

МИНОБРАЗОВАНИЯ 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**

ПРИНЯТО:

Ученым Советом
ФГБОУ ВО «РГУТИС»
Протокол
от 1 октября 2025 г. № 3

УТВЕРЖДАЮ:

Директор Федерального ресурсного
центра подготовки кадров для
индустрии туризма и гостеприимства



С. А. Картошкин
(подпись) (Ф. И. О.)

М.П. «01» октября 2025 г.

**ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА –
ПРОГРАММА ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ**

«Искусственный интеллект в маркетинге средств размещения»

Программа повышения квалификации разработана совместно с
ООО «ТРАВЕЛ ЛАЙН СИСТЕМС» (Компания «TravelLine»)

Московская область, 2025

Руководитель программы:

доцент Высшей школы
бизнеса, менеджмента
и права РГУТИС



подпись

Е. А. Костромина

Согласовано:

заместитель директора
Федерального ресурсного
центра подготовки кадров
для индустрии туризма
и гостеприимства



подпись

И. В. Насикан

начальник департамента
методического обеспечения
учебного процесса
Федерального ресурсного
центра подготовки кадров
для индустрии туризма
и гостеприимства



подпись

Т. И. Оконникова

начальник департамента
внутреннего мониторинга
качества образования
Федерального ресурсного
центра подготовки кадров
для индустрии туризма и
гостеприимства



подпись

А. С. Кусков

Исх. № 432/25/1
от «11» 09 2025г.

РЕЦЕНЗИЯ

на дополнительную профессиональную программу –
программу повышения квалификации
«ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ
В МАРКЕТИНГЕ СРЕДСТВ РАЗМЕЩЕНИЯ»
(руководитель – Костромина Елена Александровна)

Применение искусственного интеллекта сегодня проникает во все сферы деятельности, в том числе, затрагивая и динамично развивающуюся отрасль туризма и гостеприимства. Современные требования к уровню сервиса и услуг, конкуренция внутри отрасли, требования, определенные законодательством и федеральными отраслевыми документами стратегического планирования, диктуют необходимость внедрения новых маркетинговых инструментов, в том числе с применением искусственного интеллекта.

Использование возможностей искусственного интеллекта при анализе рынка, целевой аудитории, формировании маркетинговой стратегии средств размещения поможет определить их конкурентные преимущества, а также вывести гостиничный сервис на новый уровень, включая и стремление к главной цели – всестороннему развитию в стране внутреннего и въездного туризма.

Представленная дополнительная профессиональная программа – программа повышения квалификации позволяет сформировать необходимые для достижения поставленных выше целей и задач знания, умения и навыки слушателей, что определяет ее несомненную актуальность и практическую значимость. Рецензируемая программа повышения квалификации имеет ярко выраженную практико-ориентированную направленность и включает в себя три раздела.

Раздел «Генеративный искусственный интеллект в маркетинге средств размещения» посвящен изучению основ использования искусственного интеллекта, в нем рассмотрены основные понятия и нормативно-правовая основа использования искусственного интеллекта, представлен обзор нейросетей, разобраны правила и технологии промт-инжиниринга (правила составления запроса для нейросетей), инструменты создания фото и видеоконтента в нейросетях, генерации текстов и ведения блога с помощью искусственного интеллекта. В разделе также представлены кейс и практикум применения искусственного интеллекта в средствах размещения, в том числе, специализированных.

Раздел «Использование искусственного интеллекта в аналитике и разработке маркетинговой стратегии средств размещения» нацелен на проведение исследований рынка, сегментация потребителей и создание портрета целевой аудитории с помощью искусственного интеллекта, аналитику данных и отчетность с помощью искусственного интеллекта, анализ ключевых слов и создание SEO-оптимизированного контента с помощью искусственного интеллекта, управление рентабельностью и загрузкой средства размещения с помощью искусственного интеллекта, интеграцию ИИ-инструментов в ежедневную работу маркетолога на примерах практики использования искусственного интеллекта в маркетинге малых средств размещения. В данном разделе предусмотрен разбор кейса «Разработка маркетинговой стратегии с помощью ИИ».

Раздел «Практикум «Использование TravelLine HotelGPT для заполнения личного кабинета средства размещения, работы с отзывами и создания сайта» отражает принципы работы с TL HotelGPT, отработки навыков создания личных кабинетов, работы с обратной связью и отзывами гостей с помощью нейросети, создания тарифов и специальных предложений с использованием искусственного интеллекта, генерации визуального контента в нейросети TL HotelGPT, использования клиентских чат-ботов на основе искусственного интеллекта.

Представленная на рецензирование дополнительная профессиональная программа – программа повышения квалификации «Искусственный интеллект в маркетинге средств размещения» будет полезна для маркетологов, менеджеров по продажам, владельцев и управляющих различных средств размещения: гостиниц, хостелов, санаториев, SPA-отелей, пансионатов, домов отдыха и др.

Выпускники дополнительной профессиональной программы – программы повышения квалификации «Искусственный интеллект в маркетинге средств размещения» приобретут компетенции, знания, умения и навыки, так необходимые для повышения эффективности маркетинговой деятельности в сфере гостеприимства с применением ИИ и других современных технологий.

