

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего  
образования «Российский государственный университет туризма и сервиса»  
(ФГБОУ ВО «РГУТИС»)  
**Федеральный ресурсный центр подготовки кадров для индустрии  
туризма и гостеприимства**

УТВЕРЖДАЮ  
Директор Федерального ресурсного  
центра подготовки кадров для  
индустрии туризма и гостеприимства



Е.И. Родионов  
(Ф.И.О.)

М.П.

«12»

04

2024 г.

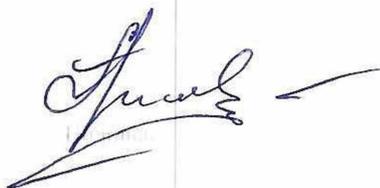
**ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА –  
ПРОГРАММА ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ**

**ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ  
ОРГАНИЗАЦИИ ЭКСКУРСИОННОЙ РАБОТЫ  
В ТУРИСТСКОМ ПРОСТРАНСТВЕ**

Программа повышения квалификации разработана совместно с туристско-  
экскурсионными компаниями ООО «Москва глазами инженера» и  
«ИП Эльманович Яна Александровна» (бренд «Часовщик – Клокуокер»)

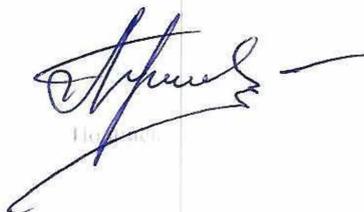
Московская область, 2024

**Разработчик:**  
профессор  
ВШТИГ РГУТИС



Афанасьев О.Е.

**Руководитель  
программы**  
профессор  
ВШТИГ РГУТИС



Афанасьев О.Е.

**Согласовано:**  
зам.директора  
Федерального ресурсного  
центра подготовки кадров  
для индустрии туризма и  
гостеприимства



Саранча М.А.

Начальник Департамента  
методического  
обеспечения учебного  
процесса



Хаванова Н.В.

Начальник Департамента  
внутреннего мониторинга  
качества образования



Ананьева Т.Н.



МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

# СЕРГИЕВО-ПОСАДСКИЙ МУЗЕЙ-ЗАПОВЕДНИК

МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное бюджетное учреждение культуры  
«Сергиево-Посадский государственный историко-художественный музей-заповедник»

141310, Московская область, г. Сергиев Посад, проспект Красной Армии, д. 144  
Тел./факс: (496) 540-63-58. E-mail: mk\_sergiev-mus@mosreg.ru Сайт: www.museum-sp.ru

15.04.2024 № 165

На № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_

## РЕЦЕНЗИЯ

**на дополнительную профессиональную программу – программу повышения квалификации «Инновационные технологии организации экскурсионной работы в туристском пространстве»**  
(руководитель – Олег Евгеньевич Афанасьев)

Экскурсии уже на протяжении веков сопровождают любознательных путешественников и, несмотря на неизменность базовых основ экскурсионной деятельности, используемые экскурсоводами технологии и приемы, с помощью которых они стремятся разнообразить предоставляемые услуги, претерпевают изменения. Наиболее заметные трансформации в этой сфере стали происходить в настоящее время с вступлением человеческой цивилизации в цифровую эпоху, а также ориентацией производителей товаров и услуг на растущее разнообразие потребностей клиентов.

Представленная на рецензию дополнительная профессиональная программа – программа повышения квалификации «Инновационные технологии организации экскурсионной работы в туристском пространстве» направлена на совершенствование и формирование новых компетенций по организации экскурсионных программ с использованием инновационных технологий, и оказанию экскурсионных услуг с учётом специфики и ресурсов различных типов туристских пространств.

Программа реализуется с участием специалистов в сфере экскурсионного дела и основана на изучении практического опыта реализации инновационных экскурсионных продуктов в различных регионах Российской Федерации.

Структура программы включает 7 разделов.

Раздел 1 «Представление об инновациях в экскурсионной практике. Экскурсовод как креатор и инноватор, его роль в репрезентации туристских пространств» включает рассмотрение таких вопросов, как понятие, природа и классификация инноваций, их роль в сфере туристско-экскурсионной деятельности,

типология туристских пространств и особенности их вовлечения в экскурсионную деятельность, «экономика впечатлений» как основа инновационного экскурсионного продукта, инновационные приёмы в экскурсионных продуктах, тренды инновационности в экскурсионной практике при репрезентации различных типов туристских пространств, современная экскурсионная аудитория и особенности работы с ней в туристском пространстве, личностные черты, навыки soft skills и способности как основа профессионального мастерства экскурсовода, инновационные коммуникативные техники в работе экскурсовода.

Раздел 2 «Цифровая грамотность современного экскурсовода. Инновации ресурсной базы экскурсионного проекта» посвящен изучению понятия цифровой грамотности и её значения в практике экскурсионной работы, цифровых компетенций экскурсовода и цифровых сервисов, используемых в его работе. Рассматриваются также ресурсы туристской среды для экскурсовода, понятие и приёмы интерпретации наследия в различных туристских пространствах в практике экскурсовода.

В разделе 3 «Инновационные подходы к организации экскурсионных продуктов в туристских пространствах» предполагается рассмотрение особенностей экскурсионной работы в некропольных пространствах, новых жанров творчества экскурсовода, включая иммерсивные практики, технологии импровизации, новые форматы экскурсионных продуктов: стендап- и пауэрбанк-экскурсии. Отдельное внимание уделено инновационным подходам в работе с детской экскурсионной аудиторией, особенностям экскурсионной работы в индустриальных и промышленных пространствах.

Изучение раздела 4 «Технические инновации в деятельности экскурсовода» позволит слушателям освоить технические инновации в экскурсионной работе, изучить особенности использования AR, VR, MR-пространства в современной экскурсионной практике.

Раздел 5 «Инновационные модели организации экскурсионных бизнес-проектов в различных туристских пространствах» посвящен изучению современных форм профессиональной деятельности экскурсовода, раскрытию понятия жизненного цикла экскурсионного продукта, характеристике современных формы занятости экскурсовода и бизнес-процессов в экскурсионной практике.

В разделе 6 «Инновационные приёмы продвижения экскурсионных продуктов в информационном туристском пространстве» раскрывается понятие потенциальной целевой экскурсионной аудитории, изучаются современные каналы продвижения экскурсионных продуктов, рассматриваются основы контент-маркетинга для экскурсионных бизнес-проектов (компаний). В этом же разделе уделено внимание современным методам оценки качества экскурсионных услуг, приёмам и техникой работы с обратной связью от экскурсантов.

