

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА (MINOR) «Туристское предпринимательство»

Заключается в концепции организации образовательного процесса, основанной на выборе студентами индивидуальных образовательных траекторий на основе образовательной программы. В ОП реализуется майнер «Предприниматель туристского бизнеса». Образование направлено на формирование профессиональных компетенций, выражающихся в развитии личности студентов научно-технических взглядов, раскрытии внутренних ресурсов личности.

Актуальность: Подготовка всесторонне образованных, квалифицированных, конкурентоспособных кадров, обладающих фундаментальными знаниями в области услуг, способных к развитию и реализации профессиональных навыков исследовательской деятельности, выполнение проектов, направленных на практическое применение современных методик и технологий организации деятельности предприятий (учреждений) сферы туризма, акцент на организацию профессиональной деятельности, в рамках которой обучающийся ориентирован на постоянное профессиональное самосовершенствование

Обоснование: Бизнес и предпринимательство рассматриваются как деятельность, удовлетворяющая экономические отношения экономическим интересам хозяйствующих субъектов. Рассматриваются вопросы представления слушателям теоретических основ бизнеса и предпринимательства, организационно-правовых форм бизнеса, ознакомления с порядком действий, необходимых для открытия, реорганизации и ликвидации собственного дела, формирования знаний и практических навыков по основам туристского бизнеса и организации предпринимательства в целом.

Цель: Овладение основными принципами современного маркетинга и менеджмента, ИКТ, формирование предпринимательских навыков. **Описание программы:**

1. Программа (Minor) состоит из 3х дисциплин, каждая дисциплина по 5 кредит, в итоге обучающийся должен освоит 15 кредитов.
2. Программа (Minor) не требует пререквизитов.
3. Количество кредитов для получения степени бакалавра остается неизменным не менее - 240 кредитов.

СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ:

№	Наименование дисциплины	Описание дисциплины	Формируемые результаты обучения
1	Туристское многоборье	<p>Цель дисциплины — сформировать у обучающихся профессиональные компетенции по организации командного соревнования в сфере активного туризма, отвечающие современным требованиям труда. В программу входят планирование спортивно-туристической деятельности, соблюдение техники безопасности, ориентирование в природной среде и развитие навыков командной работы.</p> <p>Студенты осваивают моделирование маршрутов, анализ навигационных систем и оценку рисков с применением цифровых технологий и искусственного интеллекта. Предусмотрено совершенствование принятия</p>	<p>РО 5 – Осуществляет многоязычное профессиональное общение, организует переговоры и обеспечивает эффективное деловое взаимодействие в международной туристической среде.</p> <p>РО 6 – Организует туристические услуги на высоком уровне в соответствии с профессиональными стандартами и требованиями к качеству обслуживания; эффективно применяет аналитическое мышление, исследовательские методы, эмоциональный интеллект и цифровые компетенции при решении профессиональных задач в сфере туризма.</p>
		<p>решений в чрезвычайных ситуациях, физической подготовки и лидерских качеств. Обучение охватывает алгоритмы проведения туристических соревнований, слётов и мероприятий, обеспечивая готовность к работе инструктором-гидом.</p>	<p>РО 10 – Продвигает туристические продукты на международных и внутренних рынках с использованием цифрового маркетинга, SMM, SEO и аналитических платформ; может проводить углубленные исследования потребностей бизнеса и разрабатывать инновационные способы их реализации в соответствии со стратегическими целями организации.</p>

2	Digital-маркетинг	<p>Цель дисциплины — сформировать у обучающихся профессиональные компетенции по организации многоборья активного туризма в соответствии с современными требованиями труда. Программа включает применение цифрового маркетинга, стратегий в социальных медиа и аналитики на базе искусственного интеллекта для принятия маркетинговых решений, планирование спортивно-туристических мероприятий, обеспечение безопасности и ориентирования в природе. Студенты овладевают моделированием маршрутов, методиками SEO/SEM, SMM и контент-маркетинга для привлечения аудитории. Работа с аналитическими сервисами (Google Analytics и др.) обеспечивает оценку эффективности кампаний, управление рисками и принятие решений в чрезвычайных ситуациях.</p>	<p>РО 5 – Осуществляет многоязычное профессиональное общение, организует переговоры и обеспечивает эффективное деловое взаимодействие в международной туристической среде.</p> <p>РО 6 – Организует туристические услуги на высоком уровне в соответствии с профессиональными стандартами и требованиями к качеству обслуживания; эффективно применяет аналитическое мышление, исследовательские методы, эмоциональный интеллект и цифровые компетенции при решении профессиональных задач в сфере туризма.</p> <p>РО 9 – Анализ способов повышения узнаваемости бренда путем разработки инновационных туристических продуктов и услуг с использованием искусственного интеллекта, больших данных и технологий «умного» туризма, а также путем формирования положительного корпоративного имиджа, Разрабатывает и реализует маркетинговые мероприятия, направленные на стимулирование спроса и обеспечение роста продаж с помощью цифровых сервисов. иях они могут организовывать, поддерживать и использовать инструменты для координации деятельности команды в области управления человеческими ресурсами, применяя цифровые</p>
			<p>платформы и HR-аналитику для постоянного повышения эффективности и вовлеченности сотрудников.</p>

