



Принято:

Ученым советом ФГБОУ ВО
«РГУТИС»

Протокол № 8 от 19.01.2026 г.

Утверждено:

И.о. ректора
А.Р.Галустов

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ
(ПРАКТИКА ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ
И ОПЫТА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)**

основной профессиональной образовательной программы высшего образования –
программы бакалавриата

по направлению подготовки: 43.03.02 Туризм

направленность (профиль): Маркетинг туристских продуктов и сервисов

Квалификация: бакалавр

Год начала подготовки: 2026

Разработчики:

должность	подпись	ученая степень и звание, ФИО
<i>доцент</i>	<i>к.э.н., доцент Костромина Е.А.</i>	<i>доцент</i>
<i>профессор</i>	<i>д.э.н., доцент Виноградова М.В.</i>	<i>профессор</i>

ФОС ГИА согласован и одобрен директором ОПОП:

должность	подпись	ученая степень и звание, ФИО
<i>доцент</i>	<i>к.филол.н., доцент Костромина Е.А.</i>	<i>доцент</i>

ФОС ГИА утвержден Ученым советом высшей школы:

наименование высшей школы	номер и дата протокола
<i>Высшая школа бизнеса, менеджмента и права</i>	<i>№ 5 от «18» декабря 2025 г.</i>



1. Аннотация рабочей программы практики

Вид практики: производственная

Тип практики: - практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности

Способы проведения практики: стационарная, выездная.

Форма проведения практики: дискретно.

Производственная практика для студентов является составной частью образовательной программы бакалавриата направления 43.03.02 Туризм, бакалавриат.

Программа производственной практики разрабатывается вузом в соответствии с «Положением о практической подготовке обучающихся в ФГБОУ ВО «РГУТИС».

Практическая подготовка - форма организации образовательной деятельности при освоении образовательной программы в условиях выполнения обучающимися определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью и направленных на формирование, закрепление, развитие практических навыков и компетенций по профилю соответствующей образовательной программы.

Производственная практика – это практика, направленная на приобретение бакалаврами практических навыков профессиональной деятельности, является частью второго блока программы бакалавриата 43.03.02 Туризм, профиль Маркетинг туристских продуктов и сервисов и относится к базовой части программы.

Цель практики – освоение профессиональных компетенций соответствующих видов деятельности.

Производственная практика (практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности) проводится стационарным способом на базе соответствующего подразделения ФГБОУ ВО «РГУТИС» или на базе профильных предприятий.

Производственная практика (практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности) направлена на формирование следующих компетенций:

ОПК-1. Способен применять технологические новации и современное программное обеспечение в туристской сфере, в части:

ОПК-1.2. Использует технологические новации и специализированные программные продукты в сфере туризм

ОПК-3 Способен обеспечивать требуемое качество процессов оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности, в части:

ОПК-3.2. Обеспечивает требуемое качество процессов оказания туристских услуг в соответствии с международными и национальными стандартами

ОПК-6 Способен применять законодательство Российской Федерации, а так же нормы международного права при осуществлении профессиональной деятельности, в части:

ОПК-6.1. Осуществляет поиск и обоснованно применяет необходимую нормативно-правовую документацию для деятельности в избранной профессиональной области

ОПК-6.2. Соблюдает законодательство Российской Федерации о предоставлении туристских услуг

ОПК-6.3. Обеспечивает документооборот в соответствии с нормативными требованиями

ПК-1 Способен осуществлять комплексные маркетинговые исследования туристских рынков и анализ потребительского поведения с применением современных цифровых инструментов и методов прогнозирования спроса, в части:



ПК-1.1. Осуществляет сбор, систематизацию и анализ информации о туристских рынках с использованием современных цифровых инструментов для изучения потребительского поведения и предпочтений туристов

ПК-2 Способен осуществлять полный цикл управления туристскими продуктами, в том числе разрабатывать и оптимизировать туристский продукт, обосновывать ценовую политику на основе анализа рынка, проектировать эффективные каналы сбыта и инструменты продвижения, оценивать экономическую эффективность с применением современных методов аналитики, в части:

ПК-2.1. Разрабатывает туристские продукты с учетом особенностей целевой аудитории, конкурентной среды и туристских направлений, определяет их ключевые характеристики и формирует предложения по их оптимизации на основе анализа потребительской обратной связи и эффективности реализации

ПК-2.2. Обосновывает ценовую политику, определяет оптимальные каналы сбыта и разрабатывает стратегии продвижения туристских продуктов с учетом рыночной конъюнктуры, особенностей потребительского поведения и возможностей маркетинговых инструментов

Производственная практика (практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности) входит в обязательную часть блока Б.2. «Практики» по направлению подготовки 43.03.02 «Туризм», профиль Маркетинг туристских продуктов и сервисов, является обязательным этапом обучения. Общая трудоемкость производственной практики составляет 4 зачетные единицы, 144 часа. Проводится на 3 курсе в 5 семестре. Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета с оценкой проводится в 4-5 семестрах.