Раздел 7 «Технологии формирования персонального бренда экскурсовода в контексте туристских пространств» посвящен изучению понятия персонального бренда экскурсовода и его связи с брендом экскурсионного продукта и туристским пространством, рассмотрению значения персонального бренда в экскурсионной деятельности, механики формирования персонального бренда экскурсовода и его продукта, а также способов и форм продвижения персонального бренда экскурсовода в контекстах туристских пространств

Программа предназначена для действующих и начинающих экскурсоводов, специалистов туристско-экскурсионной сферы, реализующих экскурсии в различных типах туристских пространств (городское, природное, музейное, тематическое и будет интересна широком кругу специалистов, оказывающих экскурсионные услуги.

Таким образом, представленная на рецензирование дополнительная профессиональная программа – программа повышения квалификации «Инновационные технологии организации экскурсионной работы в туристском пространстве» характеризуется последовательной, логичной и обоснованной структурой, содержит актуальный материал об инновациях в современной экскурсионной деятельности экскурсовода, освоение которого позволит разнообразить арсенал профессиональных инструментов, используемых специалистами, предоставляющими экскурсионные услуги.

Григорьева Наталья Васильевна  
Исполнительный директор Сергиево-Посадского музея-заповедника



## РЕЦЕНЗИЯ

на дополнительную профессиональную программу – программу повышения квалификации «Инновационные технологии организации экскурсионной работы в туристском пространстве»  
(руководитель – Олег Евгеньевич Афанасьев)

Экскурсии являются базовой составляющей большинства программ обслуживания туристов. Содержание и качество экскурсионного обслуживания напрямую влияет на удовлетворенность потребителя туристских услуг. Современная ситуация на рынке экскурсионных услуг характеризуется наличием большого разнообразия экскурсий и по тематике, и по объектам показа, и по используемому экскурсоводом инструментарию. В настоящее время еще мало исследований и образовательных программ, систематизирующих огромный массив инновационных практик экскурсионной деятельности в различного типа туристских пространствах, поэтому актуальность разработки программы «Инновационные технологии организации экскурсионной работы в туристском пространстве» сомнений не вызывает.

Рецензируемая дополнительная профессиональная программа – программа повышения квалификации «Инновационные технологии организации экскурсионной работы в туристском пространстве» имеет целью совершенствование и формирование новых компетенций по организации экскурсионных программ с использованием инновационных технологий и оказанию экскурсионных услуг с учётом специфики и ресурсов различных типов туристских пространств.

Содержательно структура программы разделена на 7 разделов.

Раздел 1 «Представление об инновациях в экскурсионной практике. Экскурсовод как креатор и инноватор, его роль в репрезентации туристских пространств» предполагает рассмотрение таких вопросов, как понятие, природа и классификация инноваций, их роль в сфере туристско-экскурсионной деятельности, типология туристских пространств и особенности их вовлечения в экскурсионную деятельность, «экономика впечатлений» как основа инновационного экскурсионного продукта, инновационные приёмы в экскурсионных продуктах, тренды инновационности в экскурсионной практике при репрезентации различных типов туристских пространств, современная экскурсионная аудитория и особенности работы с ней в туристском пространстве, личностные черты, навыки soft skills и способности как основа профессионального мастерства

экскурсовода, инновационные коммуникативные техники в работе экскурсовода.

Раздел 2 «Цифровая грамотность современного экскурсовода. Инновации ресурсной базы экскурсионного проекта» посвящен изучению понятия цифровой грамотности и её значения в практике экскурсионной работы, цифровых компетенций экскурсовода и цифровых сервисов, используемых в его работе. Рассматриваются также ресурсы туристской среды для экскурсовода, понятие и приёмы интерпретации наследия в различных туристских пространствах в практике экскурсовода.

В разделе 3 «Инновационные подходы к организации экскурсионных продуктов в туристских пространствах» будут изучаться особенности экскурсионной работы в различного типа пространствах, например, некропольных, индустриальных и промышленных. Слушатели освоят новые жанры творчества экскурсовода, включая иммерсивные практики, технологии импровизации, такие форматы экскурсионных продуктов как стендап- и пауэрбанк-экскурсии. Важное место в разделе отводится инновационным подходам в работе с детской экскурсионной аудиторией.

Изучение раздела 4 «Технические инновации в деятельности экскурсовода» позволит слушателям погрузиться в тематику технических инноваций в экскурсионной работе, изучить особенности использования AR, VR, MR-пространства в современной экскурсионной практике.

Раздел 5 «Инновационные модели организации экскурсионных бизнес-проектов в различных туристских пространствах» посвящен изучению современных форм профессиональной деятельности экскурсовода. Здесь же рассматриваются понятие жизненного цикла экскурсионного продукта, современные формы занятости экскурсовода и бизнес-процессы в экскурсионной практике.

В разделе 6 «Инновационные приёмы продвижения экскурсионных продуктов в информационном туристском пространстве» раскрывается понятие потенциальной целевой экскурсионной аудитории, изучаются современные каналы продвижения экскурсионных продуктов, рассматриваются основы контент-маркетинга для экскурсионных бизнес-проектов (компаний). В этом же разделе уделено внимание современным методам оценки качества экскурсионных услуг, приёмам и техникой работы с обратной связью от экскурсантов.

Раздел 7 «Технологии формирования персонального бренда экскурсовода в контексте туристских пространств» посвящен изучению понятия персонального бренда экскурсовода и его связи с брендом экскурсионного продукта и туристским пространством, рассмотрению

значения персонального бренда в экскурсионной деятельности. Слушатели познакомятся с механикой формирования персонального бренда экскурсовода и его продукта, а также способами и формами продвижения персонального бренда экскурсовода в контекстах туристских пространств.

Программа будет реализовываться в формате лекционных, практических занятий, включая практическую подготовку с участием специалистов-практиков из различных регионов страны, а также самостоятельную работу слушателя.

Программа будет интересна действующим и начинающим экскурсоводам, специалистам туристско-экскурсионной сферы, реализующим экскурсии в различных типах туристских пространств (городское, природное, музейное, тематическое).

