



**Принято:**

Ученым советом ФГБОУ ВО «РГУТИС»

Протокол №8 от «19» января 2026 г.

**Утверждаю:**

Первый проректор

Н.Г.Новикова

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ  
(ПРАКТИКА ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПЕРВИЧНЫХ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ  
УМЕНИЙ И НАВЫКОВ)**

**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                                                       | ученая степень и звание, ФИО                   |
|-----------------------------------------------------------------|------------------------------------------------|
| <i>Доцент Высшей школы<br/>бизнеса, менеджмента и<br/>права</i> | <i>Канд.филол.наук, доцент Костромина Е.А.</i> |

**Программа практики согласована и одобрена директором ОПОП:**

| должность                                                       | ученая степень и звание, ФИО                   |
|-----------------------------------------------------------------|------------------------------------------------|
| <i>Доцент Высшей школы<br/>бизнеса, менеджмента и<br/>права</i> | <i>Канд.филол.наук, доцент Костромина Е.А.</i> |

**Программа практики утверждена Ученым советом высшей школы:**

| наименование высшей школы                        | номер и дата протокола  |
|--------------------------------------------------|-------------------------|
| <i>Высшая школа бизнеса, менеджмента и права</i> | <i>№5 от 18.12.2025</i> |

## 1. Аннотация рабочей программы практики

**Вид практики:** учебная

**Тип практики:** практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, бакалавриат Туризм

**Способы проведения практики:** стационарная, выездная.

Учебная практика (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков) для студентов является составной частью образовательной программы бакалавриата направления 43.03.02 Туризм.

Данный вид практики направлен на продолжение изучения основ организации туристической деятельности. Этот вид занятий позволяет развивать основы формирования у студентов навыков практической деятельности.

Программа учебной 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.

Основными задачами учебной практики (практики по получению первичных профессиональных умений и навыков) являются: формирование у студентов понимание особенностей создания туристического продукта и его продвижения на рынке; получение обучающимися информации о будущей профессиональной деятельности; выработка первоначальных профессиональных умений, навыков; получение навыков работы при работе с прямыми клиентами и агентствами; повышение мотивации к профессиональной деятельности; формирование у студентов платформы для последующего усвоения совокупности сложных знаний по отраслевым и специальным дисциплинам, изучаемым на старших курсах и их эффективного применения в будущем на практике.

Цель практики – первичное освоение универсальных и профессиональных компетенций соответствующих видов деятельности.

Учебная (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков) практика для студентов очно-заочной формы обучения проводится на базе соответствующего учебно-производственного подразделения ФГБОУ ВО «РГУТИС» или на базе профильных предприятий.

Учебная практика направлена на формирование следующих компетенций:

УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде;

УК-3.1. Определяет свою роль в команде, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели

УК-3.2. При реализации своей роли в команде учитывает особенности поведения других членов команды; соблюдает установленные нормы и правила командной работы, несет личную ответственность за общий результат

УК-3.3. Анализирует возможные последствия личных действий и планирует свои действия для достижения заданного результата

УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах);

УК-4.1. Выбирает стиль общения на государственном языке Российской Федерации и иностранном языке в зависимости от цели и условий партнерства; адаптирует речь, стиль общения и язык жестов к ситуациям взаимодействия

УК-4.2. Ведет диалог для сотрудничества в социальной и профессиональной сферах

УК-4.3. Ведет деловую переписку на государственном языке Российской Федерации и иностранном языке с учетом особенностей стилистики официальных и неофициальных писем и социокультурных различий в формате корреспонденции

УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах;

УК-5.1. Находит и использует необходимую для саморазвития и взаимодействия с другими людьми информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных групп

УК-5.2. Учитывает при социальном и профессиональном общении историческое наследие и социокультурные традиции различных социальных групп, этносов и конфессий, включая мировые религии, философские и этические учения

УК-5.3. Придерживается принципов недискриминационного поведения при личном и массовом общении в целях выполнения профессиональных задач и усиления социальной интеграции

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

ОПК-1.1 Осуществляет поиск, анализ, отбор технологических новаций и современных программных продуктов в профессиональной туристской деятельности

ОПК-4. Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта

ОПК-4.2 Формирует каналы сбыта туристских продуктов и услуг, а также их продвижение, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.

Учебная практика (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков) входит в обязательную часть блока Б.2. «Практика» по направлению подготовки 43.03.02 «Туризм», является обязательным этапом обучения. Представляет собой вид учебных занятий, непосредственно ориентированных на профессионально-практическую подготовку обучающихся. Общая трудоемкость учебной практики составляет 2 зачетных единицы, 72 часа. Проводится на 2 курсе в 3 семестре. Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета с оценкой.

Практика базируется на знаниях и навыках, уже освоенных в ходе прохождения учебной (ознакомительной) практики, в ходе изучения следующих дисциплин: Б1.О.8 «Основы туризма и туристской деятельности», Б1.О.9 «Менеджмент», Б1.О.13 «Технологии деловых коммуникаций в профессиональной деятельности», Б1.О.5 «Право» и Б1.О.16 «Правовое обеспечение туризма и гостеприимства», Б1.О.14 «Маркетинг и брендинг в туризме и гостеприимстве», Б1.О.12 «Информационное обеспечение профессиональной деятельности», Б1.В.2 «Технологии и организация услуг в туризме», Б1.В.7 «Поведение потребителей в туризме и гостеприимстве», Б1.В.5 «Маркетинговые исследования в туризме».

Основные навыки и умения, полученные в ходе прохождения учебной практики, должны быть использованы в дальнейшем при изучении дисциплин: Б1.В.5 «Маркетинговые исследования в туризме», Б1.В.6 «Цифровой маркетинг в туризме», Б1.В.9 «Маркетинговые коммуникации в туристской индустрии», Б1.В.10 «Цифровые сервисы в туристской индустрии», Б1.В.11 «Информационные системы управления взаимоотношениями с клиентами», Б1.В.13 «Управление продажами туристских продуктов и сервисов», Б1.В.14 «Бренд-менеджмент в туризме», Б1.В.ДВ.2.1 «Маркетинг туристских продуктов и брендов дестинаций», Б1.В.16 «Стратегический маркетинг», Б2.О.П.1 «Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности», Б2.В.П.1 «Проектно-технологическая практика».

