



Принято:

Ученым советом ФГБОУ ВО «РГУТИС»

Протокол №8 от «19» января 2026 г.

Утверждаю:

Первый проректор

Н.Г.Новикова

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ
(ОЗНАКОМИТЕЛЬНАЯ ПРАКТИКА)**

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 бизне- са, менеджмента и 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 бизне- са, менеджмента и 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: ознакомительная, бакалавриат Туризм

Способы проведения практики: стационарная, выездная.

Учебная практика для студентов является составной частью образовательной программы бакалавриата направления 43.03.02 Туризм.

Данный вид практики направлен на ознакомление и изучение основ организации туристической деятельности. Этот вид занятий позволяет заложить основы формирования (начать формирование) 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 ознакомительной практики являются: 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 – ознакомление с профессией и начальное освоение компетенций соответствующих видов деятельности.

Учебная (ознакомительная) практика базируется на знании следующих дисциплин ОПОП: Право, Безопасность жизнедеятельности, Основы туризма и туристской деятельности, Менеджмент, Технологии деловых коммуникаций в профессиональной деятельности, Ресурсосбережение, Поведение потребителей в туризме и гостеприимстве.

Учебная (ознакомительная) практика для студентов очно-заочной формы обучения на базе соответствующего учебно-производственного подразделения ФГБОУ ВО «РГУТИС» или на базе профильных предприятий.

Учебная (ознакомительная) практика направлена на формирование следующих компетенций:

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-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни

УК-6.1. Использует инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей

УК-6.2. Определяет задачи саморазвития и профессионального роста, распределяет их на долго-, средне- и краткосрочные периоды с обоснованием актуальности и определением необходимых ресурсов для их выполнения

УК-6.3. Определяет приоритеты собственной деятельности, личностного развития и профессионального роста

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

Учебная (ознакомительная) практика 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 1 курсе во 2 семестре. Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета с оценкой.

Практика базируется на знаниях и навыках, уже освоенных и осваиваемых параллельно в ходе изучения следующих дисциплин: Информационное обеспечение профессиональной деятельности, Иностранный язык, Основы туризма и туристской деятельности, Менеджмент, Технологии деловых коммуникаций в профессиональной деятельности, Ресурсосбережение, Поведение потребителей в туризме и гостеприимстве.

Основные навыки и умения, полученные в ходе прохождения учебной (ознакомительная) практики, должны быть использованы в дальнейшем при изучении дисциплин: Информационное обеспечение профессиональной деятельности, Маркетинг, Технология и организация услуг в туризме, Учебная практика (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков), Производственная практика (практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности, Исследовательская практика, Преддипломная практика).

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

№ п/п	Индекс компетенции	Планируемые результаты обучения (компетенции или ее части)
1	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
2	УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течении всей

		жизни УК-6.1. Использует инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей УК-6.2. Определяет задачи саморазвития и профессионального роста, распределяет их на долго-, средне- и краткосрочные периоды с обоснованием актуальности и определением необходимых ресурсов для их выполнения УК-6.3. Определяет приоритеты собственной деятельности, личностного развития и профессионального роста
3	ОПК-1	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

3. Место практики в структуре ОПОП:

Очно-заочная форма

2 семестр

Номер семестра (предшествующие)	Предшествующие дисциплины и виды практик	Последующие дисциплины и виды практик	Номер семестра (последующие)
1,2	История России	Философия	8
1,2	Иностранный язык	Иностранный язык	3-7
1,2	Физическая культура и спорт	Сервис-дизайн	5
1	Право	Экономика и предпринимательство	3
2	Безопасность жизнедеятельности	Информационное обеспечение профессиональной деятельности	3,4
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	Экономика и предпринимательство	Управление проектами в туризме и гостеприимстве	5,6
2	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
1	Ресурсосбережение	Инновации в профессиональной деятельности	4
2	Поведение потребителей в туризме и гостеприимстве	История религий России	3
1	Введение в технологию обслуживания	Технологии и организация услуг в туризме	6

