



Număr Proiect: 2023-1-EL01-KA220-VET-000158840

WP3: Dezvoltarea profilului ECVET și a planului de formare

Activitatea 3.3: Plan de instruire

Data limită: M12

Autor: CDEA

Contributori: ATLANTIS, ITS, TRAVEL2FIT, DLEARN, HELLO BUCOVINA

Propunere de plan de instruire

Proiectul Turism Etic bazat pe IA (EthAI Tour) recunoaște nevoia urgentă ca profesioniștii din industria turismului să dezvolte abilitățile și cunoștințele necesare pentru a naviga prin complexitatea inteligenței artificiale (IA) în munca lor zilnică. Pe măsură ce tehnologiile IA continuă să transforme peisajul turistic, este esențial ca părțile interesate din industrie să fie dotate cu competențele etice necesare pentru a asigura adoptarea responsabilă a IA.

Scopul principal este de a dota participanții cu expertiza necesară pentru a aplica inteligența artificială într-un mod etic și responsabil, promovând în cele din urmă o industrie turistică mai sustenabilă și mai echitabilă.

Acest plan de instruire prezintă obiectivele, modulele și rezultatele învățării pentru cursul de Turism Etic bazat pe IA. Acesta a fost conceput pentru a răspunde nevoilor profesioniștilor din turism din diverse medii și roluri, asigurându-se că participanții dobândesc o înțelegere cuprinzătoare a considerațiilor etice implicate în adoptarea IA în contextul lor specific.

Unitatea de instruire 1: Digitalizarea în turism

Ritmul rapid al progreselor tehnologice a revoluționat industria turismului, transformând modul în care companiile operează și interacționează cu clienții. Pentru a rămâne competitive și a oferi servicii de înaltă calitate, este esențial ca profesioniștii din turism să aibă o înțelegere solidă a peisajului digital. Această unitate de instruire, Digitalizarea în turism, își propune să doteze participanții cu cunoștințele și abilitățile necesare pentru a naviga prin complexitățile tehnologiei în turism.

Acest modul de instruire va aprofunda lumea digitalizării în turism, explorând impactul acesteia asupra diverselor aspecte ale industriei, inclusiv:

- Rolul tehnologiilor digitale (de exemplu, inteligența artificială, blockchain, rețelele sociale) în modelarea experiențelor clienților.
- Importanța luării deciziilor și a analizei bazate pe date în afacerile din turism.
- Strategii de adaptare la schimbarea comportamentului și așteptărilor consumatorilor
- Cele mai bune practici pentru implementarea unor campanii eficiente de marketing digital
- Înțelegerea preocupărilor și riscurilor de securitate asociate tranzacțiilor online

Printr-o combinație de prelegeri, discuții și exerciții practice de 27 de ore, participanții vor dobândi o înțelegere cuprinzătoare a peisajului digital din turism. Această actualizare a cunoștințelor este esențială pentru persoanele care au nevoie să își reîmprospăteze abilitățile sau să își extindă expertiza în acest domeniu.

După finalizarea acestei unități de instruire, participanții ar trebui să fie capabili să:

- Înțelegeți factorii cheie și tendințele care influențează digitalizarea în turism.
- Identificați oportunitățile și provocările asociate cu adoptarea tehnologiei în industrie.
- Dezvoltă strategii pentru integrarea tehnologiilor digitale în practicile lor de lucru.
- Recunoașterea importanței luării deciziilor bazate pe date în afacerile din turism

Acest modul de instruire este conceput pentru a fi în beneficiul persoanelor care au nevoie de familiarizare sau de o actualizare a cunoștințelor privind utilizarea tehnologiei în turism, inclusiv:

- Profesioniști din turism care doresc să își reîmprospăteze abilitățile și să se adapteze la cerințele în schimbare ale industriei.
- Antreprenori care doresc să dezvolte strategii de marketing digital pentru afacerile lor legate de turism
- Oricine este interesat să înțeleagă implicațiile digitalizării asupra economiilor și comunităților locale

Schiță de conținut

1. Prezentare generală a turismului digital

În peisajul turistic actual, aflat în rapidă schimbare, înțelegerea rolului transformării digitale este crucială pentru ca afacerile din domeniul ospitalității să rămână competitive. Acest modul vă va prezenta conceptele fundamentale și factorii cheie din spatele digitalizării turismului.

Transformarea digitală în turism

Revoluția digitală a transformat modul în care călătorii își caută, rezervă și își trăiesc vacanțele. Odată cu apariția agenților de turism online (OTA), a rețelelor sociale și a tehnologiei mobile, turiștii au acum acces inegalabil la informații, oferte și experiențe. Prin urmare, hotelurile, stațiunile și alte companii din domeniul turismului trebuie să se adapteze acestui nou peisaj prin adoptarea tehnologiilor digitale pentru a rămâne relevante.

Tehnologii cheie și impactul acestora

Mai multe tehnologii cheie modelează viitorul turismului digital, inclusiv:

- Integrarea Inteligenței Artificiale (IA) și a Învățărilor Automate (ML) în serviciul clienți și personalizare
- Utilizarea analizelor de big data pentru a informa strategiile de prețuri, a optimiza operațiunile și a îmbunătăți experiențele oaspeților
- Importanța designului axat pe mobil și a experienței utilizatorului pentru platformele și site-urile web de rezervări online
- Apariția asistenților vocali și a interfețelor conversaționale ca noi canale de interacțiune

Instrumente digitale cheie

Pentru a rămâne în fruntea acestui peisaj digital, afacerile din domeniul ospitalității trebuie să investească în instrumente digitale cheie care să eficientizeze operațiunile, să îmbunătățească experiențele clienților și să genereze venituri. Printre aceste instrumente esențiale se numără:

- Sisteme de administrare a proprietății (PMS) care permit gestionarea centralizată a datelor oaspeților, a alocării camerelor și a fluxurilor de lucru operaționale
- Manageri de canale care automatizează distribuția inventarului pe diverse canale de vânzări online
- Site-uri web și motoare de rezervări care oferă o experiență de utilizare fără probleme pentru oaspeți și facilitează rezervările directe
- Aceste instrumente digitale nu numai că îmbunătățesc eficiența, dar permit și companiilor să preia controlul asupra prezenței lor online, a relațiilor cu clienții și a fluxurilor de venituri.

2. Studii de piață și servicii pentru clienți

Înțelegerea pieței țintă este crucială pentru informarea deciziilor de afaceri și creșterea veniturilor. Acest modul va aprofunda lumea cercetării de piață, explorând cele mai eficiente metodologii pentru analiza tendințelor și colectarea de informații despre clienți.