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

| №<br>п/п | Индекс<br>компете<br>нции | Планируемые результаты обучения<br>(компетенции или ее части)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|----------|---------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1        | УК-3                      | <p>Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде</p> <p>УК-3.1. Определяет свою роль в команде, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели</p> <p>УК-3.2. При реализации своей роли в команде учитывает особенности поведения других членов команды; соблюдает установленные нормы и правила командной работы, несет личную ответственность за общий результат</p> <p>УК-3.3. Анализирует возможные последствия личных действий и планирует свои действия для достижения заданного результата</p>                                                                                                                                                          |
| 2        | УК-4                      | <p>Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)</p> <p>УК-4.1. Выбирает стиль общения на государственном языке Российской Федерации и иностранном языке в зависимости от цели и условий партнерства; адаптирует речь, стиль общения и язык жестов к ситуациям взаимодействия</p> <p>УК-4.2. Ведет диалог для сотрудничества в социальной и профессиональной сферах</p> <p>УК-4.3. Ведет деловую переписку на государственном языке Российской Федерации и иностранном языке с учетом особенностей стилистики официальных и неофициальных писем и социокультурных различий в формате корреспонденции</p>              |
| 3        | УК-5                      | <p>Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах</p> <p>УК-5.1. Находит и использует необходимую для саморазвития и взаимодействия с другими людьми информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных групп</p> <p>УК-5.2. Учитывает при социальном и профессиональном общении историческое наследие и социокультурные традиции различных социальных групп, этносов и конфессий, включая мировые религии, философские и этические учения</p> <p>УК-5.3. Придерживается принципов недискриминационного поведения при личном и массовом общении в целях выполнения профессиональных задач и усиления социальной интеграции</p> |
| 4        | ОПК-1                     | <p>Способен применять технологические новации и современное программное обеспечение в туристской сфере в части</p> <p>ОПК-1.1 Осуществляет поиск, анализ, отбор технологических новаций и современных программных продуктов в профессиональной туристской деятельности</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |

|   |       |                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|---|-------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 5 | ОПК-4 | Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта в части ОПК-4.2 Формирует каналы сбыта туристских продуктов и услуг, а также их продвижение, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет |
|---|-------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

### 3. Место практики в структуре ОПОП:

Очно-заочная форма

3 семестр

| Номер семестра (предшествующие) | Предшествующие дисциплины и виды практик                        | Последующие дисциплины и виды практик                          | Номер семестра (последующие) |
|---------------------------------|-----------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------|------------------------------|
| 1,2                             | История России                                                  | Философия                                                      | 8                            |
| 1-3                             | Иностранный язык                                                | Иностранный язык                                               | 4-7                          |
| 1,2                             | Физическая культура и спорт                                     | Сервис-дизайн                                                  | 5                            |
| 1                               | Право                                                           |                                                                |                              |
| 2                               | Безопасность жизнедеятельности                                  | Информационное обеспечение профессиональной деятельности       | 4                            |
| 1                               | Основы туризма и туристской деятельности                        | Маркетинг и брендинг в туризме и гостеприимстве                | 4                            |
| 1                               | Менеджмент                                                      | Социально-экономическая статистика и статистика туризма        | 4                            |
| 2                               | Стандартизация и управление качеством                           | Правовое обеспечение туризма и гостеприимства                  | 6                            |
| 2,3                             | Экономика и предпринимательство                                 | Управление проектами в туризме и гостеприимстве                | 5,6                          |
| 2,3                             | Информационное обеспечение профессиональной деятельности        | Второй иностранный язык в профессиональной деятельности        | 5-8                          |
| 1                               | Технологии деловых коммуникаций в профессиональной деятельности | Бизнес-планирование на предприятиях туризма и гостеприимства   | 6                            |
| 1                               | Основы российской государственности                             | Организация и управление деятельностью туристского предприятия | 5,6                          |
| 3                               | История религий России                                          |                                                                |                              |
| 1                               | Ресурсосбережение                                               | Инновации в профессиональной деятельности                      | 4                            |
| 3                               | Маркетинговые исследования в туризме                            | Технологии и организация услуг в туризме                       | 6                            |
| 2                               | Поведение потребителей в туризме и гостеприимстве               | Проектирование туристского продукта                            | 6                            |
| 3                               | Практикум по самоорганизации, саморазвитию и командной работе   | Исследование и оценка туристских ресурсов                      | 5                            |
| 3                               | Самоменеджмент                                                  | Маркетинговые исследования в туризме                           | 4                            |
| 3                               | Основы военной подготовки                                       | Цифровой маркетинг в туризме                                   | 7                            |
| 3                               | Начальная военная и медико-санитарная подготовка                | Маркетинговое ценообразование в индустрии туризма              | 7                            |
| 3                               | Проектная деятельность в туризме                                | Маркетинговые коммуникации в туристской индустрии              | 5,6                          |

|   |                                                                                                           |                                                                                     |     |
|---|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 1 | Введение в технологию обслуживания                                                                        | Цифровые сервисы в туристской индустрии                                             | 4   |
| 2 | Организация добровольческой (волонтерской) деятельности и взаимодействие с социально ориентированными НКО | Информационные системы управления взаимоотношениями с клиентами                     | 7   |
| 2 | Ознакомительная практика                                                                                  | Искусственный интеллект в маркетинге туристских продуктов и сервисов                | 8   |
|   |                                                                                                           | Управление продажами туристских продуктов и сервисов                                | 8   |
|   |                                                                                                           | Бренд-менеджмент в туризме                                                          | 9   |
|   |                                                                                                           | Событийный маркетинг в туризме                                                      | 7   |
|   |                                                                                                           | Стратегический маркетинг                                                            | 8   |
|   |                                                                                                           | Элективные дисциплины по физической культуре и спорту                               | 6   |
|   |                                                                                                           | Маркетинг туристских продуктов и брендов дестинаций                                 | 7,8 |
|   |                                                                                                           | Продвижение туристских дестинаций                                                   | 7,8 |
|   |                                                                                                           | Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности | 5   |
|   |                                                                                                           | Исследовательская практика                                                          | 8   |
|   |                                                                                                           | Проектно-технологическая практика                                                   | 7   |
|   |                                                                                                           | Преддипломная практика                                                              | 9   |

#### 4. Трудоемкость практики.

##### Очно-заочная форма обучения.

| Номер курса | Номер семестра | Объем в зачетных единицах | Продолжительность практики                                        |
|-------------|----------------|---------------------------|-------------------------------------------------------------------|
|             |                |                           | В академических часах, в том числе практическая подготовка        |
| 2           | 3              | 2                         | 72 акад. часа, в том числе практическая подготовка 70 акад. часов |