Основные навыки и умения, полученные в ходе прохождения производственной практики (практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности), должны быть использованы в дальнейшем при изучении дисциплин:

Управление проектами в туризме и гостеприимстве, Бизнес-планирование на предприятиях туризма и гостеприимства, Организация и управление деятельностью туристского предприятия, Правовое обеспечение туризма и гостеприимства, Технологии и организация услуг в туризме, Проектирование туристского продукта, Цифровой маркетинг в туризме, Маркетинговое ценообразование в индустрии туризма, Маркетинговые коммуникации в туристской индустрии, Информационные системы управления взаимоотношениями с клиентами, Искусственный интеллект в маркетинге туристских продуктов и сервисов, Управление продажами туристских продуктов и сервисов, Событийный маркетинг в туризме, Стратегический маркетинг, Маркетинг туристских продуктов и брендов дестинаций/Продвижение туристских дестинаций, Бренд-менеджмент в туризме, прохождении производственной (проектно-технологической) практики, преддипломной практики и при подготовке к ГИА.

1. Перечень планируемых результатов прохождения практики, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

№ пп	Индекс компетенции	Планируемые результаты обучения (компетенции или ее части)
5	ОПК-1.	Способен применять технологические новации и современное программное обеспечение в туристской сфере: ОПК-1.2. Использует технологические новации и специализированные программные продукты в сфере туризма
6	ОПК-3	Способен обеспечивать требуемое качество процессов оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности:



		ОПК-3.2. Обеспечивает требуемое качество процессов оказания туристских услуг в соответствии с международными и национальными стандартами
7	ОПК-6	Способен применять нормативно-правовую базу в соответствии с Законодательством РФ и международного права при осуществлении профессиональной деятельности: ОПК-6.1. Осуществляет поиск и обоснованно применяет необходимую нормативно-правовую документацию для деятельности в избранной профессиональной области ОПК-6.2. Соблюдает законодательство Российской Федерации о предоставлении туристских услуг ОПК-6.3. Обеспечивает документооборот в соответствии с нормативными требованиями
8	ПК-1	Способен осуществлять комплексные маркетинговые исследования туристских рынков и анализ потребительского поведения с применением современных цифровых инструментов и методов прогнозирования спроса, в части: ПК-1.1. Осуществляет сбор, систематизацию и анализ информации о туристских рынках с использованием современных цифровых инструментов для изучения потребительского поведения и предпочтений туристов
9	ПК-2	Способен осуществлять полный цикл управления туристскими продуктами, в том числе разрабатывать и оптимизировать туристский продукт, обосновывать ценовую политику на основе анализа рынка, проектировать эффективные каналы сбыта и инструменты продвижения, оценивать экономическую эффективность с применением современных методов аналитики, в части: ПК-2.1. Разрабатывает туристские продукты с учетом особенностей целевой аудитории, конкурентной среды и туристских направлений, определяет их ключевые характеристики и формирует предложения по их оптимизации на основе анализа потребительской обратной связи и эффективности реализации ПК-2.2. Обосновывает ценовую политику, определяет оптимальные каналы сбыта и разрабатывает стратегии продвижения туристских продуктов с учетом рыночной конъюнктуры, особенностей потребительского поведения и возможностей маркетинговых инструментов



3. Место практики в структуре ОПОП:

Очно-заочная форма

5 семестр

Номер семестра	Предшествующие дисциплины и виды практик	Последующие дисциплины и виды практик	Номер семестра
1-2	История России	Философия	8
1-5	Иностранный язык	Иностранный язык	6-7
1-2	Физическая культура и спорт	Второй иностранный язык в профессиональной деятельности	6-8
1	Право	Управление проектами в туризме и гостеприимстве	6
5	Сервис-дизайн	Бизнес-планирование на предприятиях туризма и гостеприимства	6
2	Безопасность жизнедеятельности	Организация и управление деятельностью туристского предприятия	6
1	Основы туризма и туристской деятельности	Правовое обеспечение туризма и гостеприимства	6
1	Менеджмент	Технологии и организация услуг в туризме	6
2	Стандартизация и управление качеством	Элективные дисциплины по физической культуре и спорту	6
2-3	Экономика и предпринимательство	Проектирование туристского продукта	6
2-4	Информационное обеспечение профессиональной деятельности	Цифровой маркетинг в туризме	7
4	Маркетинг и брендинг в туризме и гостеприимстве	Маркетинговое ценообразование в индустрии туризма	7
4	Социально-экономическая статистика и статистика туризма	Маркетинговые коммуникации в туристской индустрии	6
5	Второй иностранный язык в профессиональной деятельности	Информационные системы управления взаимоотношениями с клиентами	7
5	Управление проектами в туризме и гостеприимстве	Искусственный интеллект в маркетинге туристских продуктов и сервисов	8
5	Организация и управление деятельностью туристского предприятия	Управление продажами туристских продуктов и сервисов	8
4	Инновации в профессиональной деятельности	Событийный маркетинг в туризме	7
1	Ресурсосбережение	Стратегический маркетинг	8



1	Технологии деловых коммуникаций в профессиональной деятельности	Маркетинг туристских продуктов и брендов и дестинаций/Продвижение туристских дестинаций	7-8
1	Основы российской государственности	Бренд-менеджмент в туризме	9
3	История религий	Проектно-технологическая практика	7
5	Исследование и оценка туристских ресурсов	Производственная (преддипломная) практика	9
3-4	Маркетинговые исследования в туризме	Производственная (исследовательская) практика	8
2	Поведение потребителей в туризме и гостеприимстве		
5	Маркетинговые коммуникации в туристской индустрии		
4	Цифровые сервисы в туристской индустрии		
3	Практикум по самоорганизации, саморазвитию и командной работе/Самоменеджмент		
3	Основы военной подготовки/Начальная военная и медико-санитарная подготовка		
1	Введение в технологию обслуживания		
3	Проектная деятельность в туризме		
2	Организация добровольческой (волонтерской) деятельности и взаимодействие с социально ориентированными НКО		
2	Ознакомительная практика		
3	Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков		

4. Трудоемкость практики.