Metodologii de cercetare și analiza tendințelor

Efectuarea unei cercetări de piață amănunțite implică selectarea metodologiei potrivite pentru nevoile afacerii dvs. Câteva abordări cheie includ:

- Metode de cercetare calitative și cantitative pentru a colecta informații detaliate de la clienți

- Tehnici de analiză a tendințelor pentru identificarea tiparelor și comportamentelor emergente pe piața turistică
- Sondaje, grupuri de discuții și instrumente de sondare online pentru colectarea de date de la publicul țintă

Serviciu Clienți Digital și Fidelizare

Furnizarea de servicii excepționale pentru clienți este esențială pentru fidelizarea clienților și fidelizarea acestora. În era digitală, acest lucru necesită o abordare multicanal care să vină în întâmpinarea clienților acolo unde se află aceștia – online, pe rețelele sociale și prin intermediul dispozitivelor mobile. Câteva considerații cheie includ:

- Utilizarea chatbot-urilor și a instrumentelor de chat live pentru a oferi asistență instantanee și a răspunde la întrebări frecvente
- Implementarea programelor de fidelizare și a schemelor de recompense pentru a stimula vizitele repetate și recomandările
- Utilizarea analizelor de social media pentru a monitoriza sentimentul și implicarea clienților

3. Managementul conținutului și comerțul electronic

În peisajul turismului digital, crearea și gestionarea conținutului de înaltă calitate este esențială pentru interacțiunea cu clienții, stimularea rezervărilor și stabilirea unei prezențe puternice a mărcii. Acest modul va explora conceptele cheie ale managementului de conținut, comerțului electronic și implementării sistemelor de rezervări online.

Creare, gestionare și programare de conținut

Crearea eficientă de conținut implică elaborarea unor povești captivante care să rezoneze cu publicul țintă. Pentru a gestiona eficient acest conținut, companiile trebuie să dezvolte strategii pentru:

- Programarea și publicarea de conținut pe mai multe canale, inclusiv rețele sociale, bloguri și buletine informative prin e-mail
- Utilizarea sistemelor de gestionare a conținutului (CMS) pentru organizarea și întreținerea unei biblioteci de resurse de conținut
- Crearea de conținut multimedia captivant, cum ar fi videoclipuri și imagini, pentru a îmbunătăți experiența oaspeților

Implementare sistem de comerț electronic și rezervări online

Implementarea unei platforme de comerț electronic este crucială pentru creșterea veniturilor și eficientizarea operațiunilor. Câteva aspecte cheie includ:

- Selectarea unei platforme de comerț electronic adecvate care se integrează cu sistemele existente și oferă o experiență de utilizare fără probleme
- Integrarea sistemelor de rezervări online pentru a permite rezervări directe și a optimiza gestionarea stocurilor
- Utilizarea gateway-urilor de plată și a procesării securizate a plăților pentru a proteja datele clienților și a asigura tranzacții fără probleme
- Prin implementarea unei strategii eficiente de comerț electronic, companiile își pot crește veniturile, pot reduce sarcinile administrative și pot îmbunătăți experiența generală a oaspeților.

4. Marketing digital și analiză de date

Marketingul eficient este crucial pentru a ajunge la publicul țintă și a interacționa cu acesta. Acest modul va explora conceptele cheie ale rețelelor sociale, optimizării pentru motoarele de căutare (SEO), marketingului prin e-mail, analizei datelor, vizualizării și aplicării lor în strategiile de afaceri.

Social Media, SEO și Marketing prin E-mail

Pentru a stabili o prezență online puternică, companiile trebuie să investească în canale de marketing digital care să ajungă la publicul lor țintă. Câteva aspecte cheie includ:

- Dezvoltarea unor strategii de social media care să utilizeze platforme precum Facebook, Instagram și Twitter pentru a interacționa cu clienții și a promova notorietatea mărcii
- Optimizarea conținutului site-ului web pentru motoarele de căutare prin tehnici SEO eficiente, cum ar fi cercetarea cuvintelor cheie și construirea de linkuri
- Crearea de campanii de marketing prin e-mail care oferă experiențe personalizate, promoții și actualizări abonaților
- Investind în canale de marketing digital, companiile pot crește vizibilitatea mărcii, pot genera rezervări și pot îmbunătăți implicarea clienților.

Analiza datelor, vizualizare și aplicarea lor în strategiile de afaceri

Pentru a lua decizii de afaceri informate și a stimula creșterea veniturilor, analiza datelor este esențială. Câteva aspecte cheie includ:

- Colectarea și analizarea unor seturi mari de date din diverse surse, cum ar fi analizele site-urilor web, valorile de pe rețelele sociale și feedback-ul oaspeților

- Vizualizarea datelor prin intermediul tablourilor de bord, diagramelor și graficelor pentru a identifica tendințe, oportunități și provocări
- Aplicarea informațiilor din date la strategiile de afaceri, cum ar fi stabilirea prețurilor, gestionarea stocurilor și campaniile de marketing

5. Web și CRM

O prezență online solidă este crucială pentru a ajunge la publicul țintă și a interacționa cu acesta. Acest modul va explora conceptele cheie ale designului web, managementului relațiilor cu clienții (CRM) și automatizării marketingului.

Principiile site-ului web și ale aplicației

Un site web sau o aplicație bine concepută poate face toată diferența în atragerea și fidelizarea clienților. Câteva aspecte cheie includ:

- Înțelegerea principiilor experienței utilizatorului (UX) pentru a crea o experiență online fluidă și intuitivă
- Dezvoltarea unor strategii de design mobile-first pentru a răspunde numărului tot mai mare de utilizatori de dispozitive mobile
- Implementarea tehnicilor de design responsiv pentru a asigura o experiență consistentă a utilizatorului pe toate dispozitivele
- Investind în designul eficient al site-urilor web, companiile pot crește vizibilitatea mărcii, pot genera rezervări și pot îmbunătăți implicarea clienților.

Software CRM pentru automatizarea marketingului

Un software CRM eficient este esențial pentru gestionarea relațiilor cu clienții, automatizarea campaniilor de marketing și stimularea creșterii veniturilor. Câteva aspecte cheie includ:

- Selectarea platformei CRM potrivite pentru a satisface nevoile afacerii, cum ar fi HubSpot, Salesforce sau Zoho
- Implementarea fluxurilor de lucru pentru automatizarea marketingului pentru a gestiona clienții potențiali, a personaliza experiențele și a optimiza ratele de conversie
- Utilizarea datelor și analizelor CRM pentru a lua decizii de afaceri, a urmări comportamentul clienților și a măsura succesul campaniilor

Obiective

Pentru a dota studenții cu cunoștințele, abilitățile și atitudinile necesare pentru a reuși în industria turismului digital, vor fi atinse următoarele obiective:

1. Implementarea strategiilor de marketing digital: Studenții vor învăța cum să dezvolte și să execute campanii eficiente de marketing digital pentru afacerile din turism, inclusiv social media, optimizare pentru motoarele de căutare (SEO), marketing prin e-mail și marketing de conținut.
2. Analizarea datelor și informarea deciziilor de afaceri: Studenții vor înțelege cum să colecteze, să analizeze și să vizualizeze date din diverse surse, inclusiv analize de site-uri web, feedback de la clienți și studii de piață. Vor învăța cum să aplice informațiile obținute din analiza datelor pentru a informa deciziile de afaceri și a stimula creșterea veniturilor.
3. Dezvoltarea și gestionarea site-urilor web, aplicațiilor și sistemelor de rezervare online**: Studenții vor dobândi abilitățile necesare pentru a proiecta, dezvolta și gestiona site-uri web, aplicații și sisteme de rezervare online pentru servicii turistice. Aceasta include înțelegerea principiilor experienței utilizatorului (UX), strategiilor de design mobile-first, tehnicilor de design responsive și implementării platformelor de comerț electronic.
4. Utilizarea software-ului CRM și aplicarea măsurilor de securitate cibernetică: Studenții vor învăța cum să selecteze și să implementeze software-ul CRM potrivit pentru automatizarea marketingului, cultivarea clienților potențiali și gestionarea relațiilor cu clienții. De asemenea, vor înțelege importanța măsurilor de securitate cibernetică în conformitate cu reglementările precum GDPR și PCI-DSS.
5. Efectuarea de cercetări de piață și analizarea tendințelor: Studenții vor dezvolta abilitățile necesare pentru a efectua cercetări de piață, a analiza tendințele și a aplica informațiile obținute din aceste analize în afacerile din turism. Aceasta include înțelegerea metodelor de cercetare calitativă și cantitativă, a tehnicilor de analiză a tendințelor și a principiilor de proiectare a sondajelor.
6. Demonstrarea unor abilități eficiente de servire a clienților, comunicare și rezolvare a problemelor: Studenții vor învăța cum să ofere servicii excepționale pentru clienți în contexte digitale, inclusiv răspunsul la recenzii online, rezolvarea reclamațiilor și interacțiunea cu clienții pe rețelele de socializare. De asemenea, vor înțelege importanța comunicării clare, a ascultării active și a abilităților de rezolvare a problemelor în mediile turistice digitale.

Prin atingerea acestor obiective, studenții vor fi bine pregătiți pentru a reuși în industria turismului digital și pentru a avea un impact pozitiv atât asupra afacerilor, cât și asupra clienților.

Unitatea de instruire 2: IA în turism

În peisajul digital actual, aflat în rapidă evoluție, Inteligența Artificială (IA) transformă modul în care companiile operează în industria turismului. Pentru a rămâne competitive și a oferi servicii excepționale, este esențial ca profesioniștii digitali și specialiștii în marketing din industria turismului să aibă o înțelegere solidă a IA și a aplicațiilor acesteia.

Acest modul de instruire, IA în turism, își propune să doteze participanții cu cunoștințele și abilitățile necesare pentru a valorifica puterea IA în practicile lor profesionale.

Printr-o combinație de prelegeri, discuții și exerciții practice de 27 de ore, participanții vor aprofunda lumea inteligenței artificiale în turism, explorând impactul acesteia asupra diverselor aspecte ale industriei, inclusiv:

- Rolul datelor și al inteligenței artificiale în personalizarea experiențelor clienților și optimizarea managementului veniturilor
- Chatbot-uri bazate pe inteligență artificială și asistenți virtuali pentru o implicare îmbunătățită a clienților
- Strategii pentru integrarea analizelor bazate pe inteligență artificială în procesul decizional de afaceri
- Cele mai bune practici pentru dezvoltarea campaniilor de marketing digital bazate pe inteligență artificială
- Înțelegerea riscurilor și prejudecăților potențiale asociate cu adoptarea inteligenței artificiale

După finalizarea acestei unități de instruire, participanții ar trebui să fie capabili să:

- Înțeleați conceptele cheie și beneficiile inteligenței artificiale în afacerile din turism.
- Identificați oportunități pentru integrarea instrumentelor și tehnologiilor bazate pe inteligență artificială în practicile lor de lucru.
- Dezvoltați strategii pentru valorificarea analizelor bazate pe inteligență artificială pentru a informa deciziile de afaceri.
- Recunoașteți importanța eticii și a atenuării prejudecăților atunci când implementați soluții de inteligență artificială.

Acest modul de instruire este conceput pentru a fi în beneficiul persoanelor care doresc să își dezvolte abilitățile în domeniul inteligenței artificiale și al aplicațiilor acesteia, inclusiv:

- Profesioniști din turism care doresc să își dezvolte abilitățile și să fie la curent cu tendințele industriei
- Oricine este interesat să înțeleagă implicațiile IA asupra economiilor și comunităților locale

Schiță de conținut

1. Fundamentele IA în turism

Industria turismului trece printr-o transformare semnificativă odată cu integrarea Inteligenței Artificiale (IA) și a Învățării Automate (ML). De la recomandări personalizate la analize predictive, IA are potențialul de a revoluționa modul în care experimentăm călătoriile și ospitalitatea. Cu toate acestea, valorificarea IA în turism necesită o înțelegere solidă a...

conceptele sale subiacente, provocările și aplicațiile practice.

În acest curs, „Fundamentele IA în turism”, studenții vor porni într-o călătorie de învățare captivantă care acoperă aspectele esențiale ale IA și ML în contextul turismului. Prin combinarea fundamentelor teoretice cu exemple practice, ne propunem să dotăm studenții cu cunoștințele și abilitățile necesare pentru a valorifica puterea IA pentru... luarea deciziilor informate și creșterea strategică.

În această secțiune fundamentală, studenții vor dobândi o înțelegere solidă a conceptelor fundamentale care stau la baza inteligenței artificiale (IA) și a tehnologiei automate (ML). Câteva considerații cheie includ:

- Definirea inteligenței artificiale și a tehnologiei automate: Înțelegerea a ceea ce sunt inteligența artificială și tehnologia automată, inclusiv definițiile lor și exemple de cazuri de utilizare
- Tipuri de învățare automată (ML): Explorați învățarea supravegheată și nesupravegheată, diferențele lor fundamentale și tipurile specifice de probleme pentru care sunt cele mai potrivite.
- Algoritmi ML: Introducerea diversilor algoritmi ML fundamentali, cum ar fi regresia linară, regresia logistică, arborii decizionali și K-mediile.
- turismului și ospitalității: Cum sunt aplicate inteligența artificială și învățarea automată în industria turismului și ospitalității, inclusiv chatboți pentru servicii clienți, instrumente de analiză a sentimentelor și sisteme de recomandări personalizate.

În această secțiune practică, studenții vor dezvolta abilități practice pentru a valorifica analizele pentru luarea unor decizii informate. Câteva considerații cheie includ:

- Înțelegerea analizei descriptive și predictive: Pătrundeți în lumea analizei descriptive și predictive, unde vor învăța cum să utilizeze tehnicile de inteligență artificială și învățare automată pentru a analiza seturi de date complexe.