## 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

#### 2 курс 3 семестр

| Номер недели семестра / практики | Наименование раздела практики                                                                                | Наименование закрепляемых навыков / видов деятельности                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Количество академических часов всего |
|----------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------|
| 17/3                             | <b>Раздел 1. Организация проектной команды и планирование маркетингового исследования</b>                    | <p>Навыки определения роли в команде: распределение ролей в проектной группе (руководитель проекта, аналитик данных, спикер, редактор) для проведения сравнительного анализа туроператоров; разработка регламента взаимодействия.</p> <p>Навыки планирования действий: составление плана-графика исследования, определение этапов сбора вторичной информации; оценка рисков невыполнения задач.</p> <p>Навыки командной коммуникации: проведение установочного совещания (брифинга); отработка навыков деловой дискуссии при выборе объектов исследования (3 туроператора); ведение протокола встречи.</p> <p>Навыки работы с информацией: определение перечня достоверных открытых источников (реестры Ростуризма, сайты компаний, отраслевые порталы, соцсети) для сбора данных.</p> | 16                                   |
| 17/3                             | <b>Раздел 2. Сравнительный анализ цифрового присутствия и продуктовых линеек конкурирующих туроператоров</b> | <p>Навыки сбора и систематизации вторичной информации: проведение кабинетного исследования трех выбранных туроператоров: сбор данных об ассортименте, ценах, условиях бронирования из открытых источников.</p> <p>Навыки аудита цифровых каналов сбыта, сравнительный анализ веб-сайтов и мобильных приложений конкурентов: оценка юзабилити, структуры каталога, наличия онлайн-оплаты, адаптивности версий; выявление технологических преимуществ и недостатков.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | 30                                   |

|        |                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |    |
|--------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
|        |                                                                                                                                                                                                                                         | Навыки анализа контент-стратегии: мониторинг активности конкурентов в социальных сетях: анализ тональности публикаций, вовлеченности аудитории, форматов контента и реакции на отзывы.<br>Навыки синтеза аналитических данных: сведение собранных данных в единую сравнительную матрицу; подготовка аналитической записки с выводами о конкурентных преимуществах каждого игрока.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |    |
| 18/3   | <b>Раздел 3. Полевое исследование региональных предложений и потребительского поведения на базе выставочного центра «Россия»</b><br><i>(Объект: Выставка «Путешествие по России» в НЦ «Россия», либо другие туристические выставки)</i> | Навыки верификации информации: сопоставление данных, полученных в ходе кабинетного исследования, с реальной презентацией регионов и продуктов на выставке.<br>Навыки наблюдения за потребительским поведением: фиксация интереса посетителей выставки к стендам разных регионов; анализ демографического состава аудитории и их реакций на интерактивные элементы (что привлекает внимание, где возникают очереди, какие эмоции преобладают).<br>Навыки межкультурного анализа: экспертиза представленного на выставке контента на предмет корректности отражения культурных традиций, религиозных особенностей и этикета народов России; выявление случаев стереотипизации или инклюзивности.<br>Навыки деловой коммуникации в полевой среде: проведение кратких интервью с представителями стендов для уточнения деталей продукта; соблюдение этикета делового общения. | 16 |
|        | Подготовка итогового отчета                                                                                                                                                                                                             | Навыки синтеза и презентации                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | 8  |
| 18/3   | Промежуточная аттестация                                                                                                                                                                                                                | Дифференцированный зачет (Защита итогового аналитического отчета проектной группы)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | 2  |
| ИТОГО: |                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | 72 |



## 5.2. Содержание заданий и форм отчетности по разделам практики

### 5.2.1 Наименование раздела практики: Организация проектной команды и планирование маркетингового исследования

| Наименование закрепляемых навыков/видов деятельности                                                                                                                         | Задание                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Количество часов, отводимых на выполнение задания | Форма контроля (п/у) | Вид контрольного мероприятия             | Формы отчетности и содержание отчетных мероприятий                                                                            | Требования к содержанию отчетных материалов                                                                                                                                                                              | Сроки предоставления отчетных материалов (3 семестр) |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------|----------------------|------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------|
| <b>Навыки определения роли в команде:</b><br>– Распределение ролей в проектной группе (руководитель, аналитик, спикер, редактор).<br>– Разработка регламента взаимодействия. | <b>Задание 1.1.</b><br>Сформировать проектную группу (3–5 человек). Провести установочное совещание (брифинг). Распределить роли для проведения сравнительного анализа 3-х конкурирующих туроператоров. Выбрать объекты для сравнения. Разработать внутренний регламент работы группы (сроки, каналы связи, ответственность). | 4                                                 | у                    | Работа в малой группе                    | 1. Протокол установочного совещания.<br>2. Схема распределения ролей и зон ответственности.<br>3. Регламент командной работы. | Протокол должен содержать повестку, список участников, принятые решения о ролях. Схема должна четко определять вклад каждого участника в общий результат. Регламент должен включать дедлайны и инструменты коммуникации. | 22.12.2027                                           |
| <b>Навыки командной коммуникации:</b><br>– Оработка навыков деловой                                                                                                          | <b>Задание 1.2.</b><br>Провести деловую дискуссию по выбору объектов исследования (3 туроператора).                                                                                                                                                                                                                           | 4                                                 | п                    | Отчет на электронном и бумажном носителе | 1. Протокол деловой дискуссии.<br>2. Обоснование выбора объектов исследования                                                 | Протокол должен отражать аргументы «за» и «против» различных                                                                                                                                                             | 22.12.2027                                           |

|                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                        |   |   |                                          |                                                                                           |                                                                         |            |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|------------|
| дискуссии.<br>– Ведение протокола встречи.                                                                               | Обосновать выбор компаний (лидеры рынка, нишевые игроки, прямые конкуренты).                                                                                                                                                                                           |   |   |                                          | (справка).                                                                                | кандидатов.                                                             |            |
| <b>Навыки планирования действий:</b><br>– Составление плана-графика исследования.<br>– Оценка рисков невыполнения задач. | <b>Задание 1.3.</b><br>Разработать план-график проведения маркетингового исследования (календарный план).<br>Определить этапы сбора вторичной информации, сроки подготовки черновиков и финальной сборки отчета. Выявить потенциальные риски и способы их минимизации. | 8 | п | Отчет на электронном и бумажном носителе | 1. План-график исследования (визуализированный), включающий: цель, гипотезу, инструменты. | План-график должен охватывать весь период практики с разбивкой по дням. | 23.12.2027 |