Куликова Наталья Александровна
Генеральный менеджер отеля
Mantera Resort & Congress



РЕЦЕНЗИЯ
на дополнительную профессиональную программу –
программу повышения квалификации
«ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ
В МАРКЕТИНГЕ СРЕДСТВ РАЗМЕЩЕНИЯ»
(руководитель – Костромина Елена Александровна)

В современном мире все шире распространяется использование искусственного интеллекта, затрагивающего как повседневную жизнь, так и бизнес-процессы, в том числе в сфере гостеприимства. Так, средства размещения ищут пути продвижения своих услуг, формирования маркетинговых стратегий, позволяющих выделиться на фоне конкурентов, а также повысить качество сервиса, что позволяет сделать искусственный интеллект. Поэтому в структуре навыков современных управленцев и маркетологов в сфере гостиничного бизнеса освоение и применение принципов, технологий и инструментов искусственного интеллекта приобретают особую актуальность.

Однако особую актуальность приобретает и проблема подготовки квалифицированных специалистов, способных успешно и эффективно применять искусственный интеллект в процессе ведения маркетинговой деятельности. В определенной степени нивелировать имеющийся кадровый голод позволит рецензируемая программа повышения квалификации, которая ориентирована на практические знания, умения и навыки и опирается на опыт преподавателей – экспертов в сфере применения искусственного интеллекта в маркетинге. Рецензируемая программа включает три практико-ориентированных раздела.

Раздел «Генеративный искусственный интеллект в маркетинге средств размещения» раскрывает особенности и направления использования искусственного интеллекта в сфере гостеприимства, в том числе в экономическом, управленческом, организационном и правовом аспектах, представляет сведения об основных нейросетях, правилах составления запроса для нейросетей (промт-инжиниринг), инструментах создания фото и видеоконтента в нейросетях, генерации текстов и ведения блога с помощью искусственного интеллекта. Спикерами программы разработаны кейс и практикум применения искусственного интеллекта в средствах размещения, включая малые и специализированные.

Раздел «Использование ИИ в аналитике и создании маркетинговой стратегии средств размещения» знакомит слушателей с особенностями проведения исследований рынка, сегментации потребителей и создания портрета целевой аудитории с помощью искусственного интеллекта, аналитики данных и отчетность с помощью искусственного интеллекта, анализа ключевых слов и создания SEO-оптимизированного контента с помощью искусственного интеллекта, управления рентабельностью и загрузкой средства размещения с помощью искусственного интеллекта, интеграции ИИ-инструментов в ежедневную работу

маркетолога. Преподавателями программы также разработан и представлен практический кейс «Разработка маркетинговой стратегии с помощью ИИ».

Раздел «Практикум. Использование TravelLine HotelGPT для заполнения личного кабинета отеля и работы с отзывами» знакомит слушателей с принципами и технологиями работы TL HotelGPT, особенностями формирования навыков создания личных кабинетов, работы с обратной связью и отзывами гостей с помощью нейросети, создания тарифов и спецпредложений с использованием искусственного интеллекта, генерации визуального контента в нейросети TL HotelGPT, использования клиентских чат-ботов на основе ИИ. На примерах из собственной практики преподаватели-эксперты будут разбирать со слушателями кейсы, связанные с использованием нейросетей для маркетинговой работы средств размещения, в том числе малых и специализированных.

Представленная на рецензирование дополнительная профессиональная программа – программа повышения квалификации «Искусственный интеллект в маркетинге средств размещения» рекомендуется для маркетологов, менеджеров по продажам, владельцев и управляющих различных средств размещения: гостиниц, хостелов, санаториев, SPA-отелей, пансионатов, домов отдыха и др.

У выпускников программы будут сформированы необходимые для совершенствования маркетинговой деятельности средств размещения компетенции в сфере продвижения услуг, применении современных инструментов и технологий использования искусственного интеллекта и иных цифровых сервисов.

Рецензент /ФИО, должность/

Подпись рецензента

Деменев Алексей Владимирович

кандидат технических наук, доцент
Высшей школы сервиса ВО «РГУТИС»,
руководитель профиля образовательной
программы, 43.03.04 Сервис «Цифровые
сервисы для бизнеса», программный
директор Точки кипения-РГУТИС

Сергеев Деменев А.В. заверяю.

*Первый проректор
ФГБОУ ВО «РГУТИС»*



Новикова Н.Р.

1. Аннотация программы

1.1. Цель освоения программы: совершенствование и формирование новых компетенций в рамках имеющейся квалификации, необходимых для профессиональной деятельности в области использования искусственного интеллекта в маркетинге средств размещения.

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

1.3. Трудоемкость программы (в часах): 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 профессионального стандарта «Маркетолог» (утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 ноября 2023 года № 790н) в соответствии с обобщенной трудовой функцией А (6 уровень квалификации), профессионального стандарта «Руководитель/управляющий гостиничного комплекса/сети гостиниц» (утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 7 мая 2015 г. № 282н), в соответствии с обобщенной трудовой функцией А (6 уровень квалификации), а также с протоколом заседания с работодателями № 5 от 16 сентября 2025 г. в соответствии с запросами рынка труда отрасли (ДПК-1, ДПК-2, ДПК-3).