- Tehnici de prognoză a cererii: Explorați diverse metode de prognoză a cererii, inclusiv analiza de regresie și prognoza seriilor temporale.
- Strategii de stabilire a prețurilor: Cum se utilizează analiza predictivă pentru a optimiza strategiile de stabilire a prețurilor în industria ospitalității.
- Aplicații în lumea reală: Exemple de analiză hotelieră în acțiune, inclusiv aplicații indicative în predicția ocupării și a tarifelor camerelor, segmentarea oaspeților și analiza datelor de rezervări.

2. Implementarea IA în turism

Industria turismului se află într-un punct de inflexiune, în care integrarea inteligenței artificiale a creat noi oportunități de creștere, inovare și satisfacție a clienților. Cu toate acestea, implementarea eficientă a inteligenței artificiale necesită o înțelegere profundă a conceptelor sale fundamentale, a provocărilor, a aplicațiilor practice și a considerațiilor tehnice.

În acest curs, „Implementarea IA în turism”, studenții vor porni într-o călătorie de învățare captivantă care explorează diversele moduri în care IA poate fi implementată în industria turismului. Prin combinarea fundamentelor teoretice cu exerciții practice, ne propunem să dotăm studenții cu cunoștințele și abilitățile esențiale necesare pentru a utiliza soluții bazate pe IA care stimulează eficient succesul afacerilor.

Serviciu clienți bazat pe inteligență artificială: Chatbots și asistenți virtuali

În această secțiune, studenții vor învăța cum să integreze serviciile pentru clienți bazate pe inteligență artificială în industria turismului. Câteva aspecte cheie includ:

- Introducerea chatboților: Înțelegerea conceptului de chatboți și asistenți virtuali, inclusiv beneficiile și limitele acestora.
- Rolul Prelucrării Limbajului Natural (NLP): Explorați modul în care NLP poate fi utilizat pentru dezvoltarea chatbot-urilor, inclusiv tehnici de analiză text și analiză a sentimentelor.
- Aplicații în lumea reală: Exemple de servicii pentru clienți bazate pe inteligență artificială în acțiune, inclusiv aplicații orientative în serviciile de concierge hotelieră, asistența pentru clienți a companiilor aeriene și întrebări frecvente despre operatorii turistici.

Sisteme de recomandare și experiențe personalizate

În această secțiune, studenții vor învăța cum să valorifice sistemele de recomandare și experiențele personalizate care utilizează inteligența artificială. Câteva aspecte cheie includ:

- Înțelegerea sistemelor de recomandare: Înțelegerea conceptului de sisteme de recomandare, inclusiv a beneficiilor și limitelor acestora.
- Algoritmi ML: Explorați utilizarea algoritmilor ML în sistemele de recomandare, inclusiv filtrarea colaborativă și tehnicile de filtrare bazate pe conținut.
- Aplicații în lumea reală: Exemple din lumea reală de sisteme de recomandare bazate pe inteligență artificială în acțiune, inclusiv aplicații indicative în programele de fidelizare hotelieră și itinerarii personalizate ale operatorilor turistici.

Crearea de conținut cu ajutorul inteligenței artificiale: Modele generative

În această secțiune, studenții vor învăța cum să genereze conținut utilizând aplicații de inteligență artificială generativă. Câteva considerații cheie includ:

- Înțelegerea IA generativă: Înțelegeți conceptul de IA generativă, inclusiv beneficiile și limitele acesteia.
- Generare de conținut bazat pe inteligență artificială: Creați conținut bazat pe inteligență artificială care să răspundă nevoilor diverse ale clienților.
- Aplicații în lumea reală: În această secțiune, studenții vor vedea exemple din lumea reală de creare de conținut bazat pe inteligență artificială în acțiune, inclusiv aplicații indicative în campaniile de marketing hotelier și conținut de social media pentru operatorii turistici.

3. Aplicații avansate de inteligență artificială

Inteligența artificială devine din ce în ce mai sofisticată și omniprezentă. În acest curs avansat, vom aprofunda cele mai recente aplicații de inteligență artificială care vă pot transforma afacerea, pot îmbunătăți experiențele clienților și pot stimula creșterea.

În cadrul cursului „Aplicații avansate de inteligență artificială”, veți învăța cum să valorificați puterea inteligenței artificiale pentru a crea soluții inovatoare care să răspundă nevoilor diverse ale clienților. Prin stăpânirea acestor tehnologii de ultimă generație, veți putea fi cu un pas înaintea concurenței și veți valorifica tendințele emergente din industria turismului.

Prelucrarea limbajului natural pentru analiza sentimentelor și servicii multilingve

În această secțiune, studenții vor învăța despre tehnicile NLP pentru analiza sentimentelor și serviciile multilingve. Câteva considerații cheie includ:

- Înțelegerea NLP-ului: Înțelegeți conceptul de NLP, inclusiv beneficiile și limitele sale.
- Sisteme de analiză a sentimentelor: Utilizarea instrumentelor de analiză a sentimentelor care pot detecta emoțiile și preferințele clienților din date textuale.

- Servicii multilingve: Explorarea utilizării NLP în serviciile multilingve, inclusiv, cu titlu indicativ, traducerea automată și tehnicile de identificare a limbii.
- Aplicații în lumea reală: În această secțiune, studenții vor vedea exemple din lumea reală de analiză a sentimentelor bazată pe NLP și servicii multilingve în acțiune, inclusiv aplicații indicative în serviciile de concierge hotelieră, gestionarea rețelelor sociale ale operatorilor de turism și asistență clienți multilingvă.

Realitate virtuală și augmentată în turism

În această secțiune, studenții vor învăța despre tehnologiile de realitate virtuală și augmentată (VR/AR) din industria turismului. Câteva considerații cheie includ:

- Înțelegerea VR/AR: Înțelegeți conceptul de VR/AR, inclusiv beneficiile și limitele sale.
- Promovarea experiențelor imersive: Cum pot fi utilizate tehnologiile VR/AR pentru a transporta clienții către destinații și medii noi.
- Funcții bazate pe inteligență artificială: Explorați utilizarea funcțiilor bazate pe inteligență artificială în aplicațiile VR/AR, inclusiv, cu titlu indicativ, tehnici de urmărire a obiectelor.
- Aplicații în lumea reală: Vedeți exemple din lumea reală de experiențe turistice bazate pe VR/AR în acțiune, inclusiv aplicații orientative în tururile virtuale ale hotelurilor și marketingul destinațiilor.