В заключение следует отметить, что представленная на рецензирование дополнительная профессиональная программа – программа повышения квалификации «Инновационные технологии организации экскурсионной работы в туристском пространстве» имеет логичную структуру и актуальное содержание. Слушатели, освоившие программу, приобретут профессиональные компетенции по использованию инновационных технологий в экскурсионной деятельности в различных туристских пространствах.

Рецензент /ФИО, должность/

Директор Высшей школы туризма и гостеприимства  
ФГБОУ ВО  
«Российский государственный университет туризма и сервиса»,  
д.э.н., профессор

И.В.Бушуева

*Юдмила Бушуева*  
*Зерина Игоревна*



*И.В. Бушуева*  
*А.Т. Новик*

## 1. Аннотация программы

**1.1. Цель освоения программы**—совершенствование и формирование новых компетенций в рамках имеющейся квалификации, необходимых для осуществления профессиональной деятельности в области инновационных технологий организации экскурсионной работы в туристском пространстве.

**1.2. Требования к уровню подготовки поступающего на обучение:** к освоению образовательной программы допускаются лица, имеющие высшее образование.

**1.3. Срок обучения:** 72 академических часа.

**1.4. Форма обучения:** очная с применением дистанционных образовательных технологий

### 1.5. Планируемые результаты освоения программы

перечень осваиваемых компетенций составлен с учетом требований профессиональных стандартов:

- «Экскурсовод (гид)» (утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 24.12.2021 г. № 913н) в соответствии с обобщенной трудовой функцией D «Оказание экскурсионных услуг» (6 уровень квалификации);

- 08.035 «Маркетолог» (утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04.06.2018 № 366н) в соответствии с обобщенной трудовой функцией А (6 уровень квалификации).

### *Виды профессиональной деятельности и трудовые функции*

Профессиональный стандарт / справочник квалификационных требований	Виды профессиональной деятельности	Обобщенная трудовая функция / функциональные обязанности (уровень квалификации)	Трудовые функции
Профессиональный стандарт «Экскурсовод (гид)»	Предоставление экскурсионных услуг	D. Оказание экскурсионных услуг (уровень квалификации б)	D/01.6 Разработка экскурсий D/03.6 Ознакомление туристов (экскурсантов) с объектами показа
Профессиональный стандарт «Маркетолог»	Организация маркетинговой деятельности и управление маркетинговой деятельностью	Маркетинговое исследование с использованием инструментов комплекса маркетинга	A/02.6 Проведение маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга

**Профессиональные компетенции в соответствии с видами деятельности**

Виды деятельности	Перечень профессиональных компетенций в рамках имеющейся квалификации, качественное изменение которых осуществляется в результате обучения	Знания	Умения	Практический опыт
Предоставление экскурсионных услуг	ПК-1 Способен разрабатывать и применять современные инновационные приёмы рассказа и показа экскурсионных объектов при проектировании экскурсий в контексте туристского пространства	- знать современные инновационные приёмы рассказа и показа экскурсионных объектов	- уметь выбирать методы и приёмы инновационной экскурсионной деятельности	- владеть навыками применения инновационных приёмов рассказа и показа экскурсионных объектов при проектировании экскурсий в контексте туристского пространства
	- знать виды инновационных техник и технологий экскурсионной работы в различных типах туристских пространств	- уметь применять инновационные техники и технологии экскурсионной работы в различных типах туристских пространств		
	ПК-2 Способен составлять маршрут и текст экскурсии, оформлять экскурсионную документацию, осуществлять отбор объектов для показа, а также информационных материалов для проведения экскурсии	- знать приемы и методы составления маршрута и текста экскурсии, оформлении экскурсионной документации, осуществлении	- уметь составлять маршрут и текст экскурсии, оформлять экскурсионную документацию, осуществлять отбор объектов для	- владеть способами проектирования инновационных экскурсионных продуктов в контексте туристских пространств, в том числе с

Виды деятельности	Перечень профессиональных компетенций в рамках имеющейся квалификации, качественное изменение которых осуществляется в результате обучения	Знания	Умения	Практический опыт
	с применением инновационных подходов	и отбора объектов для показа, а также информационных материалов для проведения экскурсии	показа, а также информационных материалов для проведения экскурсии	применением информационно-коммуникационных технологий
		- знать особенности применения инновационных подходов при составлении маршрута и текста экскурсии, оформлении экскурсионной документации	- уметь применять инновационные подходы и информационные технологии при составлении маршрута и текста экскурсии, оформлении экскурсионной документации	
		- знать особенности применения инновационных подходов при осуществлении и отбора объектов для показа в контексте туристского пространства, а	- уметь осуществлять отбор объектов для показа в контексте туристского пространства, а также информационных материалов для проведения	

Виды деятельности	Перечень профессиональных компетенций в рамках имеющейся квалификации, качественное изменение которых осуществляется в результате обучения	Знания	Умения	Практический опыт
		также информационных материалов для проведения экскурсии	экскурсии с применением инновационных подходов и информационных технологий	
Организация маркетинговой деятельности и управление маркетинговой деятельностью	ПК-3 Способен продвигать инновационные экскурсионные продукты и услуги для различных туристских пространств	- знать основные закономерности и развития рынка экскурсионных услуг на основе положений концепции экономики впечатлений и её составляющих	- уметь анализировать существующие туристско-экскурсионные продукты с точки зрения их инновационности и востребованности потребителем экскурсионных услуг	- владеть навыками продвижения инновационных экскурсионных продуктов и услуг для различных туристских пространств на основе анализа потребительских предпочтений экскурсантов

Виды деятельности	Перечень профессиональных компетенций в рамках имеющейся квалификации, качественное изменение которых осуществляется в результате обучения	Знания	Умения	Практический опыт
		<p>- знать методы маркетинговых исследований в туризме, методы стимулирования сбыта экскурсионного продукта с использованием цифровых технологий, особенности и способы донесения до потенциального потребителя информации об инновационном экскурсионном продукте</p>	<p>- уметь анализировать мотивы и потребности потребителей экскурсионных услуг, выбирать эффективные каналы сбыта экскурсионного продукта, способы взаимодействия с потребителями, в том числе на основе современных цифровых технологий</p>	
		<p>- знать этапы и пути развития личного бренда экскурсовода как важного инструмента маркетинга в контексте туристско-экскурсионных пространств</p>	<p>- уметь выбирать и разрабатывать необходимые маркетинговые стратегии продвижения инновационных экскурсионных услуг на основе личного бренда</p>	<p>- владеть навыками планирования собственной деятельности как конкурентоспособного бренда уникальных экскурсионных проектов в контексте различных типов туристских пространств</p>