2	Организация добровольческой (волонтерской) деятельности и взаимодействие с социально ориентированными НКО	Проектирование туристского продукта	6
		Исследование и оценка туристских ресурсов	5
		Маркетинговые исследования в туризме	3,4
		Цифровой маркетинг в туризме	7
		Маркетинговое ценообразование в индустрии туризма	7
		Маркетинговые коммуникации в туристской индустрии	5,6
		Цифровые сервисы в туристской индустрии	4
		Информационные системы управления взаимоотношениями с клиентами	7
		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
		Практикум по самоорганизации, саморазвитию и командной работе	3
		Самоменеджмент	3
		Основы военной подготовки	3
		Начальная военная и медико-санитарная подготовка	3
		Проектная деятельность в туризме	3
		Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков	3
		Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности	5
		Исследовательская практика	8
		Проектно-технологическая практика	7
		Преддипломная практика	9



Трудоемкость практики.

Практика проводится в форме контактной работы

Очно-заочная форма обучения.

Номер курса	Номер семестра	Объем в зачетных единицах	Продолжительность практики
			В академических часах, в том числе практическая подготовка
1	2	2	72 акад часа, в том числе практическая подготовка 70 акад. часа

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

1 курс 2 семестр

Номер недели семестра	Наименование раздела практики	Наименование закрепляемых навыков/видов деятельности	Количество академических часов всего
40/2	Введение в практику туризма	Навыки ситуативной адаптации деловой коммуникации: – Изучение должностных инструкций и корпоративных стандартов. – Адаптация стиля общения к требованиям отдела продаж/маркетинга.	12
		Навыки поиска и анализа нормативно-правовой информации в сфере туризма и маркетинга: – Анализ ФЗ «Об основах туристской деятельности», Закона «О рекламе». – Изучение типовых договоров на предмет прозрачности условий для клиента.	12
40/2	Работа на туристических выставках (Российский туристический форум «Путешествуй») (начальный уровень)	Навыки применения инструментов тайм-менеджмента и целеполагания: – Разработка чек-листа и маршрутного листа посещения выставки. – Планирование времени на сбор данных и интервью. Навыки ведения профессионального диалога и сбора первичной информации: – Проведение мини-интервью с экспонентами (выявление УТП).	16

Номер недели семестра	Наименование раздела практики	Наименование закрепляемых навыков/видов деятельности	Количество академических часов всего
		– Фотофиксация и наблюдение за активностью конкурентов с соблюдением делового этикета.	
40/2	Исследование продукта и потребительского поведения	Навыки поиска и применения технологических новаций: – Аудит сайта туроператора, групп в соцсетях (VK, Ok, Дзен) и профилей на агрегаторах.	12
41/2		Навыки системного исследования потребительского поведения: – Наблюдение за клиентским потоком и этапами пути клиента. – Анализ отзывов на независимых платформах.	12
41/2	Подготовка отчета о практике	Навыки синтеза разнородной информации и подготовки отчетности: – Систематизация данных, полученных на выставке и в ходе исследований. – Написание текста отчета в академическом стиле. – Формулирование выводов и рекомендаций.	6
41/2	Промежуточная аттестация (дифференцированный зачет)	Навыки презентации и защиты результатов деятельности: – Публичное представление итогов практики. – Ответы на вопросы, аргументация выводов.	2

5.2. Содержание заданий и форм отчетности по разделам практики

5.2.1 Наименование раздела практики «Введение в практику туризма»

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 представления отчетных материалов (2 семестр)
<i>Навыки ситуативной адаптации деловой коммуникации:</i> – Изучение должностных инструкций и корпоративных стандартов. – Адаптация стиля общения к требованиям отдела продаж/маркетинга.	Ознакомиться с должностными инструкциями сотрудников отдела маркетинга и продаж. Изучить стандарты обслуживания клиентов.	12	п	отчет на электронном и бумажном носителе	1. Конспект должностных инструкций (маркетолог, менеджер по продажам турагентства). 2. Основные положения стандартов обслуживания клиентов турпредприятия. 3. Чек-лист оценки стандартов обслуживания.	Конспект должен содержать ключевые функции и требования к компетенциям сотрудников. Чек-лист должен включать не менее 10 критериев. Все материалы должны быть оформлены в соответствии с требованиями к отчету по практике.	03.06.2027
<i>Навыки поиска и анализа нормативно-правовой информации в сфере туризма и маркетинга:</i> – Анализ ФЗ «Об основах туристской деятельности», Закона «О рекламе». – Изучение типовых договоров на предмет прозрачности условий	Изучить ФЗ «Об основах туристской деятельности», ФЗ «О рекламе», Закон «О защите прав потребителей». Составить краткий конспект ключевых статей, регулирующих маркетинговые коммуникации и продвижение турпродукта. Проанализировать типо-	12	п	отчет на электронном и бумажном носителе	1. Конспект ключевых нормативных актов. 2. Список источников информации. 3. Таблица «Риски для клиента vs Прозрачность условий».	Конспект должен содержать выдержки из статей, непосредственно влияющих на рекламную деятельность и взаимодействие с потребителем в туризме. Все материалы должны быть оформлены в соответствии с требованиями к отчету по практике.	04.06.2027