Management de proiect cu inteligență artificială

În această secțiune, studenții vor învăța despre tehnicile de management de proiect bazate pe inteligență artificială în industria turismului. Câteva considerații cheie includ:

- Înțelegerea elementelor fundamentale ale managementului de proiect: Înțelegeți elementele de bază ale managementului de proiect, inclusiv domeniul de aplicare, programul, bugetul și alocarea resurselor.
- Aplicarea instrumentelor bazate pe inteligență artificială: Explorați utilizarea instrumentelor bazate pe inteligență artificială în managementul proiectelor, inclusiv analiza predictivă și automatizarea, în mod indicativ.
- Gestionarea echipelor virtuale: Învățați cum să gestionați echipe virtuale folosind instrumente de comunicare și colaborare bazate pe inteligență artificială.
- Integrarea analizei datelor: Integrați analiza datelor cu tehnicile de management de proiect pentru a optimiza proiectele turistice și a îmbunătăți eficiența.
- Aplicații în lumea reală: Vedeți exemple din lumea reală de management de proiect bazat pe inteligență artificială în acțiune, inclusiv aplicații orientative în sistemele de administrare a proprietăților hoteliere și coordonarea proiectelor tur-operatorilor.

Obiective

1. Înțelegerea conceptelor fundamentale de inteligență artificială (IA) și învățare automată (ML) în sectorul turismului și ospitalității: Studenții vor învăța principiile fundamentale ale inteligenței artificiale (IA) și ML și modul în care aceste tehnologii pot fi aplicate eficient în afacerile din turism. Vor dobândi informații despre analiza predictivă, automatizarea afacerilor și sistemele de recomandare pentru a îmbunătăți eficiența operațională și experiențele clienților în industria turismului.
2. Explorarea soluțiilor de inteligență artificială: Studenții vor explora diverse implementări de inteligență artificială relevante pentru turism și ospitalitate, cum ar fi chatbotii, serviciul clienți bazat pe inteligență artificială, algoritmi dinamici de stabilire a prețurilor și sistemele de prognoză a cererii. Vor învăța cum să încorporeze instrumente bazate pe inteligență artificială pentru a îmbunătăți luarea deciziilor de afaceri și strategiile de implicare a clienților.
3. Proiectarea experiențelor bazate pe inteligență artificială: Studenții vor dezvolta abilități pentru a proiecta experiențe personalizate pentru clienți folosind analiza datelor și sisteme de recomandare cu ajutorul inteligenței artificiale. Aceasta include utilizarea ML pentru a analiza segmentele de clienți, preferințele acestora și pentru a crea experiențe de călătorie extrem de personalizate, adaptate nevoilor individuale.

Unitatea de instruire 3: IA etică în turism

În industria turismului de astăzi, aflată în continuă evoluție și într-un ritm rapid, integrarea Inteligenței Artificiale (IA) a devenit o realitate. De la recomandări personalizate de călătorie la chatboți care facilitează comunicarea cu clienții, tehnologiile IA au îmbunătățit semnificativ modul în care operează afacerile. Cu toate acestea, deoarece IA continuă să joace un rol din ce în ce mai important, este esențial ca profesioniștii din industria turismului să își dezvolte abilitățile în principiile etice ale IA, gestionarea confidențialității datelor și conformitatea cu reglementările.

Această unitate de instruire de 27 de ore, intitulată „IA etică în turism”, a fost concepută special pentru nevoile dumneavoastră. Ca profesionist în industria turismului, înțelegeți importanța construirii încrederii și a oferirii unor experiențe excepționale clienților. Această unitate de instruire vă va oferi cunoștințele și expertiza necesare pentru a naviga în peisajul complex al practicilor etice de IA, asigurându-vă că afacerea dumneavoastră nu numai că rămâne competitivă, dar respectă și cele mai înalte standarde de integritate.

Industria turismului este poziționată într-un mod unic, la intersecția dintre tehnologie, interacțiune umană și sensibilitate culturală. Ca atare, necesită o abordare cuprinzătoare a implementării inteligenței artificiale, care să prioritizeze etica, transparența și responsabilitatea. Această unitate de instruire va aprofunda principiile de bază ale inteligenței artificiale etice, inclusiv:

- Corectitudine și transparență: Înțelegeți cum să vă asigurați că procesele decizionale bazate pe inteligență artificială sunt transparente, explicabile și imparțiale.
- Confidențialitate și protecția datelor: Aflați despre reglementările privind protecția datelor (de exemplu, GDPR, CCPA) și cele mai bune practici pentru gestionarea datelor clienților în industria turismului.
- Conformitate cu reglementările: Rămâneți la curent cu cerințele legale și standardele legate de adoptarea inteligenței artificiale în regiunea dvs. sau la nivel global.

După finalizarea acestei unități de instruire de 27 de ore, studenții vor fi capabili să:

- Înțelegerea principiilor etice cheie: Recunoașterea importanței corectitudinii, transparenței, responsabilității și responsabilității în procesele decizionale bazate pe inteligență artificială.
- Aplicați practici de gestionare a confidențialității datelor: Implementați politici și proceduri eficiente de protecție a datelor care să fie aliniate cu reglementările globale.
- Asigurați conformitatea cu reglementările: Rămâneți la curent cu legile și reglementările relevante legate de adoptarea inteligenței artificiale în jurisdicția dumneavoastră.

- Dezvoltați un cadru etic cuprinzător: Integrați considerațiile etice în modelul dvs. de afaceri, asigurând sustenabilitatea și credibilitatea pe termen lung.

Acest modul de instruire este conceput pentru a fi în beneficiul persoanelor care doresc să își dezvolte abilitățile în domeniul inteligenței artificiale și al aplicațiilor acesteia, inclusiv:

- Profesioniștii din turism care doresc să integreze inteligența artificială în operațiunile lor de afaceri, cum ar fi managerii de hoteluri, agenții de turism, operatorii turistici și reprezentanții consiliilor de turism.
- Echipele de marketing digital doresc să utilizeze instrumente bazate pe inteligență artificială pentru experiențe personalizate ale clienților în industria turismului.
- Analisti de date și oameni de știință interesați să înțeleagă cum să colecteze, să gestioneze și să analizeze date legate de comportamentul și preferințele turiștilor.
- Responsabili cu conformitatea reglementărilor care doresc să fie la curent cu cele mai recente reglementări și standarde care guvernează utilizarea inteligenței artificiale în turism.

Schiță de conținut:

1. Fundamentele IA etică în turism

Inteligența artificială (IA) a devenit din ce în ce mai omniprezentă în viața noastră de zi cu zi, de la asistenți virtuali precum Siri și Alexa, la mașini autonome și recomandări personalizate de produse. Cu toate acestea, pe măsură ce IA continuă să crească în putere și influență, există o îngrijorare tot mai mare cu privire la impactul său potențial asupra societății. Aici intervine IA etică.

IA etică se referă la practica de proiectare și implementare a sistemelor de IA care prioritizează valorile umane, cum ar fi corectitudinea, transparența, responsabilitatea și respectul pentru drepturile și demnitatea individuală. Aceasta implică luarea în considerare a potențialelor consecințe ale deciziilor și acțiunilor legate de IA asupra diverselor părți interesate, inclusiv indivizi, comunități și societate în general.