Таблица 1. Виды профессиональной деятельности и трудовые функции

Профессиональный стандарт / справочник квалификационных требований	Виды профессиональной деятельности	Обобщенная трудовая функция / функциональные обязанности (уровень квалификации)	Трудовая функция
Профессиональный стандарт «Маркетолог» (утвержден Приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 ноября 2023 года № 790н)	Организация маркетинговой деятельности и управление маркетинговой деятельностью	Маркетинговое исследование с использованием инструментов комплекса маркетинга А (6 уровень квалификации)	А/01.6 Подготовка к проведению маркетингового исследования; А/02.6 Проведение маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга
Профессиональный стандарт «Руководитель/управляющий гос-	Обеспечение эффективной деятельности гостиничных комплексов и	Управление текущей деятельностью департамен-	В/02.6 Взаимодействие с потребителями и

тиничного комплекса/сети гостиниц» (утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 7 мая 2015 г. № 282н)	иных средств размещения, оказание услуг размещения и питания	тов (служб, отделов) гостиничного комплекса В (6 уровень квалификации)	заинтересованными сторонами
---	--	--	-----------------------------

**Таблица 2. Профессиональные компетенции
в соответствии с видами профессиональной деятельности**

Виды деятельности	Перечень профессиональных компетенций в рамках имеющейся квалификации, качественное изменение которых осуществляется в результате обучения	Знания	Умения	Практический опыт
Организация маркетинговой деятельности и управление маркетинговой деятельностью	ПК-1 Способен осуществлять подготовку к маркетинговым исследованиям и проводить маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	– знает инструменты сбора и обработки информации с помощью искусственного интеллекта; – знает принципы системного анализа в маркетинге; – знает особенности подготовки к проведению маркетинговых исследований, в том числе с использованием искусственного интеллекта	– умеет применять методы сбора, и обработки маркетинговой информации для проведения маркетингового исследования с помощью инструментов ИИ; – умеет анализировать текущую рыночную ситуацию, проводить маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга и ИИ	– владеет методами и приемами планирования и проведения маркетингового исследования, определения маркетинговых инструментов, использования ИИ в целях исследования рынка гостиничных услуг; – владеет навыками эффективного использования ИИ для сбора, анализа и визуализации данных, а также для автоматизации процессов отчетности

	ДПК-1 Способен разрабатывать маркетинговые стратегии, основанные на ИИ-аналитике	– знает основные принципы работы искусственного интеллекта в контексте маркетинга сферы гостеприимства – знает ключевые метрики эффективности в гостиничном бизнесе; – знает принципы и особенности разработки маркетинговой стратегии с использованием ИИ на основе данных аналитики	– умеет собирать и интегрировать данные из различных источников для комплексного анализа рынка; – умеет использовать инструменты ИИ для анализа поведения гостей и сегментации рынка услуг; – умеет обосновывать выбор инструментов продвижения на основе данных ИИ и аналитики; – умеет оценивать эффективность маркетинговых решений	– владеет навыками работы с инструментами ИИ и аналитики, приемами ИИ-рекомендаций в области CRM и PMS для персонализации маркетинга; – владеет практическими навыками решения задач ИИ (формулирование промтов, написание отзывов, интерпретация выводов); – владеет навыками оценки эффективности маркетинговых решений на основе ИИ
	ДПК-2 Способен использовать генеративный искусственный интеллект для создания текстового и визуального контента в маркетинговых целях средства размещения	– знает основные возможности и ограничения генеративного искусственного интеллекта в создании текстового и визуального контента; – знает принципы работы текстовых и графических ИИ-моделей; – знает типы маркетингового контента в гостиничном бизнесе; – знает этические и правовые риски при использовании ИИ в работе средства размещения	– умеет формулировать эффективные промты для генерации текстов и изображений; – умеет редактировать и дорабатывать ИИ-контент; – умеет оценивать качество и релевантность сгенерированного контента; – умеет применять нормативно-правовые акты при использовании ИИ в работе средства размещения; – умеет внедрять решения в сфере ИИ в практику деятельности гостиницы	– владеет навыками работы с современными инструментами искусственного интеллекта и приемами SEO-оптимизации текстов, сгенерированных ИИ; – владеет навыками оценки качества и релевантности сгенерированного контента и последующего использования полученных результатов; – владеет навыками эффективного внедрения ИИ-решений в практику деятельности отеля

Обеспечение эффективной деятельности гостиничных комплексов и иных средств размещения, оказание услуг размещения и питания	ПК-2 Способен осуществлять взаимодействие с потребителями и заинтересованными сторонами	– знает возможности применения искусственного интеллекта в виртуальных коммуникациях; – знает особенности формирования уникального позиционирования гостиницы посредством персонализированного, SEO-оптимизированного и стилистически выдержанного контента; – знает этические нормы, правила вежливости и требования к стилю общения в цифровой среде, включая соблюдение деловой этики и защиту личных данных	– умеет эффективно управлять онлайн-репутацией, снижать нагрузку на персонал и повышать качество взаимодействия с гостями; – умеет использовать инструменты ИИ (например, нейросеть TravelLine HotelGPT) для ответа на отзывы гостей отеля; – умеет формировать персонализированные сообщения, сохраняя корпоративный стиль и эмоциональную вовлеченность; – умеет соблюдать нормативные предписания и правила деловой этики при работе с искусственным интеллектом	– владеет навыками работы с инструментами ИИ для автоматизации коммуникаций в средстве размещения с гостями; – владеет навыками выстраивания взаимодействия с заинтересованными сторонами при организации маркетинговой деятельности с использованием ИИ в гостинице; – владеет навыками создания тарифов и спецпредложений с использованием искусственного интеллекта, а также навыками создания и использования клиентских чат-ботов на основе искусственного интеллекта
---	--	--	--	---