Практика проводится в форме контактной работы.

Очно-заочная форма обучения.

Номер курса	Номер семестра	Объем в зачетных единицах	Продолжительность практики, недель	Продолжительность практики, акад. часов, в том числе практическая подготовка
3	5	4	3	144



5. Содержание практики, формы отчетности по практике

5.1 Содержание практики, структурированное по закрепляемым навыкам/видам деятельности с указанием отведенного на них количества академических часов и видов выполняемых работ

3 курс 5 семестр

Номер недели / семестра практики	Наименование раздела практики	Наименование закрепляемых навыков/видов деятельности	Количество академических часов, отводимых на каждый вид работ, и формы их выполнения
15/5	Разработка туристского продукта и фирменного стиля	навыки проектирования туристских маршрутов, техниками анализа потребительской обратной связи, приемами оптимизации туристских продуктов навыки использования технологических новаций и специализированных программных продуктов в сфере туризма способность критически оценивать эффективность туристских продуктов через призму удовлетворенности клиентов и финансовых показателей, готовить предложения по оптимизации туристских продуктов	12
16/5		навыки применения необходимой нормативно-правовой документации для деятельности в избранной профессиональной области, применения нормативно-правовых документов при осуществлении турагентской и туроператорской деятельности, норм договорного права при осуществлении турагентской и туроператорской деятельности навыки (опытом) использования нормативных документов по качеству, стандартизации и сертификации в туристской индустрии	12
16/5	Маркетинговое исследование и анализ рыночной среды	навыки работы с базовыми цифровыми инструментами сбора данных, с техниками обработки информации и приемами визуализации данных, способность критически оценивать достоверность собранных данных, выявлять релевантную информацию из общего массива и готовить структурированные отчеты по результатам исследований	32
16/5		навыки разработки маркетинговых кампаний	8
16/5		способность критически оценивать эффективность туристских продуктов	8
17/5	Ценовая и сбытовая	навыки работы с системами ценообразования, техниками анализа	16



ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ТУРИЗМА И СЕРВИСА»

СМК
РГУТиС

	политика	эффективности каналов сбыта	
17/5		способность критически оценивать экономическую эффективность различных стратегий ценообразования и продвижения, готовить обоснованные рекомендации по оптимизации маркетинговых решений	16
17/5	Программа продвижения турпродукта	способность критически оценивать эффективность туристских продуктов через призму удовлетворенности клиентов и финансовых показателей, готовить предложения по оптимизации туристских продуктов	16
17/5		навыки разработки маркетинговых кампаний	16
18/5	Оформление итогового отчета о практике	навыки оформления отчетной документации	6
18/5	Промежуточная аттестация (<i>Зачёт с оценкой</i>)		2
Итого			144



5.2. Содержание заданий и форм отчетности по разделам практики

5 семестр 3 курс

5.2.1 Наименование раздела практики: РАЗРАБОТКА ТУРИСТСКОГО ПРОДУКТА И ФИРМЕННОГО СТИЛЯ

Наименование закрепляемых навыков/видов деятельности	Задание	Количество часов, отводимых на выполнение задания	Форма контроля (п/у)	Вид контрольного мероприятия	Требования к содержанию отчетных материалов	Сроки предоставления отчетных материалов
навыки проектирования туристских маршрутов, техниками анализа потребительской обратной связи, приемами оптимизации туристских продуктов навыки использования технологических новаций и специализированных программных продуктов в сфере туризма способность критически оценивать эффективность туристских продуктов через призму удовлетворенности клиентов и финансовых показателей, готовить предложения по оптимизации туристских продуктов	Разработать концепцию туристского продукта с описанием потребительской ценности и уникального торгового предложения (УТП)	12	п	Практическое задание. Отчет на электронном и бумажном носителе	Паспорт турпродукта с описанием свойств, ценности для потребителя, УТП и продуктового портфеля (ассортиментная матрица)	Конец второй недели практики
навыки применения необходимой нормативно-	Разработать название (на русском языке),	12	п	Практическое задание. Отчет	Изображение логотипа, пояснительная записка	Конец второй недели практики



правовой документации для деятельности в избранной профессиональной области, применения нормативно-правовых документов при осуществлении турагентской и туроператорской деятельности, норм договорного права при осуществлении турагентской и туроператорской деятельности навыки (опытом) использования нормативных документов по качеству, стандартизации и сертификации в туристской индустрии	логотип (цветной и ч/б варианты), позиционирование продукта и элементы фирменного стиля			на электронном и бумажном носителе	с обоснованием выбора названия и символики, карта позиционирования, гайдлайн фирменного стиля	
---	---	--	--	------------------------------------	---	--

5.2.2 Наименование раздела практики: МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ И АНАЛИЗ РЫНОЧНОЙ СРЕДЫ

Наименование закрепляемых навыков/видов деятельности	Задание	Количество часов, отводимых на выполнение задания	Форма контроля (п/у)	Вид контрольного мероприятия	Требования к содержанию отчетных материалов	Сроки предоставления отчетных материалов
навыки работы с базовыми цифровыми инструментами сбора данных, с техниками обработки информации и приемами визуализации данных, способность критически оценивать достоверность собранных данных, выявлять релевантную информацию из	Разработать (сформулировать цель, гипотезу) и провести маркетинговое исследование (анкета 11-14 вопросов, выборка от 30 респондентов)	32	п	Практическое задание. Отчет на электронном и бумажном	Анкета, результаты опроса с диаграммами, анализ и выводы по исследованию	Конец второй недели практики



ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ТУРИЗМА И СЕРВИСА»

СМК
РГУТиС

общего массива и готовить структурированные отчеты по результатам исследований	Провести анализ 3-5 конкурентов на выбранном рынке					
способность критически оценивать эффективность туристских продуктов	Составить профиль целевой аудитории (2-3 аватара клиента)	8	п	Практическое задание. Отчет на электронном и бумажном	Профили ЦА с демографическими, психографическими и поведенческими характеристиками	Конец 3 недели практики
навыки разработки маркетинговых кампаний	Провести сегментирование туристского рынка по модели 5W	8	п	Практическое задание. Отчет на электронном и бумажном	Таблица сегментов рынка с подробным описанием характеристик каждого сегмента	Конец 3 недели практики

5.2.3 Наименование раздела практики: ЦЕНОВАЯ И СБЫТОВАЯ ПОЛИТИКА

Наименование закрепляемых навыков/видов деятельности	Задание	Количество часов, отводимых на выполнение задания	Форма контроля (п/у)	Вид контрольного мероприятия	Требования к содержанию отчетных материалов	Сроки предоставления отчетных материалов
навыки работы с системами ценообразования, техниками анализа эффективности каналов сбыта	Разработать прайс-лист на услуги компании и обосновать выбор ценовой стратегии Построить цепочки сбыта с указанием конкретных контрагентов	16	п	Практическое задание. Отчет на электронном и бумажном	Прайс-лист, пояснительная записка с обоснованием ценовой стратегии и методов ценообразования Схема каналов сбыта с описанием каждого звена цепочки и характеристиками	Конец 3 недели практики



ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ТУРИЗМА И СЕРВИСА»

СМК
РГУТиС

способность критически оценивать экономическую эффективность различных стратегий ценообразования и продвижения, готовить обоснованные рекомендации по оптимизации маркетинговых решений	Разработать программу мероприятий по стимулированию сбыта турпродукта	16	п	Практическое задание. Отчет на электронном и бумажном	контрагентов План мероприятий с указанием сроков, целевой аудитории, инструментов стимулирования и ожидаемых результатов	Конец 3 недели практики
---	---	----	---	---	---	-------------------------

5.2.4 Наименование раздела практики: ПРОГРАММА ПРОДВИЖЕНИЯ ТУРПРОДУКТА

Наименование закрепляемых навыков/видов деятельности	Задание	Количество часов, отводимых на выполнение задания	Форма контроля (п/у)	Вид контрольного мероприятия	Требования к содержанию отчетных материалов	Сроки предоставления отчетных материалов
способность критически оценивать эффективность туристских продуктов через призму удовлетворенности клиентов и финансовых показателей, готовить предложения по оптимизации туристских продуктов	Разработать медиаплан рекламной кампании (каналы, сроки, бюджет) Разработать контент-план для социальных сетей (минимум 14 постов), разработать макет сайта	16	п	Практическое задание. Отчет на электронном и бумажном	Таблица медиаплана с указанием медианосителей, сроков размещения, бюджета Контент-план, скриншоты макета сайта, аргументация выбора площадок размещения в Интернете	Конец 3 недели практики
навыки разработки	Создать 2 варианта	16	п	Практическое	Макеты рекламы с	Конец 3 недели



ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ТУРИЗМА И СЕРВИСА»

СМК
РГУТиС

маркетинговых кампаний	рекламных макетов с использованием фирменного стиля для любых рекламных носителей по выбору студента			задание. Отчет на электронном и бумажном	соблюдением разработанного фирменного стиля и слоганом	практики
------------------------	--	--	--	--	--	----------

5.2.5 Наименование раздела практики: **ОФОРМЛЕНИЕ ИТОГОВОГО ОТЧЕТА О ПРАКТИКЕ**

Наименование закрепляемых навыков/видов деятельности	Задание	Количество часов, отводимых на выполнение задания	Форма контроля (п/у)	Вид контрольного мероприятия	Требования к содержанию отчетных материалов	Сроки предоставления отчетных материалов
Навыки оформления отчётной документации	Оформить итоговый отчёт по практике согласно требованиям	6	п	Полный Отчет на электронном и бумажном	Полный отчёт по практике со всеми приложениями согласно требованиям	Конец 3 недели практики



Формы отчетности по практике

По итогам производственной (преддипломной) практики студент должен подготовить отчет, соответствующий приведенным ниже требованиям.

Окончательный вариант отчета по практике должен соответствовать следующей структуре:

Титульный лист

Содержание

1. Индивидуальное задание

2. Отчет о прохождении практики:

Введение

Основная часть

Заключение

Список используемых источников

Приложения (при наличии)

3. Отзыв руководителя практической подготовки в форме практики от университета

Оформление отчета по практике

Для оформления отчета по практике необходимо использовать шрифт Times New Roman, размер шрифта – 14, интервал – 1,5. Верхнее и нижнее поле страницы – 2 см., левое – 2,5 см., правое – 1-1,5 см. Страницы нумеруются, начиная со второй, и проставляются в верхнем правом углу.

Введение, Основная часть, Заключение, Список используемых источников начинаются с новой страницы и выделяются полужирным начертанием.

По ходу изложения материалов необходимо сделать ссылки на используемые в процессе изучения теоретического материала источники следующим образом: [10, с. 312], где 10 – это номер используемого источника, с. 312 – это номер страницы в данном источнике. Можно страницы не указывать.