Industria turismului se bazează din ce în ce mai mult pe inteligența artificială (IA) pentru a îmbunătăți experiențele clienților, a eficientiza operațiunile și a spori procesul decizional. Cu toate acestea, pe măsură ce IA devine tot mai omniprezentă, este esențial să se stabilească o bază solidă pentru practici etice de IA în industrie.

Noțiuni de bază despre etică și inteligență artificială

Pentru a crea sisteme de inteligență artificială etice, dezvoltatorii trebuie să ia în considerare câteva principii cheie:

- Echitate: Sistemele de IA nu ar trebui să discrimineze sau să dezavantajeze niciun grup anume de persoane.
- Transparență: Procesele decizionale ale sistemelor de inteligență artificială ar trebui să fie explicabile și ușor de înțeles pentru oameni.
- Responsabilitate: Cei responsabili de dezvoltarea și implementarea sistemelor de inteligență artificială ar trebui să fie trași la răspundere pentru acțiunile lor.
- Respectarea drepturilor și demnității omului: Sistemele de IA nu ar trebui să încalce drepturile sau demnitatea individuală, inclusiv dreptul la viață privată.

Gestionarea confidențialității datelor și conformitatea cu GDPR

Regulamentul general privind protecția datelor (RGPD) stabilește un standard înalt pentru protejarea drepturilor persoanelor la viață privată, ceea ce este relevant în special în industria turismului, unde sunt adesea colectate și prelucrate date sensibile ale clienților.

- Pseudonimizare: Protejarea datelor cu caracter personal prin utilizarea de pseudonime sau coduri în locul numelor reale.
- Minimizarea datelor: Colectați și prelucrați doar cantitatea minimă de date cu caracter personal necesară pentru luarea deciziilor privind inteligența artificială.
- Drepturile persoanelor vizate: Asigurați-vă că clienții au control asupra propriilor date, inclusiv dreptul de acces, rectificare, ștergere, restricționare a prelucrării, dreptul de a se opune creării de profiluri și dreptul la portabilitatea datelor.
- Măsuri de securitate: Implementați protocoale de securitate robuste pentru a preveni accesul, utilizarea sau divulgarea neautorizată a datelor cu caracter personal.

Strategii de detectare și atenuare a prejudecăților

Sistemele de inteligență artificială pot perpetua prejudecăți dacă sunt antrenate pe baza unor date părtinitoare sau dacă sunt concepute având în vedere o anumită perspectivă. Strategii cheie pentru detectarea și atenuarea prejudecăților în sistemele de inteligență artificială legate de turism:

- Audit regulat: Revizuiți și auditați periodic procesele decizionale legate de inteligența artificială pentru a identifica potențialele prejudecăți.
- Diversitatea datelor: Asigurați-vă că datele utilizate pentru antrenarea sistemelor de inteligență artificială sunt diverse, reprezentative și lipsite de părtinire.
- Supraveghere umană: Implementați procese umane de revizuire și aprobare pentru conținutul sau recomandările generate de inteligența artificială.
- Monitorizare continuă: Monitorizați continuu performanța sistemului de inteligență artificială și ajustați-o după cum este necesar pentru a preveni prejudecățile.

IA etică-neetică

- IA etică: Concepută având în vedere valorile umane, prioritizând corectitudinea, transparența, responsabilitatea și respectul pentru drepturile și demnitatea individuală.
- IA neetică: Dezvoltată fără a lua în considerare valorile umane, putând duce la rezultate părtinitoare sau discriminatorii.

Exemple de inteligență artificială etică în turism

- Itinerarii personalizate: platforme de planificare a călătoriilor bazate pe inteligență artificială care oferă itinerarii personalizate pe baza preferințelor clienților, asigurând în același timp transparența cu privire la colectarea și prelucrarea datelor.
- Sisteme de recomandare hotelieră: sisteme de recomandare hotelieră bazate pe inteligență artificială care prioritizează recenziile, evaluările și feedback-ul clienților pentru a asigura corectitudinea și acuratețea.
- Campanii de marketing pentru destinații: conținut generat de inteligență artificială pentru campanii de marketing pentru destinații care respectă culturile, limbile și obiceiurile locale.
- Orientări etice privind inteligența artificială: Un set de principii pentru dezvoltarea și implementarea unor sisteme de inteligență artificială fiabile, punând accent pe transparență, responsabilitate și respect pentru drepturile și demnitatea omului.

2. Transparență și cadre etice

În contextul Inteligenței Artificiale (IA) în turism, transparența și cadrele etice sunt cruciale pentru construirea încrederii clienților. Aceste cadre asigură că procesele decizionale legate de IA sunt clare, explicabile și aliniate cu valorile umane.

- Explicații clare: Oferiți explicații detaliate despre modul în care sistemele de inteligență artificială iau decizii, inclusiv datele utilizate și algoritmi folosiți.
- Transparența datelor: Dezvăluiți ce date cu caracter personal sunt colectate, stocate și prelucrate de sistemele de inteligență artificială.
- Supraveghere umană: Asigurați-vă că evaluatorii și auditorii umani au acces la procesele decizionale bazate pe inteligență artificială și pot oferi feedback cu privire la acuratețea și corectitudinea acestora.
- Responsabilitate: Stabilirea unor responsabilități clare pentru deciziile și acțiunile legate de inteligența artificială în cadrul organizațiilor.

Tehnici de inteligență artificială explicabile

Tehnicile de inteligență artificială explicabilă (XAI) sunt concepute pentru a face procesele complexe de luare a deciziilor bazate pe inteligență artificială mai transparente și mai ușor de înțeles pentru oameni. În turism, XAI poate ajuta la asigurarea faptului că recomandările și deciziile bazate pe inteligență artificială sunt corecte, precise și centrate pe client.

Aplicarea principiilor etice aplicațiilor de inteligență artificială în turism

Aplicațiile de inteligență artificială din turism trebuie să respecte principiile etice pentru a se asigura că prioritizează nevoile clienților, respectă culturile locale și pentru a minimiza potențialele daune.

3. Comunicare și personalizare

Comunicarea conceptelor complexe de etică a inteligenței artificiale către un public non-tehnic poate fi dificilă, dar esențială pentru construirea încrederii și a înțelegerii. Iată câteva strategii pentru a explica etica inteligenței artificiale într-un mod care să rezoneze cu toată lumea:

- Folosește un limbaj simplu: Evită jargonul tehnic și folosește un limbaj clar și concis pentru a explica concepte complexe.
- Analogii și metafore: Folosiți exemple sau analogii ușor de înțeles pentru a ajuta oamenii să înțeleagă implicațiile deciziilor legate de inteligența artificială asupra vieții lor.
- Povești și studii de caz: Distribuți exemple sau povești din lumea reală care ilustrează importanța eticii IA în diverse contexte (de exemplu, asistență medicală, finanțe).
- Vizualizări: Utilizați infografice, videoclipuri sau alte materiale vizuale pentru a ajuta publicul non-tehnic să înțeleagă concepte complexe bazate pe date.