для клиента.	вой договор туроператора/турагента. Выделить пункты, влияющие на доверие клиента (штрафы, условия возврата, страховки, форс-мажор). Подготовить рекомендации по улучшению формулировок для повышения лояльности.						
--------------	--	--	--	--	--	--	--

5.2.2 Наименование раздела практики «Работа на профессиональных туристских выставках»

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 представления отчетных материалов (2 семестр)
<i>Навыки применения инструментов тайм-менеджмента и целеполагания:</i> – Разработка чек-листа и маршрутного листа посещения выставки. – Планирование времени на сбор данных и интервью.	Разработать чек-лист для анализа конкурентной среды на выставке. Определить ключевые параметры для наблюдения: дизайн стенда, активность персонала, промо-акции, УТП (уникальное торговое предложение).	10	п	отчет на электронном и бумажном носителе	1. Чек-лист исследователя. 2. План посещения выставки с целевыми стендами (перечислить наблюдаемые параметры).	Чек-лист должен содержать не менее 10 критериев анализа маркетинговой активности экспонентов. План должен включать список приоритетных компаний для изучения.	05.06.2027
<i>Навыки ведения профессионального диалога и сбора первичной информации:</i> – Проведение мини-	Посетить выставку (форум «Путешествуй»). Провести фотофиксацию стендов конкурентов. Собрать рекламные матери-	12	п	отчет на электронном и бумажном носителе	1. Фотоотчет (не менее 10 фото с комментариями). 2. Коллекция образцов рекламы (сканы или фото). 3. Записи	Фотоотчет должен иллюстрировать различные подходы к визуальной коммуникации. Отчет должен содержать	07.06.2027

интервью с экспонентами (выявление УТП). – Фотофиксация и наблюдение за активностью конкурентов с соблюдением делового этикета.	алы (буклеты, каталоги). Провести мини-интервью с экспонентами об их УТП. Соблюдать деловой этикет.				бесед с экспонентами.	выявленные уникальные предложения минимум 5 туркомпаний. Все материалы должны быть оформлены в соответствии с требованиями к отчету по практике. Аналитические выводы должны быть обоснованы собранными данными.	
--	---	--	--	--	-----------------------	--	--

5.2.3 Наименование раздела практики «Исследование продукта и потребительского поведения»

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 представления отчетных материалов (2 семестр)
<i>Навыки поиска и применения технологических новаций:</i> – Аудит сайта, групп в соцсетях и профилей на агрегаторах.	Провести аудит сайта предприятия и групп в социальных сетях (VK, Яндекс.Дзен, Одноклассники). Оценить юзабилити, актуальность контента, тон коммуникации.	12	п	отчет на электронном и бумажном носителе	1. Аналитическая записка «Аудит собственных цифровых каналов» туркомпаний. 2. Скриншоты ключевых страниц/постов с комментариями.	Записка должна содержать оценку удобства навигации, качества визуального контента, соответствия стиля общения целевой аудитории. Выявленные ошибки должны быть аргументированы с точки зрения маркетинга.	08.06.2027
<i>Навыки системного исследования потребительского поведения:</i> – Наблюдение за	Проанализировать профили турпредприятия на туристических агрегаторах (Ostrovok, Яндекс.Путешествия и др.).	12	п	отчет на электронном и бумажном носителе	1. Сравнительная таблица профилей на агрегаторах. 2. Аналитическая записка «Анализ от-	Таблица должна отражать полноту информации, рейтинг, количество и тональность отзывов на разных площадках. Ана-	10.06.2027