Для оформления таблиц и рисунков по ходу изложения материала необходимо воспользоваться рекомендациями, представленными ниже.

Все иллюстрации (фотографии, графики, схемы, чертежи и прочее), включенные в текст, именуется рисунками.

Рисунки нумеруются в пределах всего отчета, т.е. нумерация – сквозная: например, Рисунок – 1, Рисунок – 2 и т.д. Рисунок должен размещаться после ссылки на него в тексте отчета. Каждый рисунок должен сопровождаться содержательной подписью, отражающей название рисунка, название рисунка должно располагаться посередине страницы. Подпись помещают под рисунком в одну строку с номером, выравнивая по центру.

Таблицы следует нумеровать арабскими цифрами порядковой нумерацией в пределах всего отчета, т.е. нумерация – сквозная: например, Таблица - 1, Таблица - 2 и т.д. Каждая таблица должна иметь заголовок, который помещают над соответствующей таблицей. Заголовок и номер таблицы помещается над таблицей без отступа от левого края текста, после слова «таблица» и ее порядкового номера ставится тире и пишется заголовок. Например:

Таблица должна размещаться сразу после ссылки на нее в тексте работы. При переносе таблицы на следующую страницу необходимо пронумеровать графы и повторить их нумерацию на следующей странице. Эту страницу начинают с надписи Продолжение табл. с указанием ее номера. Кроме того, допускается повторение шапки таблицы на следующей странице.



Данные, отражаемые в таблицах, оформляются с использованием шрифта Times New Roman размером не более № 12, через 1 интервал.

Список используемых источников оформляется в соответствии с ГОСТ Р 7.0.100-2018

Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу.

Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления»



6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике

6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.

№ пп	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или ее части)	Раздел практики, обеспечивающий этапы формирования компетенции (или ее части)	В результате прохождения раздела практики, обеспечивающего формирование компетенции (или ее части) обучающийся должен:		
				знать	уметь	владеть
1	ОПК-1	Способен применять технологические новации и современное программное обеспечение в туристской сфере				
2	ОПК-1.2	Использует технологические новации и специализированные программные продукты в сфере туризма	Разработка туристского продукта и фирменного стиля	современные программные продукты в профессиональной туристской деятельности	Использует технологические новации и специализированные программные продукты в сфере туризма	навыком использования технологических новаций и специализированных программных продуктов в сфере туризма
3	ОПК-3	Способен обеспечивать требуемое качество процессов оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности				
4	ОПК-3.2	Обеспечивает требуемое качество процессов оказания туристских услуг в соответствии с международными и национальными стандартами	Разработка туристского продукта и фирменного стиля	нормативные документы по качеству, стандартизации и сертификации в туристской индустрии	использовать нормативные документы по качеству, стандартизации и сертификации в туристской индустрии	навыками (опытом) использования нормативные документы по качеству, стандартизации и сертификации в туристской индустрии
5	ОПК-6	Способен применять нормативно правовую базу в соответствии с Законодательством РФ и международного права при осуществлении профессиональной деятельности в части				
6	ОПК-6.1	Осуществляет поиск и обоснованно применяет необходимую нормативно-правовую документацию для деятельности в избранной профессиональной области	Разработка туристского продукта и фирменного стиля	нормативно-правовую документацию для деятельности в избранной профессиональной области, законодательство РФ, основы документооборота в соответствии с	осуществлять поиск нормативно-правовой документации для деятельности в избранной профессиональной области, использовать нормативно-правовые документы при осуществлении	навыком применения необходимой нормативно-правовой документации для деятельности в избранной профессиональной области, применения нормативно-правовых документов при
7	ОПК-6.2	Соблюдает законодательство Российской Федерации о предоставлении туристских услуг				



ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ТУРИЗМА И СЕРВИСА»

СМК
РГУТиС

8	ОПК-6.3	Обеспечивает документооборот в соответствии с нормативными требованиями		нормативными требованиями	турагентской и туроператорской деятельности, применять основные нормы договорного права при осуществлении турагентской и туроператорской деятельности	осуществлении турагентской и туроператорской деятельности, применения норм договорного права при осуществлении турагентской и туроператорской деятельности
9	ПК-1	Способен осуществлять комплексные маркетинговые исследования туристских рынков и анализ потребительского поведения с применением современных цифровых инструментов и методов прогнозирования спроса				
		ПК-1.1. Осуществляет сбор, систематизацию и анализ информации о туристских рынках с использованием современных цифровых инструментов для изучения потребительского поведения и предпочтений туристов	Маркетинговое исследование и анализ рыночной среды	основные цифровые инструменты для сбора информации о туристских рынках, методы систематизации данных, принципы работы с открытыми источниками данных, основы теории потребительского поведения в туризме и специфику цифровых следов туристов в онлайн-среде	собирают данные о туристских рынках с использованием цифровых инструментов, систематизировать информацию по заданным критериям, анализировать данные для выявления ключевых паттернов в потребительском поведении и определения основных факторов, влияющих на выбор туристических услуг, интерпретировать результаты анализа и оформлять их в структурированный отчет для последующего использования	навыками работы с базовыми цифровыми инструментами сбора данных, с техниками обработки информации и приемами визуализации данных, способностью критически оценивать достоверность собранных данных, выявлять релевантную информацию из общего массива и готовить структурированные отчеты по результатам исследований



ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ТУРИЗМА И СЕРВИСА»