2. Учебный план

№ п/п	Перечень модулей и разделов	Трудоемкость, час	Контактная работа, час			СРС
			Лек- ции	Практи- ческие занятия	в т.ч. в форме практиче- ской под- готовки	
1.	Генеративный искусственный интеллект в маркетинге средств размещения	26	4	6	5	16
1.1.	Искусственный интеллект: основные понятия, нормативно-правовая основа, обзор нейросетей	8	1	1	-	6
1.2.	Промт-инжиниринг: правила составления запроса для нейросетей	6	1	1	1	4
1.3	Инструменты создания фото- и видеоконтента в нейросетях	6	1	1	1	4
1.4.	Генерация текстов и ведение блога с помощью искусственного интеллекта	4	1	1	1	2
1.5.	Практика применения генеративного искусственного интеллекта в средствах размещения: решения, которые можно внедрить уже сегодня	2	-	2	2	-
2.	Использование искусственного интеллекта в аналитике и разработке маркетинговой стратегии средств размещения	30	7	9	9	14
2.1.	Проведение исследований рынка, сегментация потребителей и создание портрета целевой аудитории с помощью искусственного интеллекта	8	1	1	1	6
2.2.	Аналитика данных и отчетность с помощью искусственного интеллекта	6	2	2	2	2
2.3.	Анализ ключевых слов и создание SEO-оптимизированного контента с помощью искусственного интеллекта	6	1	1	1	4
2.4.	Управление рентабельностью и загрузкой средства размещения с помощью искусственного интеллекта	2	1	1	1	-
2.5.	Интеграция ИИ-инструментов в ежедневную работу маркетолога: практика использования искусственного интеллекта в маркетинге средств размещения	4	1	3	3	-
2.6.	Разработка маркетинговой стратегии с помощью искусственного интеллекта	4	1	1	1	2
3.	Практикум «Использование TravelLine HotelGPT для заполнения личного кабинета средства размещения, работы с отзывами и создания сайта»	16	1	9	9	6

3.1.	Создание личных кабинетов TravelLine. Основные принципы работы с TL HotelGPT	4	1	1	1	2
3.2.	Работа с обратной связью и отзывами гостей с помощью нейросети	6	-	2	2	4
3.3.	Создание тарифов и спецпредложений с использованием искусственного интеллекта	2	-	2	2	-
3.4.	Генерация визуального контента в нейросети TL HotelGPT для сайта	2	-	2	2	-
3.5.	Клиентские чат-боты на основе искусственного интеллекта	2	-	2	2	-
Итоговая аттестация		в форме зачета				
ИТОГО		72	12	24	23	36

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. Генеративный искусственный интеллект в маркетинге средств размещения

Тема 1.1. Искусственный интеллект: основные понятия, нормативно-правовая основа, обзор нейросетей. Что такое искусственный интеллект (ИИ). Роль ИИ в гостиничном бизнесе: автоматизация рутинных процессов, персонализация, маркетинг, аналитика. Ключевые задачи регулирования в сфере ИИ. Федеральный закон от 31.07.2020 г. № 258-ФЗ «Об экспериментальных правовых режимах в сфере цифровых инноваций в Российской Федерации». Безопасность и этика в сфере ИИ. Обзор популярных нейросетей и инструментов для отельного бизнеса: генерация текста (YandexGPT, GIGA.CHAT, ChatGPT, RuGPT, QWEN), генерация изображений (Кандинский, Шедеврум, Midjourney), видео и голос (Runway, Kandinsky, Suno AI, Riffusion), корпоративные решения (GIGA.CHAT, YandexGPT). Создание личного кабинета в нейросети <https://chat.qwen.ai> (1 ч – лекция; 1 ч. – практическое занятие, 6 ч. – самостоятельная работа).

Тема 1.2. Промт-инжиниринг: правила составления запроса для нейросетей. Понятие промта и промт-инжиниринга. Особенности составления промтов. Основные компоненты эффективного промта. Принципы написания качественного промта. Типы промтов и их применение в гостиничном маркетинге. Примеры составления промтов. Подготовка промтов под стандартные задачи маркетолога. Библиотека промтов (1 ч. – лекция, 1 ч. – практическое занятие в форме практической подготовки, 4 ч. – самостоятельная работа).

Тема 1.3. Инструменты создания фото- и видеоконтента в нейросетях. Проблемы традиционной съемки и преимущества ИИ. Требования к контенту, сформированному нейросетью. Особенности использования ИИ-контента в маркетинге средств размещения. Составление сценария и основной идеи видео. Визуализация смыслов. Обзор наиболее распространённых инструментов создания фото и видео-контента в целях продвижения средств размещения, особенности работы с ними. Подбор примеров и образов. Генерация изображения людей и избегание стереотипов. Оценка эффективности (1 ч. – лекция, 1 ч. – практическое занятие в форме практической подготовки, 4 ч. – самостоятельная работа).