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

СМК
РГУТИС

Лист 12

клиентским потоком и этапами пути клиента. – Анализ отзывов на независимых платформах.	Изучить отзывы клиентов.				зывов туркомпании)	лиз отзывов должен быть представлен в виде аналитической записки, должны быть выделены параметры, по которым осуществляется анализ. Все материалы должны быть оформлены в соответствии с требованиями к отчету по практике. Аналитические выводы должны быть обоснованы собранными данными.	
---	--------------------------	--	--	--	--------------------	---	--



ПЛАН-ЗАДАНИЕ на учебную (ознакомительную) практику			
№	Содержание задания	Период выполнения	Срок сдачи
		2 сем. (2027 г.)	2 сем. (2027 г.)
Раздел: Введение в практику туризма			
1.	Ознакомиться с типовыми должностными инструкциями сотрудников отдела маркетинга и продаж туркомпании. Изучить стандарты обслуживания клиентов.	02.06-03.06	03.06
	Объем: 3-4 страниц отчета		
2.	Изучить ФЗ «Об основах туристской деятельности», ФЗ «О рекламе», Закон «О защите прав потребителей». Составить краткий конспект ключевых статей, регулирующих маркетинговые коммуникации и продвижение турпродукта.	03.06-04.06	04.06
	Объем: 2-3 страницы отчета		
Раздел: Работа на профессиональных туристских выставках (начальный уровень)			
3	Разработать чек-лист для анализа конкурентной среды на выставке. Определить ключевые параметры для наблюдения: дизайн стенда, активность персонала, промо-акции, УТП (уникальное торговое предложение).	04.06-05.06	05.06
	Объем: 2-3 страницы отчета		
4.	Посетить выставку (форум «Путешествуй»). Провести фотофиксацию стендов конкурентов. Собрать рекламные материалы (буклеты, каталоги). Провести мини-интервью с экспонентами об их УТП.	05.06-07.06	07.06
	Объем: 3-4 страницы отчета		
Раздел: Исследование продукта и потребительского поведения			
5.	Провести аудит сайта предприятия и групп в социальных сетях (VK, Яндекс.Дзен, Одноклассники). Оценить юзабилити, актуальность контента, тон коммуникации.	17.06-08.06	08.06
	Объем: 3-4 страницы отчета		
6.	Проанализировать профили турпредприятия на туристических агрегаторах (Ostrovok, Яндекс.Путешествия и др.). Провести анализ отзывов клиентов.	08.06-09.06	10.06
	Объем: 3-4 страницы отчета		
7.	Формирование отчета по практике и его презентации	11.06	11.06
	Объем: около 25 страниц		
8	Защита отчета по учебной практике	14.06	14.06

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТиС
		Лист 14

Формы отчетности по практике

По итогам учебной практики студент должен подготовить отчет, соответствующий приведенным ниже требованиям.

Структура отчета:

Титульный лист (Приложение А)

1. Индивидуальное задание (Приложение Б)

2. Отчет о прохождении практики:

Содержание с указанием номеров страниц

Введение

Основная часть

Заключение

Список используемых источников

Приложения (обязательны)

Содержание отчета по практике

Введение

Введение содержит следующую информацию: время, место, наименование организации, где обучающийся проходил практику, в каком качестве работал обучающийся, какие работы выполнены обучающимся, задачи, стоящие перед обучающимся непосредственно в процессе прохождения практики и пути их достижения и т.д..

Объем: 1-2 стр.

Основная часть включает названия разделов задания (объем – 20-23 страницы)

Заключение

В заключении обучающийся делает аналитические выводы, связанные с прохождением практики (теоретические и практические вопросы). Обучающийся обобщает работу и формулирует общий вывод, о том, насколько практика способствовала углублению и закреплению теоретических знаний, овладению практическими навыками работы. Указывает, что нового он узнал в результате прохождения практики, какую пользу она принесла, какие трудности встретились в работе, а также свое мнение о возможном улучшении деятельности профильной организации (ее структурного подразделения), практические рекомендации.

Объем заключения – 1-2 стр.

Список использованных источников – не менее 10 наименований литературы, не ранее 2022 года издания. Интернет-источники с актуальными датами обращения.

Объем пункта – 1-2 стр.

Приложения – содержат скан-копии инструкций, отчетов, скриншоты рекламных материалов, сайта, страниц в социальных сетях, чек-листы и прочие практические материалы.

