



Принято:

Ученым советом ФГБОУ ВО
«РГУТИС»

Протокол № 8 от 19.01.2026 г.

Утверждено:

Первый проректор

Н.Г. Новикова

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ
(ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ 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	подпись	ученая степень и звание, ФИО
<i>доцент</i>	<i>к.э.н., доцент Костромина Е.А.</i>	<i>доцент</i>
<i>профессор</i>	<i>д.э.н., доцент Виноградова М.В.</i>	<i>профессор</i>

ФОС ГИА согласован и одобрен директором ОПОП:

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

ФОС ГИА утвержден Ученым советом высшей школы:

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

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУ- ТИС _____
--	--	----------------------------------

1. Аннотация рабочей программы практики

Вид практики - производственная

Тип:

- исследовательская практика (3 ЗЕТ).

Форма проведения практики: дискретно

Способы проведения практики стационарная, выездная

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

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

Производственная практика (исследовательская практика) студентов является составной частью образовательной программы высшего образования 43.03.02 «Туризм» профиль «Маркетинг туристских продуктов и сервисов», входит в блок Б.2 «Практики» и относится к вариативной части программы по направлению подготовки 43.03.02 «Туризм», является обязательным этапом обучения. Представляет собой вид учебных занятий, непосредственно ориентированных на научно-исследовательскую подготовку обучающихся. Производственная практика (исследовательская практика) базируется на результатах изучения следующих дисциплин: Основы туризма и туристской деятельности, Ознакомительная практика, Социально-экономическая статистика и статистика туризма, Исследование и оценка туристских ресурсов, Маркетинговые исследования в туризме, Цифровой маркетинг в туризме, Поведение потребителей в туризме и гостеприимстве, Маркетинговое ценообразование в индустрии туризма, Маркетинговые коммуникации в туристской индустрии, Цифровые сервисы в туристской индустрии, Информационные системы управления взаимоотношениями с клиентами, Искусственный интеллект в маркетинге туристских продуктов и сервисов.

Цель практики – освоение профессиональных компетенций соответствующих видов профессиональной деятельности.

Производственная практика направлена на формирование следующих компетенций:

УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач, в части

УК-1.1. Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие, определяет и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи;

УК-1.2. Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов;

УК-1.3. Анализирует пути решения проблем мировоззренческого, нравственного и личностного характера на основе использования основных философских идей и категорий в их историческом развитии и социально-культурном контексте;

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

ОПК-4.1 Осуществляет маркетинговые исследования туристского рынка, потребителей, конкурентов, в т.ч. с целью обоснования и разработки системы новых экскурсионных маршрутов;

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

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУ- ТИС _____
---	--	----------------------------------

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

ПК-5 Способен применять инновационные технологии и актуальные данные для оптимизации маркетинговых решений в туристской деятельности с учетом устойчивого развития и потребностей различных сегментов рынка, в части

ПК-5.1. Применяет современные технологии сбора, обработки и анализа данных для сегментации туристского рынка, выявления потребностей целевых аудиторий и оценки их потребительского поведения с использованием цифровых инструментов и искусственного интеллекта.

Общая трудоемкость практики на очной форме обучения составляет 3 зачетных единицы, 108 часов. Проводится на 4 курсе в 8 семестре. Общая трудоемкость практики на заочной форме обучения составляет 3 зачетных единицы, 108 часов. Проводится на 4 курсе в 8 семестре. Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета с оценкой.

Результаты прохождения производственной практики (исследовательская практика) являются базой для прохождения преддипломной практики и при подготовке к государственной итоговой аттестации.

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

№ пп	Индекс компетенции	Планируемые результаты обучения (компетенции или ее части)
1	УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач УК-1.1. Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие, определяет и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи УК-1.2. Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов УК-1.3. Анализирует пути решения проблем мировоззренческого, нравственного и личностного характера на основе использования основных философских идей и категорий в их историческом развитии и социально-культурном контексте
2	ОПК-4	Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта ОПК-4.1 Осуществляет маркетинговые исследования туристского рынка, потребителей, конкурентов, в т.ч. с целью обоснования и разработки системы новых экскурсионных маршрутов
3	ПК-1	Способен осуществлять комплексные маркетинговые исследования туристских рынков и анализ потребительского поведения с применением современных цифровых инструментов и методов прогнозирования спроса ПК-1.1. Осуществляет сбор, систематизацию и анализ информации о туристских рынках с использованием современных цифровых инструментов для изучения потребительского поведения и предпочтений туристов
4	ПК-5	Способен применять инновационные технологии и актуальные данные