СМК
РГУТИС

10	ПК-2	Способен осуществлять полный цикл управления туристскими продуктами, в том числе разрабатывать и оптимизировать туристский продукт, обосновывать ценовую политику на основе анализа рынка, проектировать эффективные каналы сбыта и инструменты продвижения, оценивать экономическую эффективность с применением современных методов аналитики				
		ПК-2.1. Разрабатывает туристские продукты с учетом особенностей целевой аудитории, конкурентной среды и туристских направлений, определяет их ключевые характеристики и формирует предложения по их оптимизации на основе анализа потребительской обратной связи и эффективности реализации	Разработка туристского продукта и фирменного стиля Маркетинговое исследование и анализ рыночной среды Ценовая и сбытовая политика Программа продвижения турпродукта	процесс разработки туристских продуктов, принципы сегментации целевой аудитории по поведенческим и демографическим характеристикам, методы анализа конкурентной среды, а также подходы к оценке эффективности реализации туристских продуктов, методы сбора и анализа потребительской обратной связи и принципы оптимизации бизнес-процессов в туристской индустрии	анализировать особенности целевой аудитории и конкурентной среды для определения ключевых характеристик туристского продукта, проектировать структуру туристского продукта с учетом особенностей направления, собирать и анализировать потребительскую обратную связь, выявлять "узкие места" в реализации продуктов и разрабатывать предложения по их оптимизации, адаптировать туристские продукты под изменения в рыночных условиях и потребительских предпочтениях	навыками проектирования туристских маршрутов, техниками анализа потребительской обратной связи, приемами оптимизации туристских продуктов, способностью критически оценивать эффективность туристских продуктов через призму удовлетворенности клиентов и финансовых показателей, готовить предложения по оптимизации туристских продуктов
		ПК-2.2. Обосновывает ценовую политику, определяет оптимальные каналы сбыта и разрабатывает стратегии продвижения туристских продуктов с учетом рыночной		методы ценообразования в туристской индустрии, специфику каналов сбыта, принципы построения	анализировать рыночные данные для обоснования ценовой политики, определять оптимальные каналы сбыта с учетом целевой	навыками работы с системами ценообразования, техниками анализа эффективности каналов сбыта, навыками



ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ТУРИЗМА И СЕРВИСА»

СМК
РГУТИС

	конъюнктуры, особенностей потребительского поведения и возможностей маркетинговых инструментов		маркетинговых стратегий для туристических продуктов, а также методы анализа рыночной конъюнктуры, особенности потребительского поведения при выборе туристических услуг и возможности современных маркетинговых инструментов	аудитории и издержек, разрабатывать стратегии продвижения, учитывающие особенности потребительского поведения и рыночные условия, настраивать таргетированную рекламу, создавать персонализированные предложения и оценивать эффективность различных каналов продвижения	разработки маркетинговых кампаний, способностью критически оценивать экономическую эффективность различных стратегий ценообразования и продвижения, готовить обоснованные рекомендации по оптимизации маркетинговых решений
--	--	--	--	--	---



6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на разных этапах их формирования, описание шкал оценивания


Порядок, критерии и шкала оценивания освоения этапов компетенций на промежуточной аттестации определяется в соответствии с Положением о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам магистратуры, реализуемым по федеральным государственным образовательным стандартам в ФГБОУ ВО «РГУТИС».

6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.

Номер	Раздел практики, обеспечивающий формирование компетенции (или ее части)	Вид и содержание контрольного задания	Требования к выполнению контрольного задания и срокам сдачи
5	Разработка туристского продукта и фирменного стиля	Разработать концепцию туристского продукта с описанием потребительской ценности и уникального торгового предложения (УТП) Разработать название (на русском языке), логотип (цветной и ч/б варианты), позиционирование продукта и элементы фирменного стиля	Паспорт турпродукта с описанием свойств, ценности для потребителя, УТП и продуктового портфеля (ассортиментная матрица) Изображение логотипа, пояснительная записка с обоснованием выбора названия и символики, карта позиционирования, гайдлайн фирменного стиля Конец 1 недели практики
5	Маркетинговое исследование и анализ рыночной среды	Разработать (сформулировать цель, гипотезу) и провести маркетинговое исследование (анкета 11-14 вопросов, выборка от 30 респондентов) Провести анализ 3-5 конкурентов на выбранном рынке Составить профиль целевой аудитории (2-3 аватара клиента) Провести сегментирование туристского рынка по модели 5W	Анкета, результаты опроса с диаграммами, анализ и выводы по исследованию Профили ЦА с демографическими, психографическими и поведенческими характеристиками Таблица сегментов рынка с подробным описанием характеристик каждого сегмента Конец 3 недели практики
5	Ценовая сбытовая политика	Разработать прайс-лист на услуги компании и обосновать выбор ценовой стратегии Построить цепочки сбыта с указанием конкретных контрагентов	Прайс-лист, пояснительная записка с обоснованием ценовой стратегии и методов ценообразования Схема каналов сбыта с