## 2. Учебный план

№ п/п	Перечень разделов (модулей)	Трудоемкость, Час	Контактная работа, час.			СРС, час
			Лекции	Практические занятия	в том числе	
					в форме практической подготовки	
<b>1.</b>	<b>Представление об инновациях в экскурсионной практике. Экскурсовод как креатор и инноватор, его роль в репрезентации туристских пространств</b>	<b>10</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>
1.1.	Введение в программу	1	0,5	-	-	-
1.2.	Понятие, природа и классификация инноваций, их роль в сфере туристско-экскурсионной деятельности	1	0,5	-	-	1
1.3.	Типология туристских пространств и особенности их вовлечения в экскурсионную деятельность	1	0,5	-	-	0,5
1.4.	«Экономика впечатлений» как основа инновационного экскурсионного продукта. Инновационные приёмы в экскурсионных продуктах	1	0,5	-	-	0,5
1.5.	Тренды инновационности в экскурсионной практике при репрезентации различных типов туристских пространств	1,5	-	1	1	0,5
1.6.	Современная экскурсионная аудитория и особенности работы с ней в туристском пространстве	1,5	-	1	1	0,5
1.7.	Личностные черты, навыки soft skills и способности как основа профессионального мастерства экскурсовода	1,5	-	1	1	0,5
1.8.	Инновационные коммуникативные техники в работе экскурсовода	1,5	-	1	1	0,5
<b>2.</b>	<b>Цифровая грамотность современного экскурсовода. Инновации ресурсной базы экскурсионного проекта</b>	<b>10</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>6</b>
2.1.	Понятие цифровой грамотности и её значение для практики экскурсионной работы. Цифровые компетенции и сервисы в работе экскурсовода	3	1	-	-	2
2.2.	Ресурсы туристской среды для экскурсовода	3	1	-	-	2

№ п/п	Перечень разделов (модулей)	Трудоемкость, Час	Контактная работа, час.			СРС, час
			Лекции	Практические занятия	в том числе	
					в форме практической подготовки	
2.3.	Понятие и приёмы интерпретации наследия в различных туристских пространствах в практике экскурсовода	4		2	2	2
<b>3.</b>	<b>Инновационные подходы к организации экскурсионных продуктов в туристских пространствах</b>	<b>12</b>	-	<b>8</b>	<b>6</b>	<b>4</b>
3.1.	Особенности экскурсионной работы в некропольных пространствах	3	-	2	2	<b>1</b>
3.2.	Новые жанры творчества экскурсовода. Иммерсивные практики. Технологии импровизации. Новые форматы экскурсионных продуктов: стендап- и пауэрбанк-экскурсии	3	-	2	2	1
3.3.	Инновационные подходы в работе с детской экскурсионной аудиторией: детские группы и дети в составе взрослых групп	3	-	2	-	1
3.4.	Особенности экскурсионной работы в индустриальных и промышленных пространствах	3	-	2	2	1
<b>4.</b>	<b>Технические инновации в деятельности экскурсовода</b>	<b>10</b>	-	<b>6</b>	<b>4</b>	<b>4</b>
4.1.	Технические инновации в экскурсионной работе	4	-	2	-	2
4.2.	AR, VR, MR-пространства в современной экскурсионной практике	6	-	4	4	<b>2</b>
<b>5.</b>	<b>Инновационные модели организации экскурсионных бизнес-проектов в различных туристских пространствах</b>	<b>10</b>	-	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>6</b>
5.1.	Современные формы профессиональной деятельности экскурсовода в отрасли	4	-	2	2	2
5.2.	Понятие жизненного цикла экскурсионного продукта	3	-	1	1	2
5.3.	Современные формы занятости экскурсовода и бизнес-процессы	3	-	1	1	2
<b>6.</b>	<b>Инновационные приёмы продвижения экскурсионных продуктов в информационном туристском пространстве</b>	<b>10</b>	-	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>6</b>
6.1.	Понятие потенциальной целевой экскурсионной аудитории	1,5	-	0,5	0,5	1
6.2.	Современные каналы продвижения экскурсионных продуктов	1,5	-	0,5	0,5	1
6.3.	Основы контент-маркетинга для экскурсионных бизнес-проектов (компаний)	3	-	1	1	2

№ п/п	Перечень разделов (модулей)	Трудоемкость, Час	Контактная работа, час.			СРС, час
			Лекции	Практические занятия	в том числе	
					в форме практической подготовки	
6.4.	Современные методы оценки качества экскурсионных услуг	2	-	1	1	1
6.5.	Приёмы и техника работы с обратной связью от экскурсантов	2	-	1	1	1
7.	<b>Технологии формирования персонального бренда экскурсовода в контексте туристских пространств</b>	<b>10</b>	<b>-</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>6</b>
7.1.	Понятие персонального бренда экскурсовода и его связь с брендом экскурсионного продукта и туристским пространством	2	-	1	1	1
7.2.	Значение персонального бренда в экскурсионной деятельности	2	-	1	1	1
7.3.	Механика формирования персонального бренда экскурсовода и его продукта	3	-	1	1	2
7.4.	Способы и формы продвижения персонального бренда экскурсовода в контекстах туристских пространств	3	-	1	1	2
<b>Итоговая аттестация</b>		в форме тестирования				
<b>Итого</b>		<b>72</b>	<b>4</b>	<b>32</b>	<b>28</b>	<b>36</b>

### 3. Календарный учебный график

УЗ ДОТ – учебные занятия с применением дистанционных образовательных технологий

СРС – самостоятельная работа слушателей

ИА – итоговая аттестация

Период обучения – 5 недель				
1 неделя	2 неделя	3 неделя	4 неделя	5 неделя
УЗ ДОТ, СРС	УЗ ДОТ, СРС	УЗ ДОТ, СРС	УЗ ДОТ, СРС	УЗ ДОТ, СРС, ИА

## **4. Рабочие программы**

### **Раздел 1. Представление об инновациях в экскурсионной практике. Экскурсовод как креатор и инноватор, его роль в репрезентации туристских пространств.**

1.1. Введение в программу (0,5 ч. – лекция).

1.2. Понятие, природа и классификация инноваций, их роль в сфере туристско-экскурсионной деятельности (0,5 ч. – лекция, 1 ч. – СРС).