Exemple de explicare a eticii IA

- Sisteme de recomandări bazate pe inteligență artificială: Comparați recomandările personalizate bazate pe inteligență artificială cu sfaturile unui prieten de încredere. Așa cum prietenii iau în considerare interesele și preferințele dvs. atunci când sugerează filme sau restaurante, sistemele de inteligență artificială folosesc factori similari pentru a recomanda produse sau experiențe.
- Părtinirea în procesul decizional: Explicați că părtinirea poate fi prezentă în orice sistem creat de om, inclusiv în cele bazate pe inteligență artificială. Folosiți exemple precum procesele de angajare sau aprobările de credite pentru a ilustra modul în care părtinirile pot afecta deciziile din viața reală.
- Transparență și responsabilitate: Subliniați importanța transparenței și a responsabilității în

Considerații etice în experiențele personalizate bazate pe inteligență artificială

Pe măsură ce experiențele personalizate bazate pe inteligență artificială devin din ce în ce mai răspândite, trebuie să luăm în considerare implicațiile etice ale unor astfel de tehnologii:

- Consimțământ informat: Asigurați-vă că utilizatorii înțeleg modul în care sunt utilizate datele lor și că au control asupra preferințelor lor de personalizare.
- Protecția datelor: Implementați măsuri robuste de securitate pentru a proteja datele utilizatorilor împotriva accesului neautorizat sau a utilizării necorespunzătoare.
- Corectitudine și transparență: Dezvoltați sisteme de inteligență artificială care oferă explicații transparente pentru deciziile personalizate, evidențiind factorii utilizați în aceste alegeri.
- Evitarea manipulării: Proiectați experiențe bazate pe inteligență artificială care să evite manipularea utilizatorilor pentru a face alegeri specifice sau influențarea opiniilor acestora.

Viitorul comunicării și personalizării

Pe măsură ce inteligența artificială continuă să evolueze și să ne modeleze experiențele, este esențial ca părțile interesate să se implice într-o comunicare deschisă și să acorde prioritate principiilor de design centrate pe utilizator. Prin punerea accentului pe transparență, responsabilitate și corectitudine, putem crea un viitor în care experiențele personalizate bazate pe inteligență artificială îmbunătățesc, în loc să dăuneze, intereselor indivizilor.
vieți.

4. Conformitate și părți interesate

Pe măsură ce aplicațiile turistice bazate pe inteligență artificială continuă să crească în popularitate, este esențial să abordăm două aspecte critice, cum ar fi conformitatea și părțile interesate.

Conformitatea cu reglementările și pregătirea pentru viitoarele reglementări privind inteligența artificială

Pe măsură ce utilizarea Inteligenței Artificiale (IA) continuă să crească, conformitatea cu reglementările devine din ce în ce mai importantă. Iată câteva aspecte cheie de luat în considerare:

- Rămâi la curent cu reglementările**: Familiarizează-te cu reglementările existente, cum ar fi GDPR în Europa sau CCPA în California și pregătește-te pentru viitoarele schimbări.
- Efectuați evaluări ale riscurilor: Evaluați riscurile potențiale asociate cu adoptarea inteligenței artificiale și dezvoltați strategii pentru a le atenua.
- Elaborați un plan de conformitate: Stabiliți un plan cuprinzător care să prezinte procedurile pentru asigurarea conformității cu reglementările și să abordeze potențialele probleme.

- Colaborați cu autoritățile de reglementare: Cultivați relațiile cu autoritățile de reglementare pentru a rămâne la curent cu tendințele și reglementările emergente și oferiți feedback cu privire la regulile propuse.

Exemple de conformitate cu reglementările

- Dreptul la explicații conform GDPR: Regulamentul general privind protecția datelor (GDPR) impune organizațiilor să ofere explicații transparente pentru deciziile luate prin inteligență artificială care afectează persoanele.
- Principiul de minimizare a datelor al CCPA: Legea privind confidențialitatea consumatorilor din California (CCPA) subliniază importanța minimizării colectării și prelucrării datelor, promovând o utilizare mai eficientă a resurselor de inteligență artificială.

Implicarea părților interesate cheie în deciziile etice privind inteligența artificială

Implicarea părților interesate este crucială pentru dezvoltarea unor cadre etice eficiente în domeniul inteligenței artificiale:

- Identificați părțile interesate cheie: Determinați cine va fi afectat de deciziile privind inteligența artificială (de exemplu, clienți, angajați, autorități de reglementare) și interacționați cu aceștia pe tot parcursul procesului decizional.
- Înființați un consiliu consultativ al părților interesate: Creați un grup dedicat care să ofere informații cu privire la aspectele legate de etică și să faciliteze comunicarea între părțile interesate.
- Încurajați feedback-ul și participarea: Promovați un dialog deschis cu părțile interesate, invitând-o să ofere sugestii pentru abordarea potențialelor preocupări sau îmbunătățirea implementării inteligenței artificiale.

Incorporarea perspectivelor diverse în implementarea inteligenței artificiale

Diversitatea gândirii este esențială pentru dezvoltarea unor sisteme de inteligență artificială eficiente:

- Formează echipe diverse**: Promovează un mediu de lucru incluziv prin recrutarea de membri ai echipei cu experiențe, perspective și expertiză diferite.
- Organizați instruire privind sensibilitatea culturală: Oferiți instruire privind conștientizarea și sensibilitatea culturală pentru a vă asigura că dezvoltatorii iau în considerare nevoile și valorile diverselor grupuri de utilizatori.
- Implicați experți externi: Colaborați cu experți externi din diverse domenii (de exemplu, antropologie, filosofie) pentru a obține informații despre modul în care inteligența artificială poate fi aplicată în moduri responsabile din punct de vedere social.