### 5.2.2 Наименование раздела практики: Сравнительный анализ цифрового присутствия и продуктовых линеек конкурирующих туроператоров

| Наименование закрепляемых навыков/видов деятельности       | Задание                                                                               | Количество часов, отводимых на выполнение задания | Форма контроля (п/у) | Вид контрольного мероприятия             | Формы отчетности и содержание отчетных мероприятий | Требования к содержанию отчетных материалов                           | Сроки предоставления отчетных материалов (3 семестр) |
|------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------|----------------------|------------------------------------------|----------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------|
| <b>Навыки сбора и систематизации вторичной информации:</b> | <b>Задание 2.1.</b><br>Осуществить поиск и сбор вторичной информации о трех выбранных | 8                                                 | п                    | Отчет на электронном и бумажном носителе | 1. Реестр источников информации (ссылки, даты      | Таблица должна содержать не менее 10 сравниваемых параметров (страны, | 24.12.2027                                           |

|                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                         |   |   |                                          |                                                                                                                                          |                                                                                                                                                             |            |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| – Проведение кабинетного исследования (Desk Research).<br>– Сбор данных об ассортименте, ценах, условиях.                           | туроператорах в открытых источниках (официальные сайты, реестр Ростуризма, отраслевые порталы TourDom, Profi.Travel и др.). Собрать данные о продуктовой линейке (направления), ценовом позиционировании и условиях бронирования.                                       |   |   |                                          | обращения).<br>2. Таблица «Сравнительный анализ продуктовой линейки и цен».                                                              | типы размещения, включенные услуги, условия аннуляции). Источники должны быть верифицированы.                                                               |            |
| <b>Навыки аудита цифровых каналов сбыта:</b><br>– Оценка юзабилити сайтов и приложений.<br>– Выявление технологических преимуществ. | <b>Задание 2.2.</b><br>Провести аудит веб-сайтов и мобильных приложений выбранных туроператоров. Оценить удобство навигации, структуру каталога, наличие онлайн-оплаты, адаптивность версий для мобильных устройств. Выявить сильные и слабые стороны цифровых каналов. | 8 | п | Отчет на электронном и бумажном носителе | 1. Чек-лист аудита юзабилити (для каждого оператора).<br>2. Аналитическая записка «Сравнительный анализ цифровых каналов» с скриншотами. | Чек-лист должен включать не менее 15 критериев оценки. Записка должна содержать визуальные примеры (скриншоты) удачных и неудачных решений с комментариями. | 25.12.2027 |
| <b>Навыки анализа контент-стратегии:</b><br>– Мониторинг активности в соцсетях (VK, Telegram).<br>– Анализ                          | <b>Задание 2.3.</b><br>Проанализировать активность конкурентов в социальных сетях (VK, Telegram, Яндекс.Дзен) за последний квартал. Оценить тон коммуникации, форматы                                                                                                   | 8 | п | Отчет на электронном и бумажном носителе | 1. Контент-план конкурентов (сводная таблица за месяц).<br>2. Отчет по метрикам вовлеченности и тональности                              | Анализ должен охватывать минимум 10 последних публикаций каждого оператора. Выводы должны содержать оценку соответствия стиля общения                       | 26.12.2027 |

|                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                      |   |   |                                          |                                                                           |                                                                                                                                                                |            |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| тональности и вовлеченности.                                                                                                     | контента (текст, видео, фото), частоту публикаций и реакцию аудитории (лайки, комментарии, репосты).                                                                                                                 |   |   |                                          | отзывов.                                                                  | целевой аудитории.                                                                                                                                             |            |
| <b>Навыки синтеза аналитических данных:</b><br>– Сведение данных в сравнительную матрицу.<br>– Подготовка аналитической записки. | <b>Задание 2.4.</b><br>Свести все собранные данные в единую сравнительную матрицу. Подготовить итоговую аналитическую записку по разделу с выводами о конкурентных преимуществах и недостатках каждого игрока рынка. | 6 | п | Отчет на электронном и бумажном носителе | 1. Сводная сравнительная матрица.<br>2. Аналитическая записка с выводами. | Матрица должна наглядно демонстрировать позиции операторов по ключевым параметрам. Выводы в записке должны быть аргументированы данными из предыдущих заданий. | 27.12.2027 |

**5.2.3 Наименование раздела практики: Раздел 3. Полевое исследование региональных предложений и потребительского поведения на базе выставочного центра «Россия»** (Объект: Выставка «Путешествие по России» в НЦ «Россия», либо другие туристические выставки)

| Наименование закрепляемых навыков/видов деятельности                        | Задание                                                                                                | Количество часов, отводимых на выполнение задания | Форма контроля (п/у) | Вид контрольного мероприятия             | Формы отчетности и содержание отчетных мероприятий             | Требования к содержанию отчетных материалов                                            | Сроки предоставления отчетных материалов (3 семестр) |
|-----------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------|----------------------|------------------------------------------|----------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------|
| <b>Навыки верификации информации:</b><br>– Сопоставление данных кабинетного | <b>Задание 3.1.</b><br>Посетить интерактивную выставку «Путешествие по России» в НЦ «Россия». Провести | 4                                                 | п                    | Отчет на электронном и бумажном носителе | 1. Таблица «Онлайн vs Офлайн»: сравнение заявленных и реальных | Таблица должна содержать конкретные примеры совпадений и расхождений в описании туров, | 28.12.2027                                           |

|                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                             |   |   |                                          |                                                                                                                               |                                                                                                                                                                        |            |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| исследования с реальной презентацией.                                                                                        | сверку информации о регионах и продуктах, полученной на сайтах туроператоров (Раздел 2), с информацией, представленной на стендах выставки. Выявить расхождения или дополнения.                                                                             |   |   |                                          | продуктов.<br>2. Фотофиксация стендов (минимум 5 регионов).                                                                   | ценах или условиях. Фото должны иллюстрировать способы презентации продукта.                                                                                           |            |
| <b>Навыки наблюдения за потребительским поведением:</b><br>– Фиксация интереса посетителей.<br>– Анализ демографии и эмоций. | <b>Задание 3.2.</b><br>Провести наблюдение за посетителями выставки.<br>Зафиксировать: какие экспонаты привлекают наибольшее внимание, где возникают очереди, какие эмоции преобладают (радость, удивление, скука). Составить портрет типичного посетителя. | 4 | п | Отчет на электронном и бумажном носителе | 1. Карта наблюдения (тепловая карта посещаемости зон).<br>2. Дневник наблюдений с описанием 3-х кейсов поведения посетителей. | Карта должна визуально отображать загруженность зон. Дневник должен содержать детальное описание поведения, невербальных реакций и длительности контакта с экспонатом. | 28.12.2027 |
| <b>Навыки межкультурного анализа:</b><br>– Экспертиза контента на предмет этики и традиций.<br>– Выявление стереотипов или   | <b>Задание 3.3.</b><br>Провести экспертизу представленного на выставке контента (тексты, видео, изображения) на предмет корректности отражения культурных традиций, религиозных                                                                             | 4 | п | Отчет на электронном и бумажном носителе | 1. Аналитический отчет «Культурный код в экспозиции».<br>2. Список рекомендаций по улучшению                                  | Рекомендации должны быть конкретными и направленными на предотвращение стереотипизации.                                                                                | 29.12.2027 |