1.3. Типология туристских пространств и особенности их вовлечения в экскурсионную деятельность (0,5 ч. – лекция, 0,5 ч. – СРС).

1.4. «Экономика впечатлений» как основа инновационного экскурсионного продукта. Инновационные приёмы в экскурсионных продуктах (0,5 ч. – лекция, 0,5 ч. – СРС).

1.5. Тренды инновационности в экскурсионной практике при репрезентации различных типов туристских пространств (1 ч. – практическое занятие в форме практической подготовки, 0,5 ч. – СРС).

1.6. Современная экскурсионная аудитория и особенности работы с ней в туристском пространстве (1 ч. – практическое занятие в форме практической подготовки, 0,5 ч. – СРС).

1.7. Личностные черты, навыки soft skills и способности как основа профессионального мастерства экскурсовода (1 ч. – практическое занятие в форме практической подготовки, 0,5 ч. – СРС).

1.8. Инновационные коммуникативные техники в работе экскурсовода (1 ч. – практическое занятие в форме практической подготовки, 0,5 ч. – СРС).

*Практическая подготовка проводится в образовательной организации работодателями с целью освоения и совершенствования профессиональных компетенций, связанных с видом профессиональной деятельности.*

### **Раздел 2. Цифровая грамотность современного экскурсовода. Инновации ресурсной базы экскурсионного проекта.**

2.1. Понятие цифровой грамотности и её значение для практики экскурсионной работы. Цифровые компетенции и сервисы в работе экскурсовода (1 ч. – лекция, 2 ч. – СРС).

2.2. Ресурсы туристской среды для экскурсовода (1 ч. – лекция, 2 ч. – СРС).

2.3. Понятие и приёмы интерпретации наследия в различных туристских пространствах в практике экскурсовода (2 ч. – практическое занятие в форме практической подготовки, 2 ч. – СРС).

*Практическая подготовка проводится в образовательной организации работодателями с целью освоения и совершенствования профессиональных компетенций, связанных с видом профессиональной деятельности.*

### **Раздел 3. Инновационные подходы к организации экскурсионных продуктов в туристских пространствах.**

3.1. Особенности экскурсионной работы в некропольных пространствах (2 ч. – практическое занятие в форме практической подготовки, 1 ч. – СРС).

3.2. Новые жанры творчества экскурсовода. Иммерсивные практики. Технологии импровизации. Новые форматы экскурсионных продуктов: стендап- и пауэрбанк-экскурсии (2 ч. – практическое занятие в форме практической подготовки, 1 ч. – СРС).

3.3. Инновационные подходы в работе с детской экскурсионной аудиторией: детские группы и дети в составе взрослых групп (2 ч. – практическое занятие, 1 ч. – СРС).

3.4. Особенности экскурсионной работы в промышленных и промышленных пространствах (2 ч. – практическое занятие в форме практической подготовки, 1 ч. – СРС).

*Практическая подготовка проводится в образовательной организации работодателями с целью освоения и усовершенствования профессиональных компетенций, связанных с видом профессиональной деятельности.*

#### **Раздел 4. Технические инновации в деятельности экскурсовода.**

4.1. Технические инновации в экскурсионной работе (2 ч. – практическое занятие, 2 ч. – СРС).

4.2. AR, VR, MR-пространства в современной экскурсионной практике (4 ч. – практическое занятие в форме практической подготовки, 2 ч. – СРС).

*Практическая подготовка проводится в образовательной организации работодателями с целью освоения и усовершенствования профессиональных компетенций, связанных с видом профессиональной деятельности.*

#### **Раздел 5. Инновационные модели организации экскурсионных бизнес-проектов в различных туристских пространствах.**

5.1. Современные формы профессиональной деятельности экскурсовода в отрасли (2 ч. – практическое занятие в форме практической подготовки, 2 ч. – СРС).

5.2. Понятие жизненного цикла экскурсионного продукта (1 ч. – практическое занятие в форме практической подготовки, 2 ч. – СРС).

5.3. Современные формы занятости экскурсовода и бизнес-процессы (1 ч. – практическое занятие в форме практической подготовки, 2 ч. – СРС).

*Практическая подготовка проводится в образовательной организации работодателями с целью освоения и усовершенствования профессиональных компетенций, связанных с видом профессиональной деятельности.*

#### **Раздел 6. Инновационные приёмы продвижения экскурсионных продуктов в информационном туристском пространстве.**

6.1. Понятие потенциальной целевой экскурсионной аудитории (0,5 ч. – практическое занятие в форме практической подготовки, 1 ч. – СРС).

6.2. Современные каналы продвижения экскурсионных продуктов (0,5 ч. – практическое занятие в форме практической подготовки, 1 ч. – СРС).

6.3. Основы контент-маркетинга для экскурсионных бизнес-проектов (компаний) (1 ч. – практическое занятие в форме практической подготовки, 2 ч. – СРС).

6.4. Современные методы оценки качества экскурсионных услуг (1 ч. – практическое занятие в форме практической подготовки, 1 ч. – СРС).

6.5. Приёмы и техника работы с обратной связью от экскурсантов (1 ч. – практическое занятие в форме практической подготовки, 1 ч. – СРС).

*Практическая подготовка проводится в образовательной организации работодателями с целью освоения и усовершенствования профессиональных компетенций, связанных с видом профессиональной деятельности.*

## **Раздел 7. Технологии формирования персонального бренда экскурсовода в контексте туристских пространств.**

7.1. Понятие персонального бренда экскурсовода и его связь с брендом экскурсионного продукта и туристским пространством (1 ч. – практическое занятие в форме практической подготовки, 1 ч. – СРС).

7.2. Значение персонального бренда в экскурсионной деятельности (1 ч. – практическое занятие в форме практической подготовки, 1 ч. – СРС).

7.3. Механика формирования персонального бренда экскурсовода и его продукта (1 ч. – практическое занятие в форме практической подготовки, 2 ч. – СРС).

7.4. Способы и формы продвижения персонального бренда экскурсовода в контекстах туристских пространств (1 ч. – практическое занятие в форме практической подготовки, 2 ч. – СРС).

*Практическая подготовка проводится в образовательной организации работодателями с целью освоения и усовершенствования профессиональных компетенций, связанных с видом профессиональной деятельности.*

*Практико-ориентированные задания для самостоятельной работы приведены в учебной тетради для самостоятельной работы слушателя.*

## **5. Формы аттестации и оценочные материалы**

Форма итоговой аттестации – зачёт, включающий в себя тестирование. Зачёт охватывает все компетенции, подлежащие совершенствованию, и (или) новые компетенции, сформированные в результате освоения программы.