Obiective

1. Implementarea gestionării confidențialității datelor și a atenuării prejudecăților în aplicațiile turistice bazate pe inteligență artificială: Studenții vor învăța cum să gestioneze confidențialitatea datelor în aplicațiile turistice bazate pe inteligență artificială, asigurându-se că datele cu caracter personal sunt protejate în conformitate cu reglementări precum GDPR. De asemenea, vor explora tehnici de identificare și atenuare a prejudecăților în modelele de inteligență artificială pentru a asigura un proces decizional corect și imparțial în serviciile turistice.
2. Asigurarea transparenței și aplicarea cadrelor etice în domeniul inteligenței artificiale (IA) în turism: Studenții vor dezvolta o înțelegere a importanței transparenței în sistemele de IA utilizate în turism. Aceasta include explicarea clienților a proceselor decizionale legate de IA și implementarea unor cadre etice care să ghideze utilizarea responsabilă a IA în operațiunile de afaceri din domeniul turismului.
3. Comunicarea conceptelor de IA și a considerațiilor etice către părțile interesate: Studenții vor dobândi abilitățile necesare pentru a comunica eficient părților interesate concepte complexe de IA, impactul potențial al IA și preocupările etice asociate. Aceasta include traducerea conceptelor tehnice de IA într-un limbaj accesibil pentru publicul non-tehnic și asigurarea că părțile interesate înțeleg implicațiile etice ale aplicațiilor IA în turism.
4. Dezvoltarea IA etică asigurând conformitatea cu reglementările: Studenții vor învăța să proiecteze și să implementeze sisteme de IA care respectă principiile etice și sunt în deplină conformitate cu cadrele de reglementare relevante. Aceasta include cunoștințe despre legile globale și locale privind protecția datelor, standardele de transparență a IA și principiile de proiectare bazate pe etică pentru instrumentele de IA în turism.
5. Implicarea părților interesate în procesul decizional etic privind inteligența artificială și adaptarea la considerațiile în continuă evoluție: Studenții vor dezvolta strategii pentru a implica părțile interesate cheie, inclusiv clienții, angajații și organismele de reglementare, în procesul decizional privind etica inteligenței artificiale. De asemenea, vor învăța cum să adapteze practicile inteligenței artificiale la standardele etice în continuă evoluție, la schimbările de reglementare și la preocupările societale din industria turismului.

Metodologia predării

Acest plan de instruire va fi conceput conform unei metodologii structurate care aderă la cadrul ECVET. Aceasta asigură satisfacerea nevoilor la nivel de industrie, precum și corelarea cu cerințele educației. Metodologia va menține flexibilitatea, centrarea pe cursant și îmbunătățirea continuă ca pietre de temelie, încorporând principiile cheie ale învățării bazate pe competențe cu abordări lean și agile, luând în considerare considerațiile etice legate de inteligența artificială.

Învățare bazată pe competențe: Unitățile individuale sunt concepute astfel încât să realizeze dezvoltarea competențelor specifice ale cursanților. Instruirea urmează o abordare centrată pe cursant, în care participanții pot lucra în ritmul propriu și își pot demonstra competența prin aplicații practice și evaluare. Conceptul asigură îndeplinirea obiectivelor stabilite de către cursanți, dotându-i cu abilitățile necesare relevante pentru noua transformare digitală și sectorul turismului bazat pe inteligență artificială.

Abordări Lean și Agile: Instruirea este concepută astfel încât să existe spațiu pentru livrare și adaptare. Materialul va fi împărțit în module scurte și specifice, care susțin cicluri iterative de tip „construiește-măsoară-învăță”. Astfel, atât cursanții, cât și formatorii sunt capabili să evalueze progresul în mod regulat, să facă ajustări și să răspundă în timp real la feedback. Metodologiile Lean se concentrează pe reducerea activităților fără valoare adăugată. Prin urmare, aceasta înseamnă evitarea subiectelor redundante pentru a asigura atingerea unui impact maxim în cadrul orelor de contact și al timpului de studiu individual acordate. Planul propus pune un accent puternic pe etica în utilizarea IA, confidențialitatea datelor și conformitatea cu reglementările, pentru a pregăti practicienii din turism pentru unele dintre cele mai relevante provocări pe care le aduce această creștere actuală și viitoare a utilizării IA. Fiecare unitate de instruire introduce reflecție etică pentru a se asigura că cursanții înțeleg ramificațiile sociale și profesionale mai largi ale instrumentelor și tehnologiilor IA.

Aplicarea metodologiei în planul de instruire

Unitatea de instruire 1: Digitalizarea în turism Această unitate va acoperi abilități digitale de bază care ridică nivelul tehnologic necesar în turism. Aceasta ar însemna, printr-o abordare bazată pe competențe, că cursanții dobândesc abilități digitale în marketing, comerț electronic și cercetare de piață. Metodologiile lean și agile vor fi capabile să se adapteze la actualizări în timp real în cazurile în care ar putea exista schimbări rapide în tehnologia turismului. Aceasta analizează componenta etică într-un mod care asigură că cursanții sunt la curent cu măsurile de securitate cibernetică și protecția datelor în cursul interacțiunilor digitale cu clienții.

Unitatea de instruire 2: Grupul țintă pentru această unitate este format din profesioniști din domeniul digital. Din punct de vedere pedagogic, această unitate combină abilități

practice privind implementarea IA cu considerații etice printr-o abordare de învățare mixtă. Flexibilitatea este obținută prin metodologia agilă pentru integrarea oricărui instrument de IA, cu obiectivul de avantaj competitiv în turism. Vor exista evaluări bazate pe competențe pentru a se asigura că participanții aplică cunoștințele dobândite despre IA într-un context real, cum ar fi analiza predictivă, sistemele de recomandare sau automatizarea CRM. Se pune accent pe considerațiile etice în domeniul IA, în special în cadrul acestui proces, deoarece aceasta se ocupă de domenii extrem de sensibile, cum ar fi confidențialitatea datelor și conformitatea.

Unitatea de instruire 3: Etica în IA pentru turism Bazându-se pe metodologii de IA simple și etice, acest curs va pune un accent deosebit pe detectarea prejudecăților, transparență și conformitate cu reglementările. Conținutul va fi furnizat pentru a provoca implicarea părților interesate și aplicarea principiilor etice ale IA în scenarii din lumea reală din turism, care vor echipa participanții cu gestionarea provocărilor legate de IA și asigurarea utilizării etice.

Prin stabilirea acestui plan de formare în cadrul ECVET, cursurile garantează că participanții nu numai că vor atinge nivelurile necesare de competență, dar vor acumula și credite care contribuie la calificările lor mai ample în sfera lor profesională. Un echilibru între timpul de contact și studiul individual consolidează atât învățarea condusă de tutori, cât și investigația personală pentru o înțelegere aprofundată a tehnologiilor digitale și de inteligență artificială în turism.

Accreditare și alocare de puncte ECVET

În forma lor actuală și în funcție de conținut, aceste unități de formare pot fi oferite ca un întreg (pot avea un total de 3 puncte ECVET la nivelul 5 al CEC) sau pot fi oferite ca acreditări individuale.

Pe baza conținutului, fiecare unitate poate fi acreditată ca 1 Punct ECVET (1 ECTS este echivalentul a 27 de ore, dintre care 5-7 ore sunt în mod normal timp de contact + evaluare). Orele rămase sunt alocate ca timp de studiu individual al studentului.

Aceste considerații sunt făcute pornind de la premisa că fiecare unitate va fi evaluată pentru a i se putea acorda o valoare ECTS. O altă opțiune ar fi ca studenții să se poată înscrie la curs, dar fără a susține partea de evaluare. În acest caz, însă, nu se va acorda nicio acreditare.