Номер	Раздел практики, обеспечивающий формирование компетенции (или ее части)	Вид и содержание контрольного задания	Требования к выполнению контрольного задания и срокам сдачи
		Разработать программу мероприятий по стимулированию сбыта турпродукта	описанием каждого звена цепочки и характеристиками контрагентов План мероприятий с указанием сроков, целевой аудитории, инструментов стимулирования и ожидаемых результатов Конец 3 недели практики
5	Программа продвижения турпродукта	Разработать медиаплан рекламной кампании (каналы, сроки, бюджет) Разработать контент-план для социальных сетей (минимум 14 постов), разработать макет сайта Создать 2 варианта рекламных макетов с использованием фирменного стиля для любых рекламных носителей по выбору студента	Таблица медиаплана с указанием медианосителей, сроков размещения, бюджета Контент-план, скриншоты макета сайта, аргументация выбора площадок размещения в Интернете Макеты рекламы с соблюдением разработанного фирменного стиля и слоганом Конец 3 недели практики
5	Оформление итогового отчета по практике	Оформить итоговый отчет по практике согласно требованиям	Полный отчет по практике со всеми приложениями согласно требованиям Конец 3 недели практики

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС
		Лист 22 из 35

6.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Для описания показателей и критериев оценивания компетенций на разных этапах ее формирования по производственной практике и описания шкал оценивания выполнен единый подход согласно бально-рейтинговой технологии, которая предусматривает единые условия контроля (принимаются в период прохождения учебной практики 4 мероприятия текущего контроля) и оценивания, а именно:

- Первая «контрольная точка» - 0-10
- Вторая «контрольная точка» - 0-10
- Третья «контрольная точка» - 0-10
- Четвертая «контрольная точка» - 0-15

Результаты текущего контроля успеваемости учитываются при выставлении оценки в ходе промежуточной аттестации.

Для допуска к промежуточной аттестации обучающийся должен выполнить все мероприятия текущего контроля по дисциплине (не иметь задолженностей по текущей контролю успеваемости) и набрать в общей сложности не менее 51 балла.

7. Информационно-коммуникационное обеспечение проведения практики

7.1. Перечень учебной литературы и ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

1. Абабков Ю.Н. Маркетинг в туризме: учебник / Ю.Н. Абабков, М.Ю. Абабкова, И.Г. Филиппова; под ред. Е.И. Богданова. — Москва: ИНФРА-М, 2026. — 214 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-013962-3. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2218672>
2. Баранова, А. Ю. Организация предпринимательской деятельности в сфере туризма : учебное пособие / А.Ю. Баранова. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 180 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/1677. - ISBN 978-5-16-004452-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1679517>
3. Быстров, С. А. Организация туристской деятельности. Управление турфирмой : учебное пособие / С.А. Быстров. — Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2024. — 399 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-00091-589-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2142815>
4. Быстров, С. А. Технология организации туроператорской и турагентской деятельности : учебник / С.А. Быстров. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 375 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/textbook_5a685a89b76dd5.66618286. - ISBN 978-5-16-014026-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1855507>
5. Виханский, О. С. Менеджмент : учебник / О.С. Виханский, А.И. Наумов. - 6-е изд., перераб. и доп. - Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2022. - 656 с. - ISBN 978-5-9776-0320-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1836393>
6. Драганчук Л. С. Поведение потребителей: учебное пособие / Л.С. Драганчук. — Москва: ИНФРА-М, 2024. — 192 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-018917-8. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2079164>
7. Зайцева, Н. А. Менеджмент в сервисе и туризме : учебное пособие / Н. А. Зайцева. — 3-е изд., доп. — Москва : ИНФРА-М, 2024. — 366 с. — (Среднее

профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-016114-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2118078>

8. Ковальчук, А.П., Предпринимательская деятельность в сфере гостиничного бизнеса. : учебное пособие / А.П. Ковальчук. — Москва : КноРус, 2022. — 172 с. — ISBN 978-5-406-08823-4. — URL:<https://book.ru/book/941146>

9. Маркова, В. Д. Стратегический менеджмент: понятия, концепции, инструменты принятия решений : справочное пособие / В. Д. Маркова, С. А. Кузнецова. — Москва : ИНФРА-М, 2023. — 320 с. — (Справочники «ИНФРА-М»). - ISBN 978-5-16-009860-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/document?id=418573>

10. Орловская, В.П. Технология и организация предприятия туризма: учебник / В.П. Орловская; под ред. Е.И. Богданова. - Москва: ИНФРА-М, 2023. - 176 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-006293-8. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1904786>

11. Поведение потребителей: учебник / О.Н. Романенкова. — Москва: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2026. — 320 с. - ISBN 978-5-9558-0404-0. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2222254>

12. Правовое обеспечение гостиничной деятельности: учеб. пособие / Н.А. Вотинцева. — М.: РИОР: ИНФРА-М, 2024 <https://znanium.ru/catalog/document?id=442450>

13. Резник, С. Д. Менеджмент : учебное пособие / С.Д. Резник, И.А. Игошина, О.А. Сазыкина ; под общ. ред. д-ра экон. наук, проф. С.Д. Резника. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2026. — 363 с. — (Высшее образование). — DOI 10.12737/2221042. - ISBN 978-5-16-021279-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2221042>

14. Савина, Н. В. Туроперейтинг : учебное пособие / Н. В. Савина. - Минск : РИПО, 2022. - 264 с. - ISBN 978-985-895-055-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2173858>


15. Туроператорская и турагентская деятельность : практическое пособие / Г. И. Новолодская, Н. Н. Тушемилова. - Москва : Директ-Медиа, 2023. - 232 с. - ISBN 978-5-4499-3378-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2144487>

16. Хабибулин, А. Г. Правовое обеспечение профессиональной деятельности : учебник / А. Г. Хабибулин, К. Р. Мурсалимов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2021. — 364 с. - ISBN 978-5-8199-0874-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1150310>