Тест состоит из 10–20 вопросов, составленных на базе материалов всех разделов программы повышения квалификации. Зачёт считается сданным (получена оценка «зачтено»), если слушателем дано 65% и более правильных ответов на поставленные в тесте вопросы.

### **Примеры тестовых вопросов**

1. Задача приёма новизны экскурсионного материала заключается в стремлении:

А) Помочь экскурсантам стать участниками того события, которому

посвящена экскурсия

Б) Сделать восприятие наблюдаемого более эффективным

В) Дать возможность воссоздать картину событий

Г) Продемонстрировать инновационность экскурсии

2. К какому типу обеспечения экскурсионного процесса относятся аудиогиды?

А) техническому обеспечению;

Б) информационному обеспечению;

В) правовому обеспечению;

Г) аудиогиды не относятся к экскурсионной сфере.

3. Главным преимуществом современных технологий в процессе подготовки новой экскурсии является:

А) доступность информации;

Б) платный контент;

В) удобство экскурсантов;

Г) возможность облегчить работу экскурсовода.

4. Зачем мировые музеи создают онлайн-экспозиции?

А) чтобы приобщить к культуре широкие массы;

Б) чтобы сэкономить на посетителях;

В) чтобы сберечь музейные объекты от чрезмерного использования;

Г) в качестве услуги посещения музея лицами с ОВЗ.

5. Современные GPS-навигаторы помогают экскурсоводу:

А) в планировании и реализации обслуживания экскурсантов на маршруте;

Б) в составлении технологической карты экскурсии;

В) в написании контрольного текста экскурсии;

Г) в возможности заранее забронировать билет в музей для экскурсантов.

6. Google Art Project – это:

А) ресурс, объединяющий виртуальные музеи мира;

Б) рекламный сайт;

В) музей;

Г) смарт-платформа для разработки экскурсионных квестов.

7. Чем обусловлен факт того, что среди туристов растет популярность альтернативных способов получения экскурсионной информации без помощи экскурсовода – аудиогиды, различные мобильные приложения-интерактивные гиды, возможность считывания QR-кодов и получения информации и многое другое?

А) тенденцией роста индивидуального, самоорганизованного туризма

- Б) появлением большого числа достопримечательностей, которые не успевают атрибутировать и включить в экскурсионные программы;
- В) массовым распространением тенденций смартфонизации, голливудизации, фейсбукофикации и макдональдизации
- Г) тем, что экскурсоводы очень часто дают неактуальную информацию и проводят экскурсии по устаревшим методикам

8. Прямые трансляции экскурсий, которые специально проводятся для Интернет-аудитории, получили название:

- А) виртуальные экскурсии
- Б) VR-экскурсии
- В) онлайн-экскурсии
- Г) мультимедийные экскурсии

9. Совокупность образов, а также их характеристик, являющаяся объектом экскурсионного восприятия, планомерно сформированная экскурсоводом в ходе рассказа в экскурсии, представляющая собой кластерную форму взаимодействия информационных, методических, лексических и паралингвистических компонентов рассказа, получила наименование:

- А) Визуальный объект показа
- Б) Виртуальный объект показа
- В) Вербальный объект показа
- Г) Инновационный объект показа

10. Искусство донесения до экскурсанта поучительной информации с помощью занимательных рассказов, увлекательных историй, воспоминаний и историй из собственного опыта экскурсовода, которые возбуждают у человека эмоции и мышления, называют технологией:

- А) погружения в реальность
- Б) анимации
- В) вовлечения
- Г) сторителлинга

## 6. Организационно-педагогические условия реализации

### 6.1. Материально-технические условия

Материально-технические условия программы формируют среду, обеспечивающую освоение обучающимися образовательной программы.

Вид учебного занятия	Материально-технические условия
Учебные занятия с применением дистанционных образовательных технологий	Доступ педагогических работников и обучающихся к цифровой платформе обучения РГУТИС, ЭВМ с операционной системой, монитором или интегрированным экраном, аудиоколонками и (или) наушниками, доступом в сеть Интернет, браузером, мультимедийным программным обеспечением, веб-камерой, микрофоном, офисным программным пакетом, программами для работы с документами с расширением .pdf. Дополнительно для организаторов необходимы студия для видеозаписи занятий и проведения онлайн-занятий, программное обеспечение для создания онлайн-конференций, записи видео и потокового вещания, видеоредактор.
Самостоятельная работа слушателей	доступ к цифровой платформе обучения РГУТИС, ЭВМ с операционной системой, монитором или интегрированным экраном, аудиоколонками и (или) наушниками, доступом в сеть Интернет, браузером, мультимедийным программным обеспечением, офисным пакетом, программами для работы с документами с расширением .pdf.

### 6.2. Учебно-методическое и информационное обеспечение программы

В число учебно-методических материалов программы включены: учебная тетрадь, содержащая учебные материалы для самостоятельной работы слушателей, список рекомендуемой литературы и перечень информационных источников (является неотъемлемой частью программы повышения квалификации).

*Список рекомендуемой литературы:*

1. Инновации в экскурсионной работе: концепции, технологии, практика. Ч.1: Монография / колл. авторов; под ред. О.Е. Афанасьева. М.; Берлин: Директ-Медиа, 2021. 592с. URL: <https://www.directmedia.ru/book-600585-innovatsii-v-ekskursionnoy-rabote-kontseptsii-tehnologii/>
2. Инновации в экскурсионной работе: концепции, технологии, практика. Ч.2: Монография / колл. авторов; под ред. О.Е. Афанасьева. М.; Берлин: Директ-Медиа, 2021. 496с. URL: <https://www.directmedia.ru/book-600589-innovatsii-v-ekskursionnoy-rabote-kontseptsii-tehnologii/>
3. Гареев Р.Р. Инновации в гостиничном и туристском бизнесе: Учеб. пособ. М.: Кнорус, 2024. 228 с. URL: <https://book.ru/book/950548>