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУ- ТИС _____
--	--	----------------------------------

№ пп	Индекс компетенции	Планируемые результаты обучения (компетенции или ее части)
		<p>для оптимизации маркетинговых решений в туристской деятельности с учетом устойчивого развития и потребностей различных сегментов рынка, в части</p> <p>ПК-5.1. Применяет современные технологии сбора, обработки и анализа данных для сегментации туристского рынка, выявления потребностей целевых аудиторий и оценки их потребительского поведения с использованием цифровых инструментов и искусственного интеллекта</p>

3. Место практики в структуре ОПОП:

Очно-заочная форма

8 семестр

Номер семестра	Предшествующие дисциплины и виды практик	Последующие дисциплины и виды практик	Номер семестра
1-2	История России	Бренд-менеджмент в туризме	9
8	Философия	Производственная (преддипломная) практика	9
1-7	Иностранный язык		
1-2	Физическая культура и спорт		
1	Право		
5	Сервис-дизайн		
2	Безопасность жизнедеятельности		
1	Основы туризма и туристской деятельности		
1	Менеджмент		
2	Стандартизация и управление качеством		
2-3	Экономика и предпринимательство		
2-4	Информационное обеспечение профессиональной деятельности		
4	Маркетинг и брендинг в туризме и гостеприимстве		
4	Социально-экономическая статистика и статистика туризма		
6	Правовое обеспечение туризма и гостеприимства		
5-8	Второй иностранный язык в профессиональной деятельности		

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУ- ТИС _____
---	--	----------------------------------

5-6	Управление проектами в туризме и гостеприимстве		
6	Бизнес-планирование на предприятиях туризма и гостеприимства		
5-6	Организация и управление деятельностью туристского предприятия		
4	Инновации в профессиональной деятельности		
6	Технологии и организация услуг в туризме		
1	Ресурсосбережение		
1	Технологии деловых коммуникаций в профессиональной деятельности		
6	Элективные дисциплины по физической культуре и спорту		
1	Основы российской государственности		
3	История религий		
6	Проектирование туристского продукта		
5	Исследование и оценка туристских ресурсов		
3-4	Маркетинговые исследования в туризме		
7	Цифровой маркетинг в туризме		
2	Поведение потребителей в туризме и гостеприимстве		
7	Маркетинговое ценообразование в индустрии туризма		
5-6	Маркетинговые коммуникации в туристской индустрии		
4	Цифровые сервисы в туристской индустрии		
7	Информационные системы управления взаимоотношениями с клиентами		
8	Искусственный интеллект в маркетинге туристских продуктов и сервисов		
8	Управление продажами туристских продуктов и сервисов		
7	Событийный маркетинг в туризме		
8	Стратегический маркетинг		
7-8	Маркетинг туристских продуктов и брендов дестинаций/Продвижение туристских дестинаций		
3	Практикум по самоорганизации, саморазвитию и командной работе/Самоменеджмент		

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУ- ТИС _____
---	--	----------------------------------

3	Основы военной подготовки/Начальная военная и медико-санитарная подготовка		
1	Введение в технологию обслуживания		
3	Проектная деятельность в туризме		
2	Организация добровольческой (волонтерской) деятельности и взаимодействие с социально ориентированными НКО		
2	Ознакомительная практика		
3	Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков		
5	Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности		
7	Проектно-технологическая практика		

4. Трудоемкость практики

Практика проводится в форме контактной работы.