3	MICE туризм и eventменеджмент	<p>Цель дисциплины — сформировать у обучающихся профессиональные знания и навыки в области MICE-туризма и event-менеджмента, соответствующие современным требованиям рынка труда.</p> <p>Описание курса: программа развивает компетенции в планировании мероприятий, логистике, бюджетировании, PR и управлении рисками; студенты осваивают прогнозирование потоков участников, персонализацию клиентского опыта и проведение event-аналитики с использованием цифровых инструментов и технологий искусственного интеллекта.</p> <p>Результаты обучения: выпускник способен готовить документацию, разрабатывать алгоритмы мероприятий, обеспечивать безопасность событий и разрабатывать эффективные digital-стратегии; демонстрирует навыки тайм-менеджмента, коммуникации и креативного планирования.</p>	<p>РО 5 – Осуществляет многоязычное профессиональное общение, организует переговоры и обеспечивает эффективное деловое взаимодействие в международной туристической среде.</p> <p>РО 6 – Организует туристические услуги на высоком уровне в соответствии с профессиональными стандартами и требованиями к качеству обслуживания; эффективно применяет аналитическое мышление, исследовательские методы, эмоциональный интеллект и цифровые компетенции при решении профессиональных задач в сфере туризма.</p> <p>РО 12 – В туристических организациях они могут организовывать, поддерживать и использовать инструменты для координации деятельности команды в области управления человеческими ресурсами, применяя цифровые платформы и HR-аналитику для постоянного повышения эффективности и вовлеченности сотрудников.</p>
---	--------------------------------------	--	---

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА (MINOR) «e-Турагент»

Актуальность: В условиях цифровизации туристического рынка клиентоориентированная коммуникация и цифровые продажи стали ключевыми для конкурентоспособности агентств и онлайнплатформ. Искусственный интеллект автоматизирует и персонализирует взаимодействие с клиентами (чат-боты, рекомендации, динамическое ценообразование), снижая издержки и повышая конверсию. Туристические направления остаются динамичными из-за миграции, визовых изменений и требований к маршрутам, что требует аналитики и гибких инструментов. В образовании важно развивать навыки профессиональной коммуникации, цифровых продаж и управления ассортиментом с помощью ИИ в едином модуле с учетом технологий и этики данных.

Актуальность: Оптимизировать алгоритмы обслуживания и внедрять цифровые сервисные решения в соответствии с запросами потребителей, соблюдая профессиональную культуру коммуникаций.

Обоснование: Курс развивает комплексные компетенции, необходимые туристскому агенту для успешной цифровой коммуникации, управления продажами и адаптации предложений на глобальных и локальных рынках с помощью ИИ, сочетая глубокие теоретические знания и востребованные практические навыки в области маркетинга, ИИ и клиентского сервиса.

Цель: Подготовка специалистов, способных создавать и управлять цифровыми турагентствами и платформами, используя искусственный интеллект для улучшения клиентского сервиса, продаж и управления туристическими направлениями. **Описание программы:**

4. Программа (Minor) состоит из 3х дисциплин, каждая дисциплина по 5 кредит, в итоге обучающийся должен освоит 15 кредитов.
5. Программа (Minor) «e-Турагент» не требует пререквизитов.
6. Количество кредитов для получения степени бакалавра остается неизменным не менее - 240 кредитов.

СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ:

№	Наименование дисциплины	Описание дисциплины	Формируемые результаты обучения
1	Технологии продаж и клиентские коммуникации	Цель дисциплины — сформировать у обучающихся комплексные компетенции по эффективным продажам туристических продуктов и управлению клиентскими коммуникациями в соответствии с требованиями современного рынка труда. Описание курса: программа включает работу с CRM, цифровыми платформами продаж и аналитикой поведения клиентов на базе ИИ; студенты осваивают принятие решений на основе данных, ведение переговоров, выявление потребностей и разработку персонализированных предложений. Результаты обучения: выпускник способен формировать омниканальные	РО 9 – Анализ способов повышения узнаваемости бренда путем разработки инновационных туристических продуктов и услуг с использованием искусственного интеллекта, больших данных и технологий «умного» туризма, а также путем формирования положительного корпоративного имиджа, Разрабатывает и реализует маркетинговые мероприятия, направленные на стимулирование спроса и обеспечение роста продаж с помощью цифровых сервисов. РО 11 – Анализирует поведение и потребности потребителей, используя инструменты туристического

		коммуникации, проектировать и реализовывать цифровые кампании, управлять клиентским опытом, обеспечивать этическую обработку данных и оценивать эффективность продаж по ключевым показателям.	предпринимательства и электронной коммерции, оценивает экономическую жизнеспособность, разрабатывает бизнес-модели в соответствии с принципами клиентского опыта и адаптирует туристические продукты и услуги. РО 12 – В туристических организациях они могут организовывать, поддерживать и использовать инструменты для координации деятельности команды в области управления человеческими ресурсами, применяя цифровые платформы и HR-аналитику для постоянного повышения эффективности и вовлеченности сотрудников.
2	Smart tourism: создание туристического продукта на основе искусственного интеллекта	Цель дисциплины — развитие у обучающихся профессиональных компетенций в проектировании и управлении инновационными туристическими продуктами с применением искусственного интеллекта, больших данных и цифровых платформ. Описание курса: программа охватывает методы сбора и визуализации данных, рекомендательные системы, чат-боты, интеллектуальные маршруты и прототипирование AR/VR-контента; студенты изучают прогнозирование спроса, персонализацию клиентского опыта и оптимизацию маршрутов. Результаты обучения: выпускник способен разрабатывать концепции продуктов на основе данных, внедрять AI-решения и прототипы, проводить тестирование, учитывать этические, устойчивые и доступные практики при создании цифровых туристических услуг.	РО 6 – Организует туристические услуги на высоком уровне в соответствии с профессиональными стандартами и требованиями к качеству обслуживания; эффективно применяет аналитическое мышление, исследовательские методы, эмоциональный интеллект и цифровые компетенции при решении профессиональных задач в сфере туризма. РО 7 – Управляет информационными потоками между гостиницей и ее гостями, изучая способы формирования положительного имиджа гостиницы среди заинтересованных сторон и туристов; умеет определять требования к договорам страхования (перестрахования). РО 9 – Анализ способов повышения узнаваемости бренда путем разработки инновационных туристических продуктов и услуг с использованием искусственного интеллекта, больших данных и технологий «умного» туризма, а также путем формирования положительного корпоративного имиджа, Разрабатывает и реализует маркетинговые мероприятия, направленные на стимулирование спроса и

			обеспечение роста продаж с помощью цифровых сервисов.
3	География международных и отечественных туристских направлений	<p>Цель дисциплины — сформировать у обучающихся профессиональные компетенции по комплексному анализу географии международных и внутренних туристических направлений с учётом их географических, культурных и экономических особенностей. Описание курса: программа включает использование ГИС и цифровой картографии, исследование туристических потоков, планирование направлений и оценку конкурентоспособности; студенты анализируют климатические условия, инфраструктуру, безопасность, транспортную доступность и культурное и природное наследие как факторы спроса и предложения. Результаты обучения: выпускник способен оценивать потенциал направлений, планировать маршруты и дестинации, разрабатывать стратегические рекомендации и интегрировать принципы устойчивого развития.</p>	<p>РО 9 – Анализ способов повышения узнаваемости бренда путем разработки инновационных туристических продуктов и услуг с использованием искусственного интеллекта, больших данных и технологий «умного» туризма, а также путем формирования положительного корпоративного имиджа, Разрабатывает и реализует маркетинговые мероприятия, направленные на стимулирование спроса и обеспечение роста продаж с помощью цифровых сервисов.</p> <p>РО 11 – Анализирует поведение и потребности потребителей, используя инструменты туристического предпринимательства и электронной коммерции, оценивает экономическую жизнеспособность, разрабатывает бизнес-модели в соответствии с принципами клиентского опыта и адаптирует туристические продукты и услуги.</p> <p>РО 12 – В туристических организациях они могут организовывать, поддерживать и использовать инструменты для координации деятельности команды в области управления человеческими ресурсами, применяя цифровые платформы и HR-аналитику для постоянного повышения эффективности и вовлеченности сотрудников.</p>