4. Звягинцева О.П. Инновации в индустрии туризма и гостеприимства: Монография. М.: Русайнс, 2020. 133 с. URL: <https://book.ru/book/939761>
5. Нижегородцев Р.М. Экономика инноваций: Учеб. пособ. М.: Русайнс, 2024. 153 с. URL: <https://book.ru/book/951614>
6. Наумов А.Ф., Захарова А.А. Инновационная деятельность предприятия: Учеб. М., 2021. 256 с. URL: <https://znanium.com/catalog/document?id=398534>
7. Черников В.Г. Инновации в сервисе: Учеб. пособ. М.: Русайнс, 2024. 193 с. URL: <https://book.ru/book/952942>
8. Управление инновационными проектами: Учеб. пособ. / В.Л. Попов, Н.Д. Кремлев, В.С. Ковшов; под ред. В.Л. Попова. М.: НИЦ ИНФРА-М, 2022. 336 с. URL: <https://znanium.com/catalog/document?id=400057>.
9. Рычкова Н.В. Маркетинговые инновации: Учеб. пособ. М.: Кнорус, 2023. 226 с. <https://book.ru/book/950075>
10. Малый инновационный бизнес в сфере туризма: Монография / А.Т.Васюкова, С.Т.Ахмедханова, М.В.Васюков. М.: Русайнс, 2020. 98 с. URL: <https://book.ru/book/934875>
11. Информационные технологии в туризме: Учеб. пособ. / В.Н. Бочарников, Е.Г. Лаврушина, Я.Ю. Блиновская. М.: Флинта, 2013. 258 с. URL: <https://znanium.ru/catalog/document?id=190366>
12. Баумгартен Л.В. Стандарты качества проведения экскурсий: Учеб. пособ. М.: Вузовский учебник, 2019. 96 с. URL: <https://znanium.ru/catalog/document?id=329853>
13. Матюхина Ю.А., Мигунова Е. Ю. Экскурсионная деятельность: Учеб. пособ. М.: КноРус, 2023. 223 с. URL: <https://book.ru/book/944926>

*Информационные материалы:*

1. Электронно-библиотечная система ZNANIUM URL: <https://znanium.com/> Круглосуточный доступ из любой точки посредством сети Интернет в многопользовательском режиме.
2. Электронно-библиотечная система BOOK.ru URL: <https://book.ru/> Круглосуточный доступ из любой точки посредством сети Интернет в многопользовательском режиме.
3. Справочная правовая система (СПС) КонсультантПлюс URL: <https://www.consultant.ru/> Круглосуточный доступ из любой точки посредством сети Интернет в многопользовательском режиме.
4. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов. URL: <http://fcior.edu.ru/> Доступ свободный
5. Официальный сайт ФГБОУ ВО «Российский государственный университет туризма и сервиса». URL: <https://rguts.ru/> Доступ свободный
6. Научная электронная библиотека E-library (информационно-справочная система). URL: <http://www.e-library.ru/> Доступ свободный
7. Информационная справочная система «Интернет-версия справочно-правовой системы «Гарант»» (информационно-правовой портал «Гарант.ру»). URL: <http://www.garant.ru/> Доступ свободный

8. Министерство экономического развития Российской Федерации. URL: <https://www.economy.gov.ru/> Доступ свободный
9. Научный журнал «Современные проблемы сервиса и туризма». URL: <https://stcc.rgutspubl.org/index.php/1> Доступ свободный
10. Научный журнал «Сервис в России и за рубежом». URL: <https://ruseservices.rgutspubl.org/index.php/1> Доступ свободный
11. ГОСТы по туризму и гостеприимству (информационно-справочная система). URL: <https://tour-vestnik.ru/gosty-po-turizmu> Доступ свободный

### **6.3. Кадровые условия**

Реализация программы обеспечивается ведущими преподавателями и научными работниками университета, других образовательных организаций, а также ведущими специалистами - представителями работодателей или их объединений в соответствующей области профессиональной деятельности, имеющими высшее образование.

Сведения о кадровом составе

Ф.И.О. преподавателя	Образование, вуз, специальность, квалификация	Место работы, должность Основное/дополнительное место работы	Учёная степень, учёное (почётное) звание	Стаж работы в области профессиональной деятельности, лет	Стаж научно-педагогической работы, лет		Наименование преподаваемой темы
					всего	в т. ч. по преподаваемой дисциплине (модулю)	
Афанасьев Олег Евгеньевич	Высшее, 2002 г. – Днепропетровский национальный университет; специальность «География», бакалавр, специалист; 2021 г. – ФГБОУ ВО «Российский государственный университет туризма и сервиса», специальность «Туризм», магистр	ФГБОУ ВО «Российский государственный университет туризма и сервиса», Высшая школа туризма и гостеприимства, профессор	доктор географических наук, доцент	22	22	22	<p>1.1. Введение в программу</p> <p>1.2. Понятие, природа и классификация инноваций, их роль в сфере туристско-экскурсионной деятельности</p> <p>1.3. Типология туристских пространств и особенности их вовлечения в экскурсионную деятельность</p> <p>1.4. «Экономика впечатлений» как основа инновационного экскурсионного продукта. Инновационные приёмы в экскурсионных продуктах</p> <p>3.2. Новые жанры творчества экскурсовода. Иммерсивные практики. Технологии импровизации. Новые форматы экскурсионных продуктов: стендап- и</p>

Ф.И.О. преподавателя	Образование, вуз, специальность, квалификация	Место работы, должность Основное/дополнительное место работы	Учёная степень, учёное (почётное) звание	Стаж работы в области профессиональной деятельности, лет	Стаж научно-педагогической работы, лет		Наименование преподаваемой темы
					всего	в т. ч. по преподаваемой дисциплине (модулю)	
							пауэрбанк-экскурсии 4.1. Технические инновации в экскурсионной работе
Афанасьева Александра Владиславовна	Высшее, 2004 г. – Днепропетровский национальный университет; направление подготовки «География», бакалавр; 2021 г. – ФГБОУ ВО «Российский государственный университет туризма и сервиса», направление подготовки «Туризм», магистр	ФГБОУ ВО «Российский государственный университет туризма и сервиса», Высшая школа туризма и гостеприимства, доцент	кандидат географических наук, доцент	20	20	20	2.1. Понятие цифровой грамотности и её значение для практики экскурсионной работы. Цифровые компетенции и сервисы в работе экскурсовода 2.2. Ресурсы туристской среды для экскурсовода
Багаутдинов Айрат Равилевич	Высшее, 2010 г. – ФГОУ ВПО «Казанский государственный архитектурно-строительный университет», специальность «Промышленное и гражданское строительство», инженер	ООО «Москва глазами инженера», директор	нет	13			1.5. Тренды инновационности в экскурсионной практике при репрезентации различных типов туристских пространств 1.6. Современная экскурсионная аудитория и особенности работы с ней в туристском пространстве
Блинова Елизавета Александровна	Высшее, 2011, НП ВПО - «Институт международных социально-гуманитарных связей», «Социальная работа»,	АНО «Агентство креативных индустрий» (Кинопарк «МосКино»), Менеджер отдела организационного	нет	7			3.4. Особенности экскурсионной работы в промышленных и промышленных