|                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                     |   |   |                                          |                                                                                             |                                                                                                                                                             |            |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| инклюзивности.                                                                                              | особенностей и этикета народов России. Оценить уровень инклюзивности экспозиции.                                                                                                                    |   |   |                                          | межкультурной коммуникации.                                                                 |                                                                                                                                                             |            |
| <b>Навыки деловой коммуникации в полевой среде:</b><br>– Проведение мини-интервью.<br>– Соблюдение этикета. | <b>Задание 3.4.</b><br>Взять краткие интервью (3–5 вопросов) у представителей стендов (региональных кластеров) или гидов выставки для уточнения деталей продукта. Соблюдать нормы делового этикета. | 4 | п | Отчет на электронном и бумажном носителе | 1. Протоколы интервью (расшифровка ключевых тезисов).<br>2. Контакт-лист полученных связей. | Протоколы должны содержать вопросы, ответы и выводы о компетентности персонала. Должно быть подтверждение соблюдения этикета (время, тон, форма обращения). | 29.12.2027 |

#### Подготовка итогового отчета по практике

| Наименование закрепляемых навыков/видов деятельности                                                      | Задание                                                                                                            | Количество часов | Форма контроля | Вид мероприятия                          | Формы отчетности                                                                             | Требования к содержанию                                                                                                                                                                              | Сроки      |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|----------------|------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>Навыки синтеза и презентации:</b><br>– Подготовка итогового отчета.<br>– Публичная защита результатов. | <b>Задание 4.1.</b><br>Систематизировать материалы всех разделов. Подготовить итоговый отчет группы и презентацию. | 8                | п              | Отчет на электронном и бумажном носителе | 1. Итоговый аналитический отчет группы (сводный документ).<br>2. Презентация (9-11 слайдов). | Отчет должен содержать введение, методику, результаты всех 3-х разделов, общие выводы и рекомендации. Презентация должна быть структурирована, визуализирована и укладываться в регламент (5-7 мин). | 30.12.2027 |

| ПЛАН-ЗАДАНИЕ на учебную практику<br>(практику по получению первичных профессиональных умений и навыков)                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                      |                     |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|---------------------|
| №                                                                                                                                                                                                                      | Содержание задания                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Период<br>выполнения | Срок<br>сдачи       |
|                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | 3 сем.<br>(2027 г.)  | 3 сем.<br>(2027 г.) |
| Раздел 1. Организация проектной команды и планирование маркетингового исследования                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                      |                     |
| 1.                                                                                                                                                                                                                     | <b>Задание 1.1. Формирование проектной группы и распределение ролей</b><br>Сформировать проектную группу (3–5 человек). Провести установочное совещание (брифинг). Распределить роли для проведения сравнительного анализа 3-х конкурирующих туроператоров. Разработать внутренний регламент работы группы. | 22.12.2027           | 22.12.2027          |
| 2                                                                                                                                                                                                                      | <b>Задание 1.2. Деловая дискуссия по выбору объектов исследования</b><br>Провести деловую дискуссию по выбору объектов исследования (3 туроператора). Обосновать выбор компаний (лидеры рынка, нишевые игроки, прямые конкуренты).                                                                          | 22.12.2027           | 22.12.2027          |
| 3.                                                                                                                                                                                                                     | <b>Задание 1.3. Разработка плана-графика исследования</b><br>Разработать план-график проведения маркетингового исследования (календарный план). Определить этапы сбора вторичной информации, сроки подготовки черновиков и финальной сборки отчета. Выявить потенциальные риски.                            | 23.12.2027           | 23.12.2027          |
|                                                                                                                                                                                                                        | Объем: 5-7 страниц отчета                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                      |                     |
| Раздел 2. Сравнительный анализ цифрового присутствия и продуктовых линеек конкурирующих туроператоров                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                      |                     |
| 4                                                                                                                                                                                                                      | <b>Задание 2.1. Сбор и систематизация вторичной информации</b><br>Осуществить поиск и сбор вторичной информации о трех выбранных туроператорах в открытых источниках. Собрать данные о продуктовой линейке, ценовом позиционировании и условиях бронирования.                                               | 24.12.2027           | 24.12.2027          |
| 5                                                                                                                                                                                                                      | <b>Задание 2.2. Аудит веб-сайтов и мобильных приложений</b><br>Провести аудит веб-сайтов и мобильных приложений выбранных туроператоров. Оценить удобство навигации, структуру каталога, наличие онлайн-оплаты, адаптивность версий.                                                                        | 25.12.2027           | 25.12.2027          |
| 6                                                                                                                                                                                                                      | <b>Задание 2.3. Анализ контент-стратегии в социальных сетях</b><br>Проанализировать активность конкурентов в социальных сетях (VK, Ok, Яндекс.Дзен) за последний квартал. Оценить тон коммуникации, форматы контента, частоту публикаций и реакцию аудитории.                                               | 26.12.2027           | 26.12.2027          |
| 7                                                                                                                                                                                                                      | <b>Задание 2.4. Синтез аналитических данных</b><br>Свести все собранные данные в единую сравнительную матрицу. Подготовить итоговую аналитическую записку по разделу с выводами о конкурентных преимуществах и недостатках.                                                                                 | 27.12.2027           | 27.12.2027          |
|                                                                                                                                                                                                                        | Объем: 15-20 страниц отчета                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                      |                     |
| Раздел 3. Полевое исследование региональных предложений и потребительского поведения на базе выставочного центра «Россия» (Объект: Выставка «Путешествие по России» в НЦ «Россия», либо другие туристические выставки) |                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                      |                     |
| 8.                                                                                                                                                                                                                     | <b>Задание 3.1. Верификация информации (Онлайн и Офлайн)</b><br>Посетить выставку. Провести сверку информации о регионах и продуктах, полученной на сайтах туроператоров, с информацией на стендах выставки. Выявить расхождения.                                                                           | 28.12.2027           | 28.12.2027          |
| 9                                                                                                                                                                                                                      | <b>Задание 3.2. Наблюдение за потребительским поведением</b><br>Провести наблюдение за посетителями выставки. Зафиксировать: какие экспонаты привлекают внимание, где возникают очереди, какие эмоции преобладают. Составить портрет типичного посетителя.                                                  | 28.12.2027           | 28.12.2027          |
| 10.                                                                                                                                                                                                                    | <b>Задание 3.3. Экспертиза контента на предмет этики и традиций</b><br>Провести экспертизу представленного на выставке контента на предмет корректности отражения культурных традиций, религиозных особенностей и этикета народов России.                                                                   | 29.12.2027           | 29.12.2027          |
| 11                                                                                                                                                                                                                     | <b>Задание 3.4. Мини-интервью с представителями стендов</b><br>Взять краткие интервью (3–5 вопросов) у представителей стендов или гидов выставки для уточнения деталей продукта. Соблюдать нормы делового этикета.                                                                                          | 29.12.2027           | 29.12.2027          |
|                                                                                                                                                                                                                        | Объем: 12-16 страниц отчета                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                      |                     |
| 12.                                                                                                                                                                                                                    | Формирование отчета по практике и презентации                                                                                                                                                                                                                                                               | 30.12.2027           | 30.12.2027          |
|                                                                                                                                                                                                                        | Объем: 35-40 страниц                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                      |                     |
| 13                                                                                                                                                                                                                     | Защита отчета по учебной практике                                                                                                                                                                                                                                                                           |                      |                     |