Тема 1.4. Генерация текстов и ведение блога с помощью искусственного интеллекта. Блог как инструмент привлечения трафика. Типы контента для блога. Составление контент плана. Нейросети для генерации текстов и особенности работы с ними. Создание стилового гайда для искусственного интеллекта: как сохранить голос бренда средства размещения. Рейтинг текстов. Редактура текста. Шлифовка текста и KPI эффективности текстов (1 ч. – лекция, 1 ч. – практическое занятие в форме практической подготовки, 2 ч. – самостоятельная работа).

Тема 1.5. Практика применения генеративного искусственного интеллекта в средствах размещения: решения, которые можно внедрить

уже сегодня. Опыт использования инструментов генеративного искусственного интеллекта в продвижении специализированных средств размещения (кейс санаторно-курортной организации). Создание аудио- и видеоконтента с помощью нейросетей Qwen, Suno. Примеры создания текстового контента для сайта, социальных сетей, рассылок. Результаты использования генеративного искусственного интеллекта в маркетинге средств размещения (2 ч. – практическое занятие в форме практической подготовки).

Раздел 2. Использование искусственного интеллекта в аналитике и разработке маркетинговой стратегии средств размещения

Тема 2.1. Проведение исследований рынка, сегментация потребителей и создание портрета целевой аудитории с помощью искусственного интеллекта. Анализ конкурентной среды: рыночные данные, инструменты для анализа. Преимущества AL-сегментации. Сегментация гостей средства размещения на основе данных OTA и CRM с помощью искусственного интеллекта. Составление портрета потребителя на основании данных метрики и интересов. Эффективная работа с фокус-группами. Анализ эффективности ИИ-сегментирования. Прогнозирование рыночных тенденций с помощью машинного обучения. Формирование стратегии на основании ключевых метрик (1 ч. – лекция, 1 ч. – практическое занятие в форме практической подготовки, 6 ч. – самостоятельная работа).

Тема 2.2. Аналитика данных и отчетность с помощью искусственного интеллекта. Источники данных в гостиничном бизнесе: внешние (OTA, отзывы и др.) и внутренние (PMS, CRM и др.). Анализ отчетов из PMS-системы. Роли ИИ в аналитике: автоматизация, интерпретация, прогнозирование. Автоматизация сбора и обработки данных. Генеративная аналитика (инсайты, генерируемые ИИ). Прогнозная аналитика: уровень загрузки, средний чек, отток клиентов и т.п. Определение барьерных показателей. Причинно-следственный анализ. Обработка сырых данных с помощью ИИ. Автоматическая генерация графиков и рекомендаций. Настройка автоматических отчетов. Организация выводов по системе отчетности с помощью ИИ (2 ч. – лекция, 2 ч. – практическое занятие в форме практической подготовки, 2 ч. – самостоятельная работа).

Тема 2.3. Анализ ключевых слов и создание SEO-оптимизированного контента с помощью искусственного интеллекта. Роль SEO в маркетинге средств размещения. Анализ ключевых слов с помощью ИИ. Конкурентный SEO-анализ с ИИ. Генерация содержания на основе ключевых слов. Основные инструменты ИИ для анализа ключевых слов. Составление семантического ядра с помощью искусственного интеллекта. Деление семантического ядра по страницам сайта. Определение контент плана для покрытия семантического ядра. Бесконечное семантическое ядро на основании новостей и инфоповодов. Персонализированный контент для разных сегментов. Интеграция ИИ-контента в веб-сайт и маркетинг (1 ч. – лекция, 1 ч. – практическое занятие в форме практической подготовки, 4 ч. – самостоятельная работа).

Тема 2.4. Управление рентабельностью и загрузкой средства размещения с помощью искусственного интеллекта. Роль ИИ: переход от реактивного к прогнозирующему управлению доходами. Формирование планов по прибыли и загрузке мест размещения. Ключевые метрики эффективности (KPI) и их анализ с помощью ИИ. Ключевые показатели: цена заявки, цена продажи, средний чек, конверсии, прибыль. Динамическое ценообразование с помощью ИИ (1 ч. – лекция, 1 ч. – практическое занятие в форме практической подготовки).

Тема 2.5. Интеграция ИИ-инструментов в ежедневную работу маркетолога: практика использования искусственного интеллекта в маркетинге средств размещения. Маркетинг мини-отеля с помощью ИИ: как увеличить бронирования при минимальном бюджете. Практика автоматизации контент-маркетинга, работы с отзывами, ценообразование без сложных систем и создание продающих тарифов и спецпредложений с помощью ИИ. Построение клиентских сценариев на базе нейросетей. Интерактив: создание стратегии и внедрение ИИ-инструментов в реальный кейс. Практическая демонстрация работы с нейросетями (1 ч. – лекция, 3 ч. – практическое занятие в форме практической подготовки).