Ф.И.О. преподавателя	Образование, вуз, специальность, квалификация	Место работы, должность Основное/дополнительное место работы	Учёная степень, учёное (почётное) звание	Стаж работы в области профессиональной деятельности, лет	Стаж научно-педагогической работы, лет		Наименование преподаваемой темы
					всего	в т. ч. по преподаваемой дисциплине (модулю)	
	специалист по социальной работе, НП ВПО «Институт международных социально-гуманитарных связей», 2014 г., высшее образование – направление подготовки «Государственное и муниципальное управление», магистр	сопровождения Управления по координации организаций отдыха и оздоровления					пространствах
Борисенко Светлана Ильинична	Высшее, 1993 г. – Казанский государственный университет им. В.И. Ульянова-Ленина, специальность «Математика», квалификация – математик, преподаватель	ГБОУ школа №199 Приморского района Санкт-Петербурга, заведующая школьным музеем; экскурсовод-лектор (плательщик налога на профессиональный доход); ООО «Туристическая фирма «АВАНТУР», руководитель направления детского и семейного внутреннего туризма	нет	15			3.3. Инновационные подходы в работе с детской экскурсионной аудиторией: детские группы и дети в составе взрослых групп
Васильков Олег Геннадьевич	Высшее, 1981 г. – Московский ордена Ленина и ордена Октябрьской Революции авиационный институт им. С. Орджоникидзе, специальность «Прочность летательных аппаратов», квалификация – инженер-механик	Компания «Arvizio», генеральный директор	нет	8			4.2. AR, VR, MR-пространства в современной экскурсионной практике
Вебер Елена Александровна	Высшее, 1999 – Иркутский государственный лингвистический университет,	ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет», Институт	кандидат филологических наук, доцент	24	24	24	2.3. Понятие и приёмы интерпретации наследия в

Ф.И.О. преподавателя	Образование, вуз, специальность, квалификация	Место работы, должность Основное/дополнительное место работы	Учёная степень, учёное (почётное) звание	Стаж работы в области профессиональной деятельности, лет	Стаж научно-педагогической работы, лет		Наименование преподаваемой темы
					всего	в т. ч. по преподаваемой дисциплине (модулю)	
	специальность «Филология», квалификация –учитель английского и немецкого языков	филологии, иностранных языков и медиакоммуникации, доцент, руководитель программы магистратуры «Лингвистическое сопровождение туристической деятельности: основы интерпретации наследия, устного и письменного перевода»					различных туристских пространствах в практике экскурсовода
Ерофеева Елена Александровна	Высшее, 2006 – Могилёвский государственный университет им. А.А. Кулешова, специальность «История. Социально-политические дисциплины», квалификация - преподаватель	Экскурсовод, плательщик налога на профессиональный доход	нет	12			5.2. Понятие жизненного цикла экскурсионного продукта 5.3. Современные формы занятости экскурсовода и бизнес-процессы 7.3. Механика формирования персонального бренда экскурсовода и его продукта 7.4. Способы и формы продвижения персонального бренда экскурсовода в контекстах туристских пространств
Косова Юлия Алексеевна	Высшее, 2006 – ГОУ ВПО «Всероссийский заочный финансово-экономический	Экскурсовод, плательщик налога на профессиональный доход	нет	12			3.1. Особенности экскурсионной работы в некропольных

Ф.И.О. преподавателя	Образование, вуз, специальность, квалификация	Место работы, должность Основное/дополнительное место работы	Учёная степень, учёное (почётное) звание	Стаж работы в области профессиональной деятельности, лет	Стаж научно-педагогической работы, лет		Наименование преподаваемой темы
					всего	в т. ч. по преподаваемой дисциплине (модулю)	
	институт», специальность «Менеджмент организации», квалификация - менеджер						пространствах
МинаковаГалина Владимировна	Высшее, 2014 г. – НГОУ ВО «Московская академия предпринимательства при Правительстве Москвы», специальность «Финансы и кредит», квалификация экономист	ООО «Москва глазами инженера», экскурсовод, плательщик налога на профессиональный доход	нет	9			5.1. Современные формы профессиональной деятельности экскурсовода в отрасли, 7.1. Понятие персонального бренда экскурсовода и его связь с брендом экскурсионного продукта и туристским пространством 7.2. Значение персонального бренда в экскурсионной деятельности
Россинская Анастасия Николаевна	Высшее, 1996 г. – Московский педагогический государственный университет имени В.И. Ленина, специальность «География», квалификация – учитель географии и английского языка	ГАОУ ВО города Москвы «Московский городской педагогический университет», ведущий научный сотрудник Лаборатории социокультурных образовательных практик НИИ урбанистики и глобального образования	кандидат педагогических наук	28	28	28	1.7. Личностные черты, навыки soft skills и способности как основа профессионального мастерства экскурсовода 1.8. Инновационные коммуникативные техники в работе экскурсовода
Слепова Екатерина Сергеевна	Высшее, 2011 г. – НГОУ ВО «Московский гуманитарный университет», специальность «Культурология»,	Экскурсовод, плательщик налога на профессиональный доход	нет	12			6.1. Понятие потенциальной целевой экскурсионной аудитории 6.2. Современные

Ф.И.О. преподавателя	Образование, вуз, специальность, квалификация	Место работы, должность Основное/дополнительн ое место работы	Учёная степень, учёное (почётное) звание	Стаж работы в области професси ональной деятельно сти, лет	Стаж научно- педагогической работы, лет		Наименование преподаваемой темы
					всего	в т. ч. по преподаваем ой дисциплине (модулю)	
	квалификация культуролог						каналы продвижения экскурсионных продуктов 6.3. Основы контент- маркетинга для экскурсионных бизнес- проектов (компаний) 6.4 Современные методы оценки качества экскурсионных услуг 6.5. Приёмы и техника работы с обратной связью от экскурсантов