**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.**

| №<br>п/п | 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        | УК-3               | Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде                                                                                                                  |                                                                                    |                                                                                                                        |                                                                                                                   |                                                                  |  |
| 2        | УК-3.1.            | Определяет свою роль в команде, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели                                                                                                  | Раздел 1. Организация проектной команды и планирование маркетингового исследования | принципы командного взаимодействия, возможные роли в проектной группе                                                  | определять и распределять роли в команде для достижения поставленной цели; разрабатывать регламент взаимодействия | навыками реализации стратегии сотрудничества в проектной группе  |  |
| 3        | УК-3.2             | При реализации своей роли в команде учитывает особенности поведения других членов команды; соблюдает установленные нормы и правила командной работы, несет личную ответственность за общий результат |                                                                                    | нормы и правила командной работы; принципы ведения протокола встречи                                                   | учитывать особенности поведения других членов команды; вести протокол деловой дискуссии                           | навыками соблюдения установленных норм и правил командной работы |  |
| 4        | УК-3.3             | Анализирует возможные последствия личных действий и планирует свои действия для достижения заданного результата                                                                                      |                                                                                    | этапы планирования исследовательской деятельности                                                                      | планировать свои действия для достижения заданного результата; составлять план-график исследования                | навыками анализа возможных последствий личных действий           |  |



|   |        |                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                             |
|---|--------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 5 | УК-4   | Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                             |
| 6 | УК-4.1 | Выбирает стиль общения на государственном языке Российской Федерации и иностранном языке в зависимости от цели и условий партнерства; адаптирует речь, стиль общения и язык жестов к ситуациям взаимодействия     | <b>Раздел 3. Полевое исследование региональных предложений и потребительского поведения на базе выставочного центра «Россия»</b><br><i>(Объект: Выставка «Путешествие по России» в НЦ «Россия», либо другие туристические выставки)</i> | стили делового общения в сфере индустрии туризма; нормы делового этикета                                                                                                | выбирать стиль общения на государственном языке Российской Федерации и иностранном языке в зависимости от цели и условий партнерства; адаптирует речь, стиль общения и язык жестов к ситуациям взаимодействия | навыком выбора стиля общения к сфере индустрии туризма на государственном языке Российской Федерации и иностранном языке в зависимости от цели и условий партнерства                                        |
| 7 | УК-4.2 | Ведет диалог для сотрудничества в социальной и профессиональной сферах                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                         | принципы ведения диалога для сотрудничества в социальной и профессиональной сферах                                                                                      | умеет вести диалог для сотрудничества в социальной и профессиональной сферах                                                                                                                                  | навыком ведения диалога в социальной и профессиональной сферах                                                                                                                                              |
| 8 | УК-4.3 | Ведет деловую переписку на государственном языке Российской Федерации и иностранном языке с учетом особенностей стилистики официальных и неофициальных писем и социокультурных различий в формате корреспонденции |                                                                                                                                                                                                                                         | принципы ведения деловой переписки на государственном языке Российской Федерации и иностранном языке с учетом особенностей стилистики официальных и неофициальных писем | умеет вести деловую переписку на государственном языке Российской Федерации и иностранном языке с учетом особенностей стилистики официальных и неофициальных писем                                            | навыком ведения деловой переписки на государственном языке Российской Федерации и иностранном языке с учетом особенностей стилистики официальных и неофициальных писем и социокультурных различий в формате |



|    |        |                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                    |                                                                                                                                                     |                                                                                               |
|----|--------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |        |                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | и социокультурных различий в формате корреспонденции                               | и социокультурных различий в формате корреспонденции                                                                                                | корреспонденции                                                                               |
| 9  | УК-5   | Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                    |                                                                                                                                                     |                                                                                               |
| 10 | УК-5.1 | Находит и использует необходимую для саморазвития и взаимодействия с другими людьми информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных групп                                               | <b>Раздел 2. Сравнительный анализ цифрового присутствия и продуктовых линеек конкурирующих туроператоров</b><br><br><b>Раздел 3. Полевое исследование региональных предложений и потребительского поведения на базе выставочного центра «Россия»</b><br><i>(Объект: Выставка «Путешествие по России» в НЦ «Россия», либо другие туристические выставки)</i> | культурные особенности и традиции различных социальных групп                       | Находить необходимую для саморазвития и взаимодействия с другими людьми информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных групп | навыками использования информации о культурных особенностях для профессиональной деятельности |
| 11 | УК-5.2 | Учитывает при социальном и профессиональном общении историческое наследие и социокультурные традиции различных социальных групп, этносов и конфессий, включая мировые религии, философские и этические учения |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | мировые религии, философские и этические учения; основы межкультурной коммуникации | учитывать историческое наследие и социокультурные традиции в профессиональном общении; проводить экспертизу контента                                | навыками социального и профессионального общения с учетом культурных особенностей             |
| 12 | УК-5.3 | Придерживается принципов недискриминационного поведения при личном и массовом общении в целях выполнения профессиональных задач и усиления социальной интеграции                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | принципы недискриминационног о поведения                                           | Придерживаться принципов недискриминационног о поведения                                                                                            | Навыком выполнения профессиональных задач                                                     |
| 13 | ОПК-1  | Способен применять технологические новации и современное программное обеспечение в туристской сфере                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                    |                                                                                                                                                     |                                                                                               |