Тема 2.6. Разработка маркетинговой стратегии с помощью искусственного интеллекта. Использование ИИ-инструментов для разработки маркетинговой стратегии. Описание кейсов отеля Mantera Resort&Congress (Сочи): цели маркетинговой стратегии, этапы разработки маркетинговой стратегии с помощью ИИ, реализация маркетинговой стратегии. Как ИИ помогает повысить удовлетворенность гостей и доходы (1 ч. – лекция, 1 ч. – практическое занятие в форме практической подготовки, 2 ч. – самостоятельная работа).

Раздел 3. Практикум «Использование TravelLine HotelGPT для заполнения личного кабинета средства размещения, работы с отзывами и создания сайта»

Тема 3.1. Создание личных кабинетов TravelLine. Основные принципы работы с TL HotelGPT. Создание индивидуальных личных кабинетов под соответствующее средство размещения и настройка базового функционала. Основной функционал TL HotelGPT: генерация изображений, написание отзывов, создание описания номерного фонда, создание специальных предложений, написание текста рассылки и описания тарифа (1 ч. – лекция, 1 ч. – практическое занятие в форме практической подготовки, 2 ч. – самостоятельная работа).

Тема 3.2. Работа с обратной связью и отзывами гостей с помощью нейросети. Практикум. Разработка анкеты о качестве обслуживания, настройка синхронизации сбора отзывов с различных ОТА-каналов в личном кабинете TravelLine, анализ текущей эффективности ответа на отзывы гостей, создание примеров ответов на жалобы гостей с помощью TravelLine HotelGPT, сравнение эффективности ответа TravelLine HotelGPT на жалобы

гостей (2 ч. – практическое занятие в форме практической подготовки, 4 ч. – самостоятельная работа).

Тема 3.3. Создание тарифов и спецпредложений с использованием искусственного интеллекта. Практикум. Создание тарифов в личном кабинете TravelLine, создание описания тарифа и специальных предложений через HotelGPT, загрузка информации в личный кабинет. Сравнение текущего описания тарифа и специальных предложений. Создание дополнительных услуг и пакетных предложений с помощью понимания пути взаимодействия с гостем (2 ч. – практическое занятие в форме практической подготовки).

Тема 3.4. Генерация визуального контента в нейросети TL HotelGPT для сайта. Практикум. Генерация контента для сайта средства размещения, заполнение личного кабинета средства размещения, описание номеров, загрузка на официальный сайт (2 ч. – практическое занятие в форме практической подготовки).

Тема 3.5. Клиентские чат-боты на основе искусственного интеллекта. Практикум: подключение клиентских чат-ботов на сайт средства размещения, написание заявок и ответов на запросы гостей через демо-сайт. Использование автоматизированных решений на примере Jivo (2 ч. – практическое занятие в форме практической подготовки).

Практическая подготовка проводится в образовательной организации работодателями с целью освоения и совершенствования 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 – зачет, включающий в себя тестирование. Зачет охватывает все компетенции, подлежащие совершенствованию, и (или) новые компетенции, сформированные в результате освоения программы:

ПК-1 Способен осуществлять подготовку к маркетинговым исследованиям и проводить маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга;

ПК-2 Способен осуществлять взаимодействие с потребителями и заинтересованными сторонами;

ДПК-1 Способен разрабатывать маркетинговые стратегии, основанные на ИИ-аналитике;

ДПК-2 Способен использовать генеративный искусственный интеллект для создания текстового и визуального контента в маркетинговых целях средства размещения.

Тест состоит из 15-20 вопросов, составленных по материалам всех разделов программы повышения квалификации. Зачет считается сданным (получена оценка «зачтено»), если слушателем дано 65% и более правильных

ответов на поставленные в тесте вопросы. Тест включает одно задание, которое предполагает выполнение ситуационной или проблемной задачи или иной задачи с использованием полученных навыков и компетенций.

Примеры тестовых вопросов:

1. Какой из приведенных промтов наиболее эффективен для генерации описания номера «Люкс с видом на море» в стиле уютного бутик-отеля?
 - а) «напиши что-нибудь про номер»;
 - б) «описание номера люкс»;
 - в) «напиши продающее описание номера «Люкс с видом на море» для бутик-отеля в Сочи. Упор на уют, романтику, завтрак на террасе. До 150 слов, дружелюбный тон»;
 - г) «сделай текст про красивый номер».
2. Что из перечисленного является определением искусственного интеллекта (ИИ)?
 - а) программа для автоматизации Excel-таблицы;
 - б) способность машины имитировать человеческое мышление и обучение на данных;
 - в) любое программное обеспечение, работающее на компьютере;
 - г) создание технологических сайтов.
3. Какой тип контента в блоге чаще всего используется для привлечения органического трафика через поисковые системы?
 - а) личные истории автора;
 - б) рекламные посты о партнерах;
 - в) SEO-оптимизированные статьи с ответами на часто задаваемые вопросы (FAQ);
 - г) короткие мемы и картинки.
4. Какая функция искусственного интеллекта (ИИ) наиболее точно отражает задачи прогнозирования в гостиничной аналитике?
 - а) автоматическое формирование отчетов в Excel;
 - б) классификация отзывов по тональности;
 - в) прогнозирование загрузки на следующий год;
 - г) сбор данных из CRM в единую таблицу.
5. Что из перечисленного является основным преимуществом автоматизации сбора и обработки данных в гостиничном бизнесе?
 - а) полное исключение человеческого фактора в управлении средством размещения;
 - б) уменьшение количества сотрудников в отделе маркетинга;
 - в) снижение ошибок, экономия времени и возможность оперативно принимать решения на основе актуальных данных;
 - г) автоматическое повышение рейтинга отеля на OTA.