Презентация отчета – не менее 8 слайдов, раскрывающих содержание отчета.

Оформление отчета по практике

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

Введение, разделы, заключение, список используемых источников начинаются с новой страницы и выделяются полужирным начертанием.

По ходу изложения материалов необходимо сделать ссылки на используемые в процессе изучения теоретического материала источники следующим образом: [10, с. 312], где

10 – это номер используемого источника, с. 312 – это номер страницы в данном источнике. Можно страницы не указывать.

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

Рисунки

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

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

Таблицы

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

Например:

Таблица 2 – Динамика реализации услуг ООО «Аркус» за период 20__ - 20__ гг.

Вид услуг	Объем оказания услуг, тыс. ед.		Темп роста объема оказания услуг, %	Выручка от реализации услуг, тыс. руб.		Темп роста выручки от реализации услуг, %
	20__ г.	20__ г.		20__ г.	20__ г.	
А ...						
Б ...						
В ...						

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

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

Список используемых источников оформляется в соответствии с ГОСТ 7.1.- 84.

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.

№ п/п	Индекс компетенции	Содержание компетенции	Индикатор компетенции	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-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	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	1. Введение в практику туризма <i>(Знакомство с отделом, изучение инструкций)</i>	Основные принципы деловой коммуникации и корпоративной этики в туристской индустрии. Стилистические особенности устной и письменной речи в зависимости от ситуации. Специфику коммуникативных стандартов при взаимодействии с различными целевыми аудиториями	Анализировать ситуацию взаимодействия и определять уместный стиль общения. Адаптировать лексику, тон голоса и аргументацию под конкретного собеседника. Корректировать свое невербальное поведение для создания атмосферы доверия и профессионализма.	Навыками ситуативной адаптации речевого поведения в реальных условиях туристского бизнеса. Техниками эффективного использования невербальных средств коммуникации для усиления вербального сообщения. Навыками выбора оптимальной стратегии общения при первичном установлении контакта с новыми партне-



				2. Работа на туристических выставках (РТФ «Путешествуй»)			рами или клиентами
			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
			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	3. Исследование продукта и потребительского поведения (Аудит отзывов и цифрового присутствия)	принципы ведения деловой переписки на государственном языке Российской Федерации и иностранном языке с учетом особенностей стилистики официальных и неофициальных писем и социокультурных различий в формате корреспонденции	умеет вести деловую переписку на государственном языке Российской Федерации и иностранном языке с учетом особенностей стилистики официальных и неофициальных писем и социокультурных различий в формате корреспонденции	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 корреспонденции



2	УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК-6.1. Использует инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей	Введение в практику туризма Работа на профессиональных туристских выставках (начальный уровень)	Основные инструменты тайм-менеджмента (чек-листы, матрица приоритетов, календарное планирование). Принципы распределения времени при работе над проектами и в условиях жестких дедлайнов.	Планировать последовательность выполнения задач практики с учетом их приоритетности и сроков. Применять методы самоорганизации для эффективного сбора данных на выставках и проведения исследований	Навыками практического использования инструментов планирования. Техниками фокусировки внимания и контроля за соблюдением временных интервалов. Навыком оценки затраченного времени и оптимизации личных рабочих процессов
			УК-6.2. Определяет задачи саморазвития и профессионального роста, распределяет их на долго-, средне- и краткосрочные периоды с обоснованием актуальности и определением необходимых ресурсов для их выполнения		Принципы построения индивидуальной траектории профессионального развития. Методы постановки целей и критерии их актуальности в сфере туризма. Виды ресурсов, необходимых для	Определять задачи саморазвития и профессионального роста	Навыком распределения задач на долго-, средне- и краткосрочные периоды с обоснованием актуальности и определением необходимых ресурсов для их выполнения



			УК-6.3. Определяет приоритеты собственной деятельности, личностного развития и профессионального роста		профессионального роста. Критерии оценки значимости задач в контексте профессиональных целей и карьерных перспектив. Взаимосвязь между личностными качествами, профессиональными компетенциями и эффективностью деятельности	Определять приоритеты собственной деятельности. Соотносить текущие действия с долгосрочными целями профессионального становления.	Навыками развития профессионального роста. Техниками концентрации ресурсов на приоритетных проектах
1. 3	ОП К-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	Введение в практику туризма . Исследование продукта и потребительского поведения	Основные тренды цифровизации и технологические инновации в сфере туризма и гостеприимства	Проводить сравнительный анализ функционала различных программных продуктов под задачи предприятия. Отбирать наиболее релевантные инструменты для автоматизации маркетинга и продаж	навыком отбора и использования информации о технологических новациях и современных программных продуктах при решении учебно-практических задач