|    |         |                                                                                                                                             |                                                                                                              |                                                                                                                              |                                                                                                              |                                                                                                         |
|----|---------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 14 | ОПК-1.1 | Осуществляет поиск, анализ, отбор технологических новаций и современных программных продуктов в профессиональной туристской деятельности    | <b>Раздел 2. Сравнительный анализ цифрового присутствия и продуктовых линеек конкурирующих туроператоров</b> | технологические новации и современные программные продукты в профессиональной туристской деятельности; цифровые каналы сбыта | осуществлять поиск, анализ, отбор технологических новаций; проводить аудит веб-сайтов и мобильных приложений | навыками осуществления поиска, анализа цифровых инструментов в профессиональной туристской деятельности |
| 15 | ОПК-4   | Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта                             |                                                                                                              |                                                                                                                              |                                                                                                              |                                                                                                         |
| 16 | ОПК-4.2 | Формирует каналы сбыта туристских продуктов и услуг, а также их продвижение, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет | <b>Раздел 2. Сравнительный анализ цифрового присутствия и продуктовых линеек конкурирующих туроператоров</b> | каналы сбыта туристских продуктов и услуг; методы продвижения в сети Интернет                                                | формировать каналы сбыта туристских продуктов; анализировать контент-стратегию конкурентов                   | навыками формирования каналов сбыта и продвижения туристских продуктов в сети Интернет                  |

|                                                                                  |                                                                                                                                                                           |               |
|----------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|
|  | ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ<br>УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ<br><b>«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ<br/>         ТУРИЗМА И СЕРВИСА»</b> | СМК<br>РГУТИС |
|                                                                                  |                                                                                                                                                                           | Лист 20       |

## ***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 семестра | Раздел практики, обеспечивающий формирование компетенции (или ее части)                            | Вид и содержание контрольного задания                                                                                                                                                                                                                                                                       | Требования к выполнению контрольного задания и срокам сдачи                                                                                                                                                                                          |
|----------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 3              | 5.2.1. Организация проектной команды и планирование маркетингового исследования                    | <b>Задание 1.1. Формирование проектной группы и распределение ролей</b><br>Сформировать проектную группу (3–5 человек). Провести установочное совещание (брифинг). Распределить роли для проведения сравнительного анализа 3-х конкурирующих туроператоров. Разработать внутренний регламент работы группы. | <b>Требования:</b> Протокол должен содержать повестку, список участников, принятые решения о ролях. Схема должна четко определять вклад каждого участника. Регламент должен включать дедлайны и инструменты коммуникации.<br><b>Срок:</b> 22.12.2027 |
| 3              |                                                                                                    | <b>Задание 1.2. Деловая дискуссия по выбору объектов исследования</b><br>Провести деловую дискуссию по выбору объектов исследования (3 туроператора). Обосновать выбор компаний (лидеры рынка, нишевые игроки, прямые конкуренты).                                                                          | <b>Требования:</b> Протокол должен отражать аргументы «за» и «против» различных кандидатов. Справка должна содержать обоснование выбора с ссылками на источники.<br><b>Срок:</b> 22.12.2027                                                          |
| 3              |                                                                                                    | <b>Задание 1.3. Разработка плана-графика исследования</b><br>Разработать план-график проведения маркетингового исследования (календарный план). Определить этапы сбора вторичной информации, сроки подготовки черновиков и финальной сборки отчета. Выявить потенциальные риски.                            | <b>Требования:</b> План-график должен охватывать весь период практики с разбивкой по дням. Должен включать цель, гипотезу, инструменты.<br><b>Срок:</b> 23.12.2027                                                                                   |
| 3              | 5.2.2. Сравнительный анализ цифрового присутствия и продуктовых линеек конкурирующих туроператоров | <b>Задание 2.1. Сбор и систематизация вторичной информации</b><br>Осуществить поиск и сбор вторичной информации о трех выбранных туроператорах в открытых источниках. Собрать данные о                                                                                                                      | <b>Требования:</b> Таблица должна содержать не менее 10 сравниваемых параметров (страны, типы размещения, включенные услуги, условия аннуляции). Источники должны быть верифицированы.                                                               |

|   |                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                        |
|---|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|   |                                                                                                                                                                                                                     | продуктовой линейке, ценовом позиционировании и условиях бронирования.                                                                                                                                                                                        | <b>Срок: 24.12.2027</b>                                                                                                                                                                                                                |
| 3 |                                                                                                                                                                                                                     | <b>Задание 2.2. Аудит веб-сайтов и мобильных приложений</b><br>Провести аудит веб-сайтов и мобильных приложений выбранных туроператоров. Оценить удобство навигации, структуру каталога, наличие онлайн-оплаты, адаптивность версий.                          | <b>Требования:</b> Чек-лист должен включать не менее 10 критериев оценки. Записка должна содержать визуальные примеры (скриншоты) удачных и неудачных решений с комментариями.<br><b>Срок: 25.12.2027</b>                              |
| 3 |                                                                                                                                                                                                                     | <b>Задание 2.3. Анализ контент-стратегии в социальных сетях</b><br>Проанализировать активность конкурентов в социальных сетях (VK, Ok, Яндекс.Дзен) за последний квартал. Оценить тон коммуникации, форматы контента, частоту публикаций и реакцию аудитории. | <b>Требования:</b> Анализ должен охватывать минимум 10 последних публикаций каждого оператора. Выводы должны содержать оценку соответствия стиля общения целевой аудитории.<br><b>Срок: 26.12.2027</b>                                 |
| 3 |                                                                                                                                                                                                                     | <b>Задание 2.4. Синтез аналитических данных</b><br>Свести все собранные данные в единую сравнительную матрицу. Подготовить итоговую аналитическую записку по разделу с выводами о конкурентных преимуществах и недостатках.                                   | <b>Требования:</b> Матрица должна наглядно демонстрировать позиции операторов по ключевым параметрам. Выводы в записке должны быть аргументированы данными из предыдущих заданий.<br><b>Срок: 27.12.2027</b>                           |
| 3 | 5.2.3. Полевое исследование региональных предложений и потребительского поведения на базе выставочного центра «Россия» (Объект: Выставка «Путешествие по России» в НЦ «Россия», либо другие туристические выставки) | <b>Задание 3.1. Верификация информации (Онлайн и Офлайн)</b><br>Посетить выставку. Провести сверку информации о регионах и продуктах, полученной на сайтах туроператоров, с информацией на стендах выставки. Выявить расхождения.                             | <b>Требования:</b> Таблица должна содержать конкретные примеры совпадений и расхождений в описании туров, ценах или условиях. Фото должны иллюстрировать способы презентации продукта (минимум 5 регионов).<br><b>Срок: 28.12.2027</b> |
| 3 |                                                                                                                                                                                                                     | <b>Задание 3.2. Наблюдение за потребительским поведением</b><br>Провести наблюдение за посетителями выставки. Зафиксировать: какие экспонаты привлекают внимание, где возникают                                                                               | <b>Требования:</b> Карта должна визуально отображать загруженность зон. Дневник должен содержать детальное описание поведения, невербальных реакций и длительности контакта с экспонатом (3 кейса).                                    |