6. Организационно-педагогические условия реализации

6.1. Материально-технические условия:

Вид учебного занятия	Материально-технические условия
<i>Учебные занятия с применением дистанционных образовательных технологий</i>	Доступ педагогических работников и слушателей к цифровой платформе обучения РГУТИС, ЭВМ с операционной системой, монитором или интегрированным экраном, аудиокolonками 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.
<i>Самостоятельная работа слушателей</i>	доступ к цифровой платформе обучения РГУТИС, ЭВМ с операционной системой, монитором или интегрированным экраном, аудиокolonками и (или) наушниками, доступом в сеть Интернет, браузером, мультимедийным программным обеспечением, офисным пакетом, программами для работы с документами с расширением .pdf.
<i>Итоговая аттестация с использованием системы прокторинга</i>	Доступ к цифровой платформе обучения РГУТИС; ЭВМ с операционной системой (не ниже Windows 7+, macOS 10.12 «Sierra», Linux), монитором или интегрированным экраном или мобильное устройство (Android 4.4+ Chrome 72+, iOS 13+ Safari), веб-камерой (640x480, 15 кадров/с), микрофоном, аудиокolonками и/или наушниками; веб-браузер (Chrome 72+, Opera 59+, Firefox 66+, Edge 79+, Яндекс.Браузер 19.3+, Safari 12.x+); доступ в сеть Интернет (не менее 256 Кбит/с).

6.2. Учебно-методическое и информационное обеспечение программы

В число учебно-методических материалов программы включена 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. Федеральный закон от 24.11.1996 г. № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»:
https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462
2. Федеральный закон от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе»:
https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968
3. Федеральный закон от 31.07.2020 г. № 258-ФЗ «Об экспериментальных правовых режимах в сфере цифровых инноваций в Российской Федерации»: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_358738

4. Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года (утверждена распоряжением Правительства РФ от 20.09.2019 г. № 2129-п): https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_333756
5. Государственная программа Российской Федерации «Развитие туризма» (утверждена постановлением Правительства РФ от 24.12.2021 г. № 2439): https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_405703
6. Национальный проект «Туризм и гостеприимство» (введен приказом Минфина России от 11.06.2021 г. № 78н):
<https://национальныепроекты.пф/new-projects/turizm-i-gostepriimstvo/>
7. Андрейчиков А. В. Интеллектуальные информационные системы и методы искусственного интеллекта: учебник / А. В. Андрейчиков, О. Н. Андрейчикова. – М.: ИНФРА-М, 2024. – 530 с.
8. Баланов А. Н. Искусственный интеллект. Понимание, применение, перспективы: учебное пособие / А. Н. Баланов. – СПб.: Лань, 2025.
9. Боровская Е. В. Основы искусственного интеллекта: учебное пособие / Е. В. Боровская, Н. А. Давыдова. – М.: Лаборатория знаний, 2024.
10. Евстафьев В. А. Искусственный интеллект и нейросети: практика применения в рекламе: учебное пособие / В. А. Евстафьев, М. А. Тюков. – М.: Дашков и Ко, 2026. – 426 с.
11. Искусственный интеллект: от фундаментальных проблем к прикладным задачам: монография: в двух томах / под ред. Е. Н. Макаренко. – Ростов-на-Дону: ИПК РГЭУ (РИНХ), 2025. Электронный ресурс. – Режим доступа: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_80371765_86512582.pdf.
12. Крылов В. Нейросети для бизнеса и SMM / В. Крылов, А. Пыхтеев. – М.: Литрес, 2024.
13. Остроух А. В. Системы искусственного интеллекта: монография / А. В. Остроух, Н. Е. Суркова. – СПб.: Лань, 2024.
14. Цифровые технологии в сфере туризма: учебное пособие / Л. И. Иванова, С. В. Савина, К. К. Сирбиладзе [и др.]; под ред. О. Н. Цветковой. – М.: КноРус, 2025. – 351 с.
15. Шталь Б. К. Этика искусственного интеллекта. Кейсы и варианты решения этических проблем: монография / Б. К. Шталь, Д. Шредер, Р. Родригес. – М.: ВШЭ, 2025. – 202 с.
16. Шукалова Е. От промта к прибыли: Изучаем основы маркетинга с нейросетью / Е. Шукалова. – М.: Ridero, 2025.