17. Чудновский, А. Д. Безопасность бизнеса в индустрии туризма и гостеприимства : учебное пособие / А. Д. Чудновский, Ю. М. Белозерова. — Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2022. — 335 с. — (Высшее образование). - ISBN 978-5-8199-0502-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1843593>

7.2. Дополнительная литература

1. Агешкина, Н. А. Основы турагентской и туроператорской деятельности : учебное пособие / Н.А. Агешкина. — Москва : ИНФРА-М, 2024. — 567 с. — (Среднее профессиональное образование). — DOI 10.12737/1072191. - ISBN 978-5-16-015973-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2105785>
2. Бизнес-планирование в туризме : учебник для студентов бакалавриата, обучающихся по направлению подготовки 43.03.02 «Туризм» / под общ. ред. Т. В. Харитоновой, А. В. Шарковой. - 4-е изд. - Москва : Дашков и К, 2023. - 310 с. - ISBN 978-5-394-04314-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/document?id=431540>

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС
		<i>Лист 24 из 35</i>

3. Большаник, П.В. Менеджмент в туристских организациях: учебное пособие / П.В. Большаник. - Москва: ИНФРА-М, 2022. - 193 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). DOI 10.12737/textbook_5a97eb45e68fc2.10836291. - ISBN 978-5-16-013170-2. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1855503>
4. Зайцева, Н.А. Менеджмент в сервисе и туризме: учебное пособие / Н.А. Зайцева. - 3-е изд., доп. - Москва: ИНФРА-М, 2023. - 366 с. - (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-016114-3. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1903789>
5. Казаков С.П. Влияние социальных медиа на поведение потребителей в индустрии гостеприимства и в туризме: монография / С.П. Казаков. — Москва: РИОР: ИНФРА-М, 2024. — 98 с. — (Научная мысль). — DOI: <https://doi.org/10.12737/7348>. - ISBN 978-5-369-01453-0. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2079623>
6. Колесова, Ю. А. Туристско-рекреационное проектирование : учебное пособие / Ю.А. Колесова. — Москва : КУРС : ИНФРА-М, 2024. — 352 с. - ISBN 978-5-906818-65-2
7. Меликян О. М. Поведение потребителей: учебник / О. М. Меликян. - 5-е изд., стер. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2020. — 278 с. - ISBN 978-5-394-03521-0. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1093455>
8. Минцберг, Г. Менеджмент : Природа и структура организаций : практическое руководство / Г. Минцберг. - Москва : Альпина ПРО, 2026. - 632 с. - ISBN 978-5-907394-79-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2235791>
9. Орловская, В.П. Технология и организация предприятия туризма: учебник / В.П. Орловская; под ред. Е.И. Богданова. - Москва: ИНФРА-М, 2023. - 176 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-006293-8. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1904786>
10. Финкельштейн, Г. Менеджмент на основе данных: Как сменить интуитивный подход к управлению на аналитический : практическое руководство / Г. Финкельштейн. - Москва : Альпина Паблишер, 2026. - 192 с. - ISBN 978-5-0063-0333-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2237283> .

7.3. Перечень учебной литературы и ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

1. Официальный сайт ассоциации туроператоров в сфере выездного туризма Турпомощь. Режим доступа: <http://www.tourpom.ru/>
2. Официальный сайт Российского союза туристической индустрии. Режим доступа: <http://www.rostourunion.ru/>
3. Электронный журнал «TTG-Russia». Режим доступа: <http://www.ttg-russia.ru>
4. Электронный журнал «Business Travel». Режим доступа: <http://www.bt-magazine.ru>
5. Ежедневная электронная газета РСТ «RATANews». Режим доступа: <http://www.ratanews.ru/>
6. Научный журнал «Вестник Ассоциации вузов туризма и сервиса» Режим доступа: <https://vestnik.rgutspubl.org/index.php/1>
7. Научный журнал «Современные проблемы сервиса и туризма» Режим доступа: <https://stcc.rgutspubl.org/index.php/1>

7.4. Перечень программного обеспечения, современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем

1. Электронно-библиотечная система ZNANIUM . Режим доступа: <https://znanium.com/>
2. Электронно-библиотечная система BOOK.ru Режим доступа: <https://book.ru/>
3. Научная электронная библиотека E-library (информационно-справочная система) Режим доступа: <http://www.e-library.ru/>
4. Справочная правовая система (СПС) КонсультантПлюс. Режим доступа: <https://www.consultant.ru/>
5. Профессиональная база данных «Федеральная служба государственной статистики» Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/>
6. Профессиональная база социологических данных Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ) Режим доступа: <https://bd.wciom.ru/>

8. Материально-техническая база, необходимая для проведения практики:

Вид учебных занятий по дисциплине	Наименование оборудованных учебных кабинетов, объектов для проведения практических занятий с перечнем основного оборудования	Приспособленность помещений для использования инвалидами и лицами с ОВЗ
Практика	Тренинг-студия гостеприимства. Мастерская туризма. Специализированная учебная мебель. ТСО: Видеопроекторное оборудование. Автоматизированные рабочие места студентов с возможностью выхода в информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет». Интерактивная доска. МФУ, ноутбуки, Wi-Fi, телефон, стойка, «Уголок турагента», аудиосистема, наглядные материалы. Тренинговая стойка-ресепшн. Оборудованный тренинговый гостиничный номер. Лицензионное программное обеспечение: в соответствии с рабочей программой.	Специализированные рабочие места, одноместные парты, расширенные проходы между рядами, звукоусиливающая аппаратура, электронные видеувеличители, переносная индукционная петля, мобильный перекатной пандус.