|   |                             |                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                        |
|---|-----------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|   |                             | очереди, какие эмоции преобладают. Составить портрет типичного посетителя.                                                                                                                                                                | <b>Срок: 28.12.2027</b>                                                                                                                                                                                                                                |
| 3 |                             | <b>Задание 3.3. Экспертиза контента на предмет этики и традиций</b><br>Провести экспертизу представленного на выставке контента на предмет корректности отражения культурных традиций, религиозных особенностей и этикета народов России. | <b>Требования:</b> Рекомендации должны быть конкретными и направленными на предотвращение стереотипизации. Отчет должен содержать оценку уровня инклюзивности экспозиции.<br><b>Срок: 29.12.2027</b>                                                   |
| 3 |                             | <b>Задание 3.4. Мини-интервью с представителями стендов</b><br>Взять краткие интервью (3–5 вопросов) у представителей стендов или гидов выставки для уточнения деталей продукта. Соблюдать нормы делового этикета.                        | <b>Требования:</b> Протоколы должны содержать вопросы, ответы и выводы о компетентности персонала. Должно быть подтверждение соблюдения этикета (время, тон, форма обращения).<br><b>Срок: 29.12.2027</b>                                              |
| 3 | Подготовка итогового отчета |                                                                                                                                                                                                                                           | <b>Требования:</b> Должен содержать введение, основную часть (3 раздела), заключение и приложения. Объем 35–40 страниц. <b>Срок: 30.12.2027</b>                                                                                                        |
| 3 | Итоговая аттестация         | <b>Защита итоговых результатов практики</b><br>Систематизировать материалы всех разделов. Подготовить итоговый отчет группы и презентацию. Защитить результаты перед комиссией.                                                           | <b>Требования:</b> Отчет должен содержать введение, методику, результаты всех 3-х разделов, общие выводы и рекомендации. Презентация (9–11 слайдов) должна быть структурирована, визуализирована. Регламент защиты: 5–7 минут.<br><b>Срок: 01.2028</b> |

**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 балльно-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. Основная литература

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. 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>
3. Быстров, С. А. Технология организации туроператорской и турагентской деятельности : учебник / С.А. Быстров. — Москва : ИНФРА-М, 2026. — 375 с. — (Высшее образование). — DOI 10.12737/textbook\_5a685a89b76dd5.66618286. - ISBN 978-5-16-021293-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2218733> . – Режим доступа: по подписке.
4. 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>
5. Дубровин, И. А. Поведение потребителей: учебное пособие / И. А. Дубровин. - 6-е изд., стер. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2023. - 310 с. - ISBN 978-5-394-05147-0. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2083295>
6. Зайцева, Н. А. Менеджмент в сервисе и туризме : учебное пособие / Н. А. Зайцева. — 3-е изд., доп. — Москва : ИНФРА-М, 2025. — 366 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-016114-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2208427> . – Режим доступа: по подписке.
7. 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>
8. Орловская, В. П. Технология и организация предприятия туризма : учебник / В.П. Орловская ; под ред. Е.И. Богданова. — Москва : ИНФРА-М, 2026. — 176 с. — (Высшее образование). - ISBN 978-5-16-021992-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2244090> . – Режим доступа: по подписке.
9. 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>
10. Вотинцева, Н. А. Правовое регулирование гостиничной деятельности : учебное пособие / Н.А. Вотинцева. — 3-е изд. — Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2026. — 289 с. — (Высшее образование). — DOI: <https://doi.org/10.29039/03006-6>. - ISBN 978-5-369-03006-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2243461> . – Режим доступа: по подписке.

11. 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>
12. 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>
13. 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>
14. 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>
15. Шальнова О.А. Поведение потребителей в кросс-культурном маркетинге: учебное пособие / О. А. Шальнова, Е. Ю. Депутатова, Н. В. Ребрикова; под. ред. О.А. Шальной. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2024. - 190 с. - ISBN 978-5-394-05845-5. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2161330>

## 7.2. Дополнительная литература

- 1.Агешкина, Н. А. Основы турагентской и туроператорской деятельности : учебное пособие / Н.А. Агешкина. — Москва : ИНФРА-М, 2025. — 567 с. — (Среднее профессиональное образование). — DOI 10.12737/1072191. - ISBN 978-5-16-015973-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2169214> – Режим доступа: по подписке.
- 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>
- 3.Менеджмент в туризме : учебное пособие / П.В. Большаник, А.Т. Джураев, Н.У. Махмудова, Ё.Д. Холлов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2025. — 207 с. — (Высшее образование). — DOI 10.12737/2132108. - ISBN 978-5-16-019645-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2132108> . – Режим доступа: по подписке.
- 4.Зайцева, Н. А. Менеджмент в сервисе и туризме : учебное пособие / Н. А. Зайцева. — 3-е изд., доп. — Москва : ИНФРА-М, 2025. — 366 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-016114-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2208427> . – Режим доступа: по подписке.
- 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.Меликян О. М. Поведение потребителей: учебник / О. М. Меликян. - 5-е изд., стер. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. — 278 с. - ISBN 978-5-394-03521-0. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1093455>

7. 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>
8. Наумов В.Н. Поведение потребителей: учебник / В.Н. Наумов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: ИНФРА-М, 2023. — 345 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/1014653. - ISBN 978-5-16-015021-5. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1933143>
9. Орловская, В. П. Технология и организация предприятия туризма : учебник / В.П. Орловская ; под ред. Е.И. Богданова. — Москва : ИНФРА-М, 2026. — 176 с. — (Высшее образование). - ISBN 978-5-16-021992-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2244090> . – Режим доступа: по подписке.
10. Поведение потребителей: учебное пособие / Е. А. Иванова, Ю. И. Соколов, И. М. Лавров [и др.]. - Москва: РУТ (МИИТ), 2023. - 147 с. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2135312>
11. Психология восприятия и поведения потребителей: учебно-методическое пособие / сост. А. А. Верещагина. - Калининград: Промышленная типография «Бизнес-Контакт», 2019. - 44 с. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2221527>
12. Стратегический маркетинг для магистров : учебник / под общ. ред. О.Н. Жильцовой. — М. : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2021. — 316 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; Режим доступа <http://www.znanium.com>]. - ISBN 978-5-9558-0434-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/document?id=398272>
13. 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 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/>

### 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                          | Проектное агентство: Специализированная учебная мебель. Настенные стенды. Плакаты. ТСО: Видеопроекторное оборудование. Автоматизированные места студентов с возможностью выхода в информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет». Доска. Лицензионное программное обеспечение: в соответствии с рабочей программой. | Специализированные рабочие места, одноместные парты, расширенные проходы между рядами, звукоусиливающая аппаратура, электронные видеоувеличители, переносная индукционная петля, мобильный перекатной пандус. |