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК 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
2	Введение в практику туризма (Формирование УК-4.1, УК-4.3, ОПК-1.1)	Задание 1. Аналитическая записка по разделу «Введение в практику туризма» Содержание: 1. Описание функций сотрудников отдела продаж/маркетинга. 2. Описание основных положений стандартов обслуживания клиентов турпредприятия. 4. Чек-лист оценки стандартов обслуживания. 5. Конспект ключевых статей ФЗ «Об основах турдеятельности», ФЗ «О рекламе», Закона «О защите прав потребителей» с акцентом на маркетинговые коммуникации.	Требования: – Объем: 5–7 страниц (суммарно по двум микро-заданиям раздела). – Стиль: официально-деловой, наличие ссылок на нормативные акты и литературу. – Формат: текстовый документ (.doc). Срок сдачи: 04.06 (четверг).
2	Работа на профессиональных туристских выставках (Формирование УК-4.1, УК-4.2, УК-6.1)	Задание 2. Отчет о полевом исследовании «Анализ конкурентной среды на РТФ «Путешествуй»» Содержание: 1. Разработанный чек-лист параметров наблюдения (дизайн, активность, УТП). 2. Фотоотчет (коллажи) стендов конкурентов с комментариями. 3. Протоколы мини-интервью с экспонентами (расшифровка ключевых тезисов об УТП). 4. Сборник цифровых копий рекламных материалов (буклеты, каталоги).	Требования: – Объем текстовой части: 5–7 страниц + приложения (фото, сканы). – Наличие сравнительной таблицы конкурентов. – Соблюдение делового этикета при проведении интервью (подтверждается качеством вопросов). Срок сдачи: 07.06 (суббота).
2	Исследование продукта и потребительского поведения (Формирование ОПК-1.1,	Задание 3. Маркетинговый аудит «Цифровой след и клиентский опыт» Содержание: 1. Аудит сайта и соцсетей (VK, Дзен, ОК): оценка юзабилити, контента, тон коммуникации.	Требования: – Объем: 6-8 страниц. – Наличие скриншотов, графиков, таблиц с данными.

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

Номер семестра	Раздел практики, обеспечивающий формирование компетенции (или ее части)	Вид и содержание контрольного задания	Требования к выполнению контрольного задания и срокам сдачи
	УК-4.3, УК-6.3)	2. Анализ профилей на агрегаторах (Ostrovok, Яндекс.Путешествия и др.): выборка отзывов, выявление драйверов удовлетворенности/неудовлетворенности.	– Использование профессиональной терминологии (СJM, конверсия, УТР). Срок сдачи: 10.06 (вторник).
2	Подготовка отчета о практике и промежуточная аттестация (Формирование УК-6.2, УК-4.3)	Задание 4. Итоговый отчет по практике и презентация результатов Содержание: 1. Систематизированный отчет по всем разделам практики (объем ~25 стр.). 2. Раздел «Заключение»: анализ приобретенных навыков, план саморазвития (УК-6.2). 3. Презентация (5–7 слайдов) для защиты. 4. Устная защита перед комиссией/руководителем.	Требования: – Структура отчета согласно требованиям. – Наличие выводов и рекомендаций. – Качество презентации: четкость, визуализация данных, регламент выступления (5-7 мин). Срок сдачи отчета: 11.06. Дата защиты: 14.06.
2	<i>Промежуточная аттестация</i>	<i>Дифференцированный зачет</i>	<i>Защита отчета по практике</i>

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

Для оценки учебных достижений обучающихся используется балльно-рейтинговая технология, которая основана на единых требованиях к студентам, предполагающих в процессе производственной практики прохождение фиксированного количества мероприятий текущего контроля успеваемости.