Для очно-заочной формы обучения

Номер курса	Номер семестра	Объем в зачетных единицах	Продолжительность практики	
			В неделях	В академических часах, в том числе практическая подготовка
4	8	3	2	108



5. Содержание и 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

Номер недели практики в семестре	Наименование раздела практики	Наименование закрепляемых навыков/видов деятельности	Количество академических часов, отводимых на каждый вид работ, и формы их выполнения
1	Организационный	<ul style="list-style-type: none">– навыки использования методик системного анализа задач, техниками ранжирования информации, приемов построения семантических запросов и верификации информации, инструментами управления информацией;– навыки синтеза разнородной информации для принятия обоснованных решений, навыками работы с академическими поисковыми системами и специализированными базами данных;– способность к рефлексивному анализу собственных убеждений и ценностных ориентиров, в условиях неопределенности и множественности ценностных систем	12
1-2	Основной этап	<ul style="list-style-type: none">– навыки исследования туристского рынка, в т.ч. с целью обоснования и разработки новых экскурсионных маршрутов, туров и других объектов туристской деятельности;– навыки работы с цифровыми инструментами сбора данных и аналитическими платформами на базовом уровне;– навыки синтеза разнородной информации для принятия обоснованных решений;– навыки работы с академическими поисковыми системами и специализированными базами данных, техниками обработки данных и методами визуализации результатов, приемами критической оценки достоверности информации, полученной из цифровых источников;– навыки работы с аналитическими платформами, содержащими элементы ИИ для сегментации аудитории и анализа поведения, с базовыми техниками обработки данных с использованием встроенных функций анализа, приемами работы с открытыми ИИ-инструментами для анализа текстов;– способность критически оценивать результаты ИИ-алгоритмов и выявлять возможные искажения	66
2	Заключительный этап	<ul style="list-style-type: none">– способность выделять релевантные данные из общего массива информации;– навыки синтеза разнородной информации для принятия обоснованных решений;– навыки документирования процесса исследования, включая фиксацию исходных данных, применяемых алгоритмов и интерпретации результатов для защиты отчета по исследовательской практике	30



5.2 Содержание заданий и форм отчетности по разделам практики

Наименование закрепляемых навыков/видов деятельности	Задание	Количество часов, отводимых на выполнение	Формы отчетности и содержание отчетных мероприятий			
			Форма контроля (п/к)	Вид контрольного мероприятия	Требования к отчетным материалам по практике	
					Требования к содержанию отчетных материалов	Сроки предоставления отчетных материалов
Наименование раздела практики «Организационный»						
<p>навыки использования методик системного анализа задач, техниками ранжирования информации, приемов построения семантических запросов и верификации информации, инструментами управления информацией;</p> <p>навыки синтеза разнородной информации для принятия обоснованных решений, навыками работы с академическими поисковыми системами и специализированными базами данных;</p> <p>способность к рефлексивному анализу собственных убеждений и ценностных ориентиров, в условиях неопределенности и множественности ценностных систем</p>	<p>Получение индивидуального задания на исследовательскую практику от руководителя практики от Университета.</p> <p>Составление плана выполнения индивидуального задания по практике.</p> <p>Подбор теоретической и методической литературы, сбор и систематизация нормативно-правовых актов, информации из других источников для выполнения индивидуального задания. Составление списка литературных и других источников, запланированных к изучению</p> <p>Доработка задания в соответствии с замечаниями руководителя практики и представление исправленного варианта</p>	12	у/п	отчет на электронном и бумажном носителе	8-10 стр.	1 неделя практики
Контрольная точка -1						
Наименование раздела практики «Основной этап»						
<p>навыки исследования туристского рынка, в т.ч. с целью обоснования и разработки новых экскурсионных маршрутов, туров и других объектов туристской деятельности;</p> <p>навыки работы с цифровыми инструментами сбора данных и аналитическими платформами на базовом уровне;</p> <p>навыки синтеза разнородной информации для принятия обоснованных решений;</p> <p>навыки работы с академическими поис-</p>	<p>Выполнение индивидуального задания: подбор методов проведения анализа теоретических, статистических данных и других источников, анализ теоретической и специальной литературы, систематизация и анализ нормативно-правовых актов, анализ статистических данных по выбранному направлению исследования</p> <p>Выполнение индивидуального задания: анализ и интерпретация отечественной и зарубежной статистики о проблемах, процессах и явлениях по выбранной теме исследования, постановка проблем на основе проведенного анализа, подготовка и обоснование структурированных выводов по проведенному исследованию</p> <p>Доработка задания в соответствии с замечаниями</p>	66	у/п	отчет на электронном и бумажном носителе	8-10 стр.	2 неделя практики