Информационные материалы:

1. СПС «КонсультантПлюс»: <http://www.consultant.ru>
2. СПС «Гарант»: <http://www.garant.ru>
3. ИИ для отелей: <https://neuroshtat.ru/blog/ii-dlya-otelej-19-sposobov>
4. Нейросеть Qwen: <https://chat.qwen.ai/>
5. Нейросеть ChatGPT 4: <https://neiro-gpt.com>
6. Нейросеть GigaChat: <https://giga.chat>
7. Нейросеть HotelGPT: <https://www.travelline.ru/hotelgpt/#/text>

8. ТОП-30 лучших в мире нейросетей: <https://skillbox.ru/media/code/30-moshchnykh-neyrosetey-dlya-lyubykh-zadach>
9. ТОП-5 нейросетей для работы, которые доступны в России бесплатно и не требуют VPN: <https://vc.ru/ai/1997345-top-5-besplatnyh-neurosetej-dlya-raboty>
10. Генератор видео Runway AI (бесплатная пробная версия): <https://monica.im/ru/ai-models/runway>
11. Free Riffusion AI: бесплатная генерация музыки и произведений искусства с помощью ИИ: <https://www.riffusionai.com>

6.3. Кадровые условия

Реализация программы обеспечивается ведущими преподавателями и научными работниками университета, 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	Ученая степень, ученое (почетное) звание	Стаж работы в области профессиональной деятельности	Стаж научно-педагогической работы		Наименование преподаваемой темы
					Всего	В том числе по преподаваемой дисциплине (модулю)	
Катранжи Виталий Анатольевич	Высшее, Донецкая государственная академия управления, 2002, специальность «Менеджмент организации», квалификация «Магистр делового администрирования»	ИП «Катранжи Виталий Анатольевич»	-	23	-	-	1.2. Промт-инжиниринг: правила составления запроса для нейросетей; 1.3. Инструменты создания фото- и видеоконтента в нейросетях; 1.4. Генерация текстов и ведение блога с помощью искусственного интеллекта; 2.1. Проведение исследований рынка, сегментация потребителей и создание портрета целевой аудитории с помощью искусственного интеллекта; 2.2. Аналитика данных и отчетность с помощью искусственного интеллекта; 2.3. Анализ ключевых слов и создание SEO-оптимизированного контента с помощью искусственного интеллекта; 2.4. Управление рентабельностью и загрузкой средства размещения с помощью искусственного интеллекта
Костромина Елена Александровна	Высшее, Нижегородский государственный педагогический университет, 1997 г., специальность «Филология», квалификация «Учитель русского языка и литературы»; Нижегородский институт менеджмента и бизнеса, 2004 г., дополнительное образование по программе «Мастер делового администрирования»	Российский государственный университет туризма и сервиса, доцент Высшей школы бизнеса, менеджмента и права; филиал МУИВ в г. Сергиев Посад, заведующая кафедрой менеджмента и маркетинга	Кандидат филологических наук, доцент	28	26	24	1.1. Искусственный интеллект: основные понятия, нормативно-правовая основа, обзор нейросетей

	ния» (МВА); Российский государственный социальный университет, 2013 г., профессиональная переподготовка «Менеджер социальной сферы»; ЧУДПО «Международная бизнес академия», 2022 г., профессиональная переподготовка «Тренинг-менеджер (бизнес-тренер)»; Российский государственный университет туризма и сервиса, 2025 г., направление магистратуры «Гостиничное дело», квалификация «Магистр»						
Харина Елена Михайловна	Высшее, Новосибирский государственный педагогический университет (НГПУ), 1999 г., специальность «Физика и математика», квалификация «Учитель физики и математики»; Алтайский государственный университет, 2012 г., профессиональная переподготовка «Финансовое обеспечение малого и среднего бизнеса»	Санаторий «Алтайский замок» (г. Белокуриха), заместитель генерального директора по реформированию маркетинговой политики	-	25	-	-	1.5. Практика применения генеративного искусственного интеллекта в средствах размещения: решения, которые можно внедрить уже сегодня
Тимохов Федор Дмитриевич	Высшее, Московский институт стали и сплавов (МИСИС), 2006 г., направление «Электроника и микроэлектроника», квалификация: «Бакалавр техники и технологии по направлению «Электроника и микроэлектроника»»; Российский государственный университет туризма и сервиса, 2025 г.,	ООО «ТРЭВЕЛ ЛАЙН СИСТЕМС», менеджер по продвижению	-	25	5	5	3.1. Создание личных кабинетов TravelLine. Основные принципы работы с TL HotelGPT; 3.2. Работа с обратной связью и отзывами гостей с помощью нейросети; 3.3. Создание тарифов и спецпредложений с использованием искусственного интеллекта; 3.4. Генерация визуального контента в нейросети TL HotelGPT для сайта; 3.5. Клиентские чат-боты на основе искусственного интеллекта

	направление магистратуры «Гостиничное дело», квалификация «Магистр»						
Ласурия Виктория Николаевна	Высшее, Абхазский государственный университет, 2008 г., специальность «Английский язык», квалификация «Лингвист, преподаватель»; Российский государственный университет туризма и сервиса», 2025 г., направление магистратуры «Гостиничное дело», квалификация «Магистр»	ООО «Мантера Трэвел», руководитель направления бизнес-отелей	-	17	-	-	2.6. Разработка маркетинговой стратегии с помощью искусственного интеллекта
Родионцева Наталья Евгеньевна	Высшее, Курский государственный медицинский университет, 2007 г., специальность «Фармация», квалификация «Провизор»	Ассоциация «Новолипецкий Медицинский центр», руководитель службы маркетинга	-	18	-	-	2.5. Интеграция ИИ-инструментов в ежедневную работу маркетолога: практика использования искусственного интеллекта в маркетинге средств размещения