Балльно-рейтинговая технология оценки успеваемости студентов базируется на следующих принципах:

- ☐реализации компетентного подхода к результатам обучения в образовательном процессе;
- ☐индивидуализации обучения;
- ☐модульном принципе структурирования учебного процесса;
- ☐вариативности форм контроля и гибкой модели оценивания успеваемости студентов;
- ☐открытости процедур контроля и результатов оценки текущей успеваемости студентов;
- ☐единства требований, предъявляемых к работе студентов в ходе освоения программы дисциплины;
- ☐строгом соблюдении исполнительской дисциплины всеми участниками образовательного процесса.

Балльно-рейтинговая система предназначена для повышения мотивации производственной и учебной деятельности студентов, для объективности и достоверности оценки уровня их подготовки и используется в качестве одного из элементов управления учебным процессом в университете. Получение баллов позволяет студентам четко понимать механизм формирования оценки по практике, что исключит конфликтные ситуации при получении итоговой оценки; осознавать необходимость систематической и регулярной работы; стимулировать саморазвитие и самообразование.

Рейтинговая оценка студентов по практике определяется по 100-балльной шкале в семестре. Распределение баллов рейтинговой оценки между видами контроля устанавливается в следующем соотношении:

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

При обнаружении преподавателем в выполненном студентом задании плагиата данное задание оценивается 0 баллов и считается не выполненным.

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

2. 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.
3. Бизнес-планирование в туризме : учебник для студентов бакалавриата, обучающихся по направлению подготовки 43.03.02 «Туризм» / под общ. ред. Т. В. Харионовой, 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>
4. Менеджмент в туризме : учебное пособие / П.В. Большаник, А.Т. Джураев, Н.У. Махмудова, Ё.Д. Холов. — 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.
5. 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.
6. 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>
7. 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>
8. Минцберг, Г. Менеджмент : Природа и структура организаций : практическое руководство / Г. Минцберг. - Москва : Альпина ПРО, 2026. - 632 с. - ISBN 978-5-907394-79-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2235791>
9. 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>

10. 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.
11. 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>
12. Психология восприятия и поведения потребителей: учебно-методическое пособие / сост. А. А. Верецагина. - Калининград: Промышленная типография «Бизнес-Контакт», 2019. - 44 с. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2221527>
13. 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>
14. 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 туриндустрии. 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 системам

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 за-	Наименование оборудованных учебных ка-	Приспособленность
-----------------	--	-------------------

ятий по дисциплине	бинетов, объектов для проведения практических занятий с перечнем основного оборудования	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.



Приложение А

МИНОБРАЗОВАНИЯ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет туризма и сервиса»
ФГБОУ ВО «РГУТИС»

Высшая школа бизнеса, менеджмента и права

ОТЧЕТ

о прохождении практической подготовки в форме практики
в форме учебной (ознакомительной) практики

обучающегося группы _____ курса 2
направление подготовки **43.03.02 Туризм**

Фамилия _____

Имя _____

Отчество _____

Место прохождения практики _____

Сроки прохождения практической подготовки в форме практики

Руководитель практической подготовки
в форме практики от
образовательной организации:

Руководитель практической подготовки
в форме практики от
профильной организации:

(должность, ФИО, подпись)

(должность, ФИО, подпись)

Отчет выполнил _____
(дата и подпись)

Отчет защищен с оценкой _____
(дата и подпись)

20 ____ г.



Приложение Б

ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ

на прохождение практической подготовки в форме учебной (ознакомительной)
практики

Обучающийся _____

(ФИО)

курс 2 уч. группа _____ направление подготовки **43.03.02 Туризм**

Срок прохождения с _____ по _____

№	Содержание задания	Период выпол- нения	От- метка о вы- полне- нии
		4 сем. (2027 г.)	
Раздел: Введение в практику туризма			
1.	Ознакомиться с должностными инструкциями сотрудников отдела маркетинга и продаж. Изучить стандарты обслуживания клиентов.	02.06- 03.06	
2.	Изучить ФЗ «Об основах туристской деятельности», ФЗ «О рекламе», Закон «О защите прав потребителей». Составить краткий конспект ключевых статей, регулирующих маркетинговые коммуникации и продвижение турпродукта.	03.06- 04.06	
Раздел: Работа на профессиональных туристских выставках (начальный уровень)			
3	Разработать чек-лист для анализа конкурентной среды на выставке. Определить ключевые параметры для наблюдения: дизайн стенда, активность персонала, промо-акции, УТП (уникальное торговое предложение).	04.06- 05.06	
4.	Посетить выставку (форум «Путешествуй»). Провести фотофиксацию стендов конкурентов. Собрать рекламные материалы (буклеты, каталоги). Провести мини-интервью с экспонентами об их УТП.	05.06- 07.06	
Раздел: Исследование продукта и потребительского поведения			
5.	Провести аудит сайта предприятия и групп в социальных сетях (VK, Яндекс.Дзен, Одноклассники). Оценить юзабилити, актуальность контента, тон коммуникации.	17.06- 08.06	
6.	Проанализировать профили предприятия на туристических агрегаторах (Ostrovok, Яндекс.Путешествия и др.). Провести анализ отзывов клиентов.	08.06- 09.06	
7.	Формирование отчета по практике и его презентации	11.06	
8	Защита отчета по учебной практике	14.06	

Планируемые результаты практики

Индекс компетенции	Содержание компетенции	Индикатор компетенции	В результате прохождения раздела практики, обеспечивающего формирование компетенции (или ее части) обучающийся должен:		
			знать	уметь	владеть
УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	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	Основные принципы деловой коммуникации и корпоративной этики в туристской индустрии. Стилистические особенности устной и письменной речи в зависимости от ситуации. Специфику коммуникативных стандартов при взаимодействии с различными целевыми аудиториями	Анализировать ситуацию взаимодействия и определять уместный стиль общения. Адаптировать лексику, тон голоса и аргументацию под конкретного собеседника. Корректировать свое невербальное поведение для создания атмосферы доверия и профессионализма.	Навыками ситуативной адаптации речевого поведения в реальных условиях туристского бизнеса. Техниками эффективного использования невербальных средств коммуникации для усиления вербального сообщения. Навыками выбора оптимальной стратегии общения при первичном установлении контакта с новыми партнерами или клиентами
		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
		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 и социокультурных различий в формате корреспонденции	умеет вести деловую переписку на государственном языке Российской Федерации и иностранном языке с учетом особенностей стилистики официальных и неофициальных писем и социокультурных различий в формате корреспонденции	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 корреспонденции
УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК-6.1. Использует инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей	Основные инструменты тайм-менеджмента (чек-листы, матрица приоритетов, календарное планирование). Принципы распределения времени при работе над проектами и в условиях жестких дедлайнов.	Планировать последовательность выполнения задач практики с учетом их приоритетности и сроков. Применять методы самоорганизации для эффективного сбора данных на выставках и проведения исследований	Навыками практического использования инструментов планирования. Техниками фокусировки внимания и контроля за соблюдением временных интервалов. Навыком оценки затраченного времени и оптимизации личных рабочих процессов
		УК-6.2. Определяет задачи саморазвития и профессионального роста, распределяет их на долго-, средне- и краткосрочные периоды с обоснованием актуальности и определением необходимых ресурсов для их выполнения	Принципы построения индивидуальной траектории профессионального развития. Методы постановки целей и критерии их актуальности в сфере туризма. Виды ресурсов, необходимых для профессионального роста.	Определять задачи саморазвития и профессионального роста	Навыком распределения задач на долго-, средне- и краткосрочные периоды с обоснованием актуальности и определением необходимых ресурсов для их выполнения



		УК-6.3. Определяет приоритеты собственной деятельности, личностного развития и профессионального роста	Критерии оценки значимости задач в контексте профессиональных целей и карьерных перспектив. Взаимосвязь между личностными качествами, профессиональными компетенциями и эффективностью деятельности	Определять приоритеты собственной деятельности. Соотносить текущие действия с долгосрочными целями профессионального становления.	Навыками развития профессионального роста. Техниками концентрации ресурсов на приоритетных проектах
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	Основные тренды цифровизации и технологические инновации в сфере туризма и гостеприимства	Проводить сравнительный анализ функционала различных программных продуктов под задачи предприятия. Отбирать наиболее релевантные инструменты для автоматизации маркетинга и продаж	навыком отбора и использования информации о технологических новациях и современных программных продуктах при решении учебно-практических задач

Руководитель практики от
образовательной организации:

(должность, ФИО, подпись)

Руководитель практики от
профильной организации:

(должность, ФИО, подпись)