Наименование закрепляемых навыков/видов деятельности	Задание	Количество часов, отводимых на выполнение	Формы отчетности и содержание отчетных мероприятий			
			Форма контроля (п/к)	Вид контрольного мероприятия	Требования к содержанию отчетных материалов	Сроки предоставления отчетных материалов
ковыми системами и специализированными базами данных, техниками обработки данных и методами визуализации результатов, приемами критической оценки достоверности информации, полученной из цифровых источников; навыки работы с аналитическими платформами, содержащими элементы ИИ для сегментации ауди-тории и анализа поведения, с базовыми техниками обработки данных с использованием встроенных функций анализа, приемами работы с открытыми ИИ-инструментами для анализа текстов; способность критически оценивать результаты ИИ-алгоритмов и выявлять возможные искажения	руководителя практики и представление исправленного варианта					
Контрольные точки 2-3						
Наименование раздела практики «Заключительный этап»						
способность выделять релевантные данные из общего массива информации; навыки синтеза разнородной информации для принятия обоснованных решений; навыки документирования процесса исследования, включая фиксацию исходных данных, применяемых алгоритмов и интерпретации результатов для защиты отчета по исследовательской практике	- Подготовка введения и заключения; - Сбор недостающей информации, анализ и обработка собранной научно-технической информации для использования их в подготовке и защите отчетов о проведенной научно-исследовательской деятельности; - Написание, оформление и сдача отчета и отчетных документов по практике согласно индивидуальному заданию и требованиям к оформлению отчета	30	у/п	отчет на электронном и бумажном носителе	20-25 стр. с соблюдением требований к содержанию и оформлению отчета; 8-10 слайдов	2 неделя практики
Контрольная точка - 4						
Промежуточная аттестация – защита отчета						



Формы отчетности по практике

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

Окончательный вариант отчета по практике должен соответствовать следующей структуре:

Титульный лист

Содержание

1. Индивидуальное задание

2. Рабочий график (план) проведения практической подготовки в форме практики

3. Отчет о прохождении практики:

Введение

Основная часть

Заключение

Список используемых источников

Приложения (при наличии)

4. Отзыв руководителя практической подготовки в форме практики

Содержание отчета по практике

Введение

Пункт должен содержать следующую информацию: время, место, наименование организации, где обучающийся проходил практику, в каком качестве работал обучающийся, какие работы выполнены обучающимся, цели и задачи, стоящие перед обучающимся непосредственно в процессе прохождения практики, и их обоснование, пути их достижения, методы решения поставленных задач.

Объем пункта – (1-2 стр.).

Основная часть

Основная часть содержит анализ теории и методологии по исследуемой проблеме, анализ статистических данных и тенденциях развития по исследуемой проблеме за период не менее 3-х лет. Анализ ключевых нормативно-правовых актов, регулирующих деятельность по исследуемой проблеме. Формулирование актуальных проблем в области исследуемой проблемы на основе проведенного анализа теоретических, статистических и нормативных материалов. Обоснование значимости выявленных проблем.

Объем части – (15-20 стр.).

Заключение

Пункт должен содержать следующую информацию: 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.

Объем пункта – 1-2 стр.

Список использованных источников – не менее 10 наименований литературы, не ранее 2018 года издания. Интернет источники с актуальными датами обращения.

Объем пункта – 1-2 стр.

Приложения – при наличии

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

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

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

Рисунки

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

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

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 оформлен в соответствии с ГОСТ Р 7.0.100-2018 Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления».



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

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

№ п/п	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или ее части)	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-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных	<p>УК-1.1. Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие, определяет и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи</p> <p>УК-1.2. Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов</p> <p>УК-1.3. Анализирует пути решения проблем мировоззренческого, нравственного и личностного характера на основе использования основных философских идей и категорий в их историческом развитии и социально-культурном контексте</p>	<p>Организационный этап</p> <p>Основной этап</p> <p>Заключительный этап</p>	<p>основы системного подхода к анализу задач и проблемных ситуаций, методологию декомпозиции сложных задач на составляющие элементы и выявления их взаимосвязей, принципы организации современных информационных ресурсов, методы построения эффективных поисковых запросов, критерии оценки качества информации</p>	<p>анализировать задачи различной сложности, выделяя их базовые составляющие, определяя информационные потребности и ранжируя источники по приоритетности, осуществлять эффективный поиск информации по различным типам запросов, критически оценивать найденную информацию, сопоставлять данные из различных источников для верификации</p>	<p>навыками синтеза различной информации для принятия обоснованных решений, навыками работы с академическими поисковыми системами и специализированными базами данных, способностью к рефлексивному анализу собственных убеждений и ценностных ориентиров, в условиях неопределенности и множественности ценностных систем, методами системного анализа задач, техниками ранжирования информации, приемами построения семантических запросов и верификации информации, инструментами управления информацией</p>
2	ОПК-4	Способен осуществлять	ОПК-4.1 Осуществляет маркетинговые исследования туристского	Организационный, Основной этап, Заключительный	методы исследования туристского рынка, в т.ч. с целью обоснования и разра-	проводить исследования туристского рынка, в т.ч. с целью обоснования и разра-	навыком исследования туристского рынка, в т.ч. с целью обоснования и раз-



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

СМК РГУ-
ТИС

№ п/п	Индекс компе- тенции	Содержание компетенции (или ее)	Индикатор компетенции	Раздел практики, обеспечивающий этапы формирова-	В результате прохождения раздела практики, обеспечивающего формирование компетенции (или ее части) обучающийся должен:		
					знать	уметь	владеть
		исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта	рынка, потребителей, конкурентов, в т.ч. с целью обоснования и разработки системы новых экскурсионных маршрутов	этап	ботки новых экскурсионных маршрутов, туров и других объектов туристской деятельности	ботки новых экскурсионных маршрутов, туров и других объектов туристской деятельности	работки новых экскурсионных маршрутов, туров и других объектов туристской деятельности
3	ПК-1	Способен осуществлять комплексные маркетинговые исследования туристских рынков и анализ потребительского поведения с применением современных цифровых инструментов и методов прогнозирования спроса	ПК-1.1. Осуществляет сбор, систематизацию и анализ информации о туристских рынках с использованием современных цифровых инструментов для изучения потребительского поведения и предпочтений туристов	Организационный, Основной этап, Заключительный этап	методологию проведения маркетинговых исследований в туристской сфере и их применение для изучения потребительского поведения, принципы работы цифровых инструментов сбора данных; источники вторичной информации о туристских рынках, методы систематизации данных	планировать и организовывать процесс сбора первичной и вторичной информации о туристских рынках с использованием цифровых инструментов, настраивать онлайн-опросы и анкеты для изучения предпочтений туристов, собирать данные из открытых источников, систематизировать полученные данные по заданным критериям, выявлять закономерности в потребительском поведении и определять ключевые факторы, влияющие на выбор туристических услуг, интерпретировать результаты анализа в контексте рыночных трендов и готовить структурированные отчеты по итогам	навыками работы с цифровыми инструментами сбора данных и аналитическими платформами на базовом уровне, техниками обработки данных и методами визуализации результатов, приемами критической оценки достоверности информации, полученной из цифровых источников, способностью выделять релевантные данные из общего массива информации



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

СМК РГУ-
ТИС

№ п/п	Индекс компе- тенции	Содержание компетенции (или ее)	Индикатор компетенции	Раздел практики, обеспечивающий этапы формирова-	В результате прохождения раздела практики, обеспечивающего формирование компетенции (или ее части) обучающийся должен:		
					знать	уметь	владеть
4	ПК-5	Способен применять инновационные технологии и актуальные данные для оптимизации маркетинговых решений в туристской деятельности с учетом устойчивого развития и потребностей различных сегментов рынка	ПК-5.1. Применяет современные технологии сбора, обработки и анализа данных для сегментации туристского рынка, выявления потребностей целевых аудиторий и оценки их потребительского поведения с использованием цифровых инструментов и искусственного интеллекта	Организационный, Основной этап, Заключительный этап	основные подходы к сегментации туристского рынка, принципы работы с большими данными в туризме, возможности и ограничения применения искусственного интеллекта в маркетинговых исследованиях, архитектуру