> | <p>ПК-8.1. Выбирает и применяет методические приемы показа и рассказа во время проведения экскурсии с учетом соблюдения техники безопасности.</p> <p>ПК-8.2. Комплекует и использует «портфель экскурсовода».</p> <p>ПК-8.3. Способен разрешать конфликтные ситуации, возникающие на маршрутах.</p> | <p>Знает методические приемы показа и рассказа во время проведения экскурсии, принципы подачи информации при проведении экскурсий.</p> <p>Умеет комплектовать «портфель экскурсовода», использовать дифференцированный подход при организации экскурсионного обслуживания.</p> <p>Владеет технологиями организации экскурсионного обслуживания разных категорий российских и иностранных потребителей экскурсионного продукта.</p> |
| <p>ПК-9 (ОПОП Т). Способен осуществлять внутренние и внешние профессиональные коммуникации.</p> | <p>ПК-9.1. Организует ведение переговоров с туристами, согласование условий договора по реализации туристского продукта, оказанию туристских услуг.</p> <p>ПК-9.2. Обеспечивает информационное консультирование и сопровождение клиентов туристского предприятия.</p> <p>ПК-9.3. Обеспечивает взаимодействие с турагентствами, туроператорами, экскурсионными бюро, гостиницами и кассами продажи билетов, и иными сторонними организациями.</p> | <p>Знает методику ведения переговоров, технику составления договоров по оказанию туристских услуг, в том числе на иностранном языке.</p> <p>Умеет проводить консультирование и сопровождение клиентов туристского предприятия, осуществлять внешние и внутренние коммуникации, в том числе на иностранном языке.</p> <p>Владеет технологиями взаимодействия с туроператорами, гостиницами, экскурсионными бюро, кассами и иными сторонними организациями, в том числе на иностранном языке.</p> |
| <p>ПК-7 (ОПОП ММТ). Способен использовать нормативно-правовые акты в соответствии с профилем своей профессиональной деятельности.</p> | <p>ПК-7.1. Анализирует правовые и нормативные документы в соответствии с профилем своей профессиональной деятельности.</p> <p>ПК-7.2. Применяет нормативно-правовую базу в соответствии с профилем своей профессиональной деятельности.</p> | <p>Знает основные принципы международного права, понятие и источники международно-правовой ответственности, соотношение национального и международно-правового регулирования, основные положения международного правового регулирования спорта, системы источников спортивного права, особенности правового регулирования в области спорта.</p> <p>Умеет использовать основные принципы международного права, применять нормативно-правовую базу в соответствии с профилем своей профессиональной деятельности.</p> <p>Владеет навыками анализа нормативно-правовых актов в соответствии с профилем своей профессиональной деятельности, навыками применения нормативно-правовой базы в соответствии с профилем своей профессиональной деятельности.</p> |
| <p>ПК-9 (ОПОП ММТ). Способен к анализу и проектированию межличностных, групповых и организационных коммуникаций.</p> | <p>ПК-9.1. Применяет технологии построения эффективных коммуникаций в управлении организацией как инструмента воздействия на членов межличностных, групповых и организационных коммуникаций, опираясь на знания психологических особенностей людей.</p> <p>ПК 9.2. Использует методы управления конфликтными ситуациями при</p> | <p>Знает теоретические основы коммуникаций для осуществления межличностных, групповых и организационных коммуникаций в международном менеджменте в туризме, формы деловых коммуникаций в международном менеджменте в туризме.</p> <p>Умеет применять технологии построения эффективных коммуникаций в управлении организацией как инструмента воздействия на</p> |

| | | |
|---|--|---|
| | <p>проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций.</p> | <p>членов межличностных, групповых и организационных коммуникаций, опираясь на знания психологических особенностей людей.</p> <p>Владеет навыками использования методов управления конфликтными ситуациями при проектировании коммуникаций, навыками устной, письменной, интернет- коммуникации, проведения совещаний, собраний, дискуссий и переговоров в процессе межличностных, групповых и организационных коммуникаций в международном менеджменте.</p> |
| <p>ПК-10 (ОПОП ММТ). Способен выявлять новые рыночные возможности, а также анализировать поведение потребителей экономических благ.</p> | <p>ПК-10.1. Изучает и анализирует факторы внутренней и внешней среды организации, отслеживая их состояние и влияние на организацию в комплексе и динамике.</p> <p>ПК-10.2. Выявляет новые рыночные возможности для последующего развития туристских дестинаций и туристских компаний.</p> <p>ПК-10.3. Проводит анализ поведения потребителей экономических благ и организует процесс продаж на всех этапах бизнес-процесса продажи.</p> <p>ПК- 10.4. Управляет процессами развития бренда и фирменного стиля туристского предприятия с использованием современных тенденции и анализируя поведение потребителей.</p> | <p>Знает инструменты анализа воздействия, макроэкономической среды на развитие туристской дестинации, методы изучения поведения потребителей при планировании маркетинга туристских дестинаций в международном туризме, инструменты анализа поведения потребителей в процессе приобретения и потребления ресурсов и общественных благ туристской дестинации, технологии управления продажами, с учетом анализа поведения потребителей экономических благ, тенденции развития новых рыночных возможностей и новых направлений деятельности в условиях бизнес-среды, инструменты брендинга и формирования фирменного стиля компании.</p> <p>Умеет оценивать воздействие макроэкономической среды на развитие туристской дестинации, выявлять новые рыночные возможности для последующего развития туристских дестинаций и туристских компаний, использовать маркетинговый инструментарий для анализа поведения потребителей в сфере международного туризма, управлять процессами развития бренда и фирменного стиля туристского предприятия с использованием современных тенденции и анализируя поведение потребителей.</p> <p>Владеет навыками по проведению маркетинговых исследований для анализа поведения потребителей в сфере международного туризма, навыками определения новых рыночных возможностей для последующего развития туристских дестинаций и туристских компаний, выявлять и удовлетворять потребности покупателей товаров, грамотно их формировать с помощью маркетинговых инструментов, инструментами анализа системы продаж, навыками анализа и планирования в продажах, навыками управления процессами развития бренда и фирменного стиля туристского предприятия с использованием современных тенденции и анализируя поведение потребителей.</p> |

| | | |
|--|--|---|
| <p>ПК-11 (ОПОП ММТ). 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.</p> <p>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 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> <p>Умеет 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> <p>Владеет 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> |
| <p>ПК-12 (ОПОП ММТ). Способен использовать возможности информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» для решения задач.</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 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> <p>Умеет 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> <p>Владеет навыками подбора каналов и формирования системы показателей эффективности продвижения в</p> |

| | | |
|--|--|--|
| | | информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», навыками проведения работ по реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», навыками внесения изменений в стратегию продвижения. |
|--|--|--|

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: 5 недель.

1.7. Трудоемкость программы: 144 часа.

РАЗДЕЛ 2. СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ**2.1. Учебный план**

| № п/п | Наименование учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей), вида аттестации | Кол. часов |
|--------------|---|-------------------|
| 1 | Введение. Блок 1. Я и мой блог | 18 |
| 2 | Блок 2. Контент без страха | 18 |
| 3 | Блок 3. Личный бренд | 18 |
| 4 | Блок 4. Контент нового поколения | 18 |
| 5 | Блок 5. AI для блогера | 18 |
| 6 | Блок 6. Продвижение | 18 |
| 7 | Блок 7. Монетизация | 18 |
| 8 | Блок 8. Законы и безопасность | 18 |
| | Итого | 144 |

2.2. Календарный учебный график

| Блок 1 | Блок 2 | Блок 3 | Блок 4 | Блок 5 | Блок 6 | Блок 7 | Блок 8 |
|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| 1-5 день | 6-9 день | 10-13 день | 14-17 день | 18-21 день | 22-25 день | 26-30 день | 31-35 день |

2.2. Учебная программа

| Наименование учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей) | Трудоемкость | Содержание | Планируемые результаты обучения (компетенции) |
|---|--------------|---|--|
| Введение. Блок 1. Я и мой блог | 18 | Блог как инструмент самореализации и дохода в 2026. Почему сегодня выигрывают живые люди, а не идеальные аккаунты. Самоидентификация, ниша, позиционирование, упаковка профиля и визуальный стиль. | ПК-3 (ОПОП Т) ПК-6 (ОПОП Т) ПК-8 (ОПОП Т) ПК-9 (ОПОП Т) ПК-7 (ОПОП ММТ) ПК-9 (ОПОП ММТ) ПК-10 (ОПОП ММТ) ПК-11 (ОПОП ММТ) ПК-12 (ОПОП ММТ) |
| Блок 2. Контент без страха | 18 | Работа в кадре и за кадром, голос, тексты, сторис, видео. Приложения, техника и инструменты для старта. | |
| Блок 3. Личный бренд | 18 | Как быть собой и быть интересным. Истории, смыслы, доверие и рост аудитории. | |
| Блок 4. Контент нового поколения | 18 | Вовлекающие форматы, тренды, эмоциональные крючки и удержание внимания. | |
| Блок 5. AI для блогера | 18 | Генерация идей, текстов, сценариев, визуала, видео и аватаров. | |
| Блок 6. Продвижение | 18 | Бесплатные и платные методы роста, коллаборации, рекомендации и виральность. | |
| Блок 7. Монетизация | 18 | 30+ способов заработка: услуги, продукты, реклама, партнёрства, личные проекты. | |
| Блок 8. Законы и безопасность | 18 | Самозанятость, ИП, маркировка рекламы, приём оплат и юридические основы. | |

РАЗДЕЛ 3. ФОРМЫ АТТЕСТАЦИИ И ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

Формирование оценки по итогам проведения занятий

| Словесное выражение | Описание |
|---------------------|---|
| Зачтено | Слушатель присутствовал на всех занятиях, демонстрирует умение пользоваться профессиональной терминологией, ориентируется в актуальных проблемах и понятиях, способен обобщить материал, сделать собственные выводы, выразить своё мнение, привести иллюстрирующие примеры. |
| Не зачтено | Слушатель пропустил ряд занятий, не способен раскрыть тему, студент не ориентируется в основных понятиях и профессиональной терминологии, при ответе отмечаются существенные ошибки. |

РАЗДЕЛ 4. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ

4.1. Учебно-методическое и информационное обеспечение программы

Основная литература

1. Игнатьева, И. Ф. Организация туристской деятельности : учебник для вузов / И. Ф. Игнатьева. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 405 с. [Электронный ресурс] // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/551808>
2. Скобельцына, А. С. Технологии и организация экскурсионных услуг : учебник для вузов / А. С. Скобельцына, А. П. Шарухин. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 251 с. [Электронный ресурс] // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/540717>
3. Емелин, С. В. Организация турагентской деятельности : учебное пособие для вузов / С. В. Емелин. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 310 с. [Электронный ресурс] // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/535002>
4. Емелин, С. В. Организация туроператорских услуг : учебное пособие для вузов / С. В. Емелин. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 517 с. [Электронный ресурс] // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/535224>
5. Ветитнев, А. М. 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. [Электронный ресурс] // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/537752>
6. Дехтярь, Г. М. 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. [Электронный ресурс] // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/538380>

Дополнительная литература

1. Терехов, А. М. Основы статистического анализа в индустрии туризма. Практический курс : учебное пособие для вузов / А. М. Терехов, П. Г. Николенко, М. В. Ефремова. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 154 с. [Электронный ресурс] // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/545211>
 2. Восколович, Н. А. Маркетинг туристских услуг : учебник и практикум для вузов / Н. А. Восколович. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 242 с. [Электронный ресурс] // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/536511>
 3. Новолодская, Г. И. Туроператорская и турагентская деятельность : практическое пособие / Г. И. Новолодская, Н. Н. Тушемилова. — Москва : Директ-Медиа, 2023. — 232 с. [Электронный ресурс] // Университетская библиотека онлайн [сайт]. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=697460>
 4. Лежнин, В. В. Экономические основы функционирования туристской фирмы : учебное пособие / В. В. Лежнин ; Поволжский государственный технологический университет. — Йошкар-Ола : Поволжский государственный технологический университет, 2022. — 128 с. [Электронный ресурс] // Университетская библиотека онлайн [сайт]. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=696356>
 5. Лежнин, В. В. Инновационная деятельность на предприятии туризма : учебное пособие / В. В. Лежнин ; Поволжский государственный технологический университет. — Йошкар-Ола : Поволжский государственный технологический университет, 2022. — 104 с. [Электронный ресурс] // Университетская библиотека онлайн [сайт]. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=696357>
 6. Кабанова, Е. Е. Основы менеджмента и маркетинга в сфере туризма : учебно-методическое пособие / Е. Е. Кабанова, Е. А. Ветрова. — Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2022. — 232 с. [Электронный ресурс] // Университетская библиотека онлайн [сайт]. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=621593>
 7. Очилова, Х. Ф. Маркетинг туризма : учебник / Х. Ф. Очилова, М. Амонбоев. — Москва : Директ-Медиа, 2022. — 176 с. [Электронный ресурс] // Университетская библиотека онлайн [сайт]. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=689008>
 8. Аннушкин, В.И. Риторика. Вводный курс: учебное пособие / В.И. Аннушкин. 6-е издание, стереотип. М.: Издательство «Флинта», 2021 – 292 с.
 9. Афанасьев О. Е. Инновации в экскурсионной работе: концепции, технологии, практика: монография: в 2-х частях / Афанасьев О. Е., Агнаева К. В., Лебедев К. А., Лебедева О. Е., Житиневич Д. Ю. Издательство Директ-Медиа, 2021 – 591 с.
 10. Н. Ю. Веселова Организация туристской деятельности: учебное пособие / Н. Ю. Веселова. – М.: Дашков и Ко, 2022. – 254 с.
 11. В. Л. Горбунов Бизнес-планирование с оценкой рисков и эффективности проектов: научно-практическое пособие / В. Л. Горбунов. – М.: РИОР; ИНФРА-М, 2022. – 288 с.
- Т. В. Харитоновой Бизнес-планирование в туризме / под ред. Т. В. Харитоновой, А. В. Шарковой. – М.: ИТК «Дашков и К», 2021. – 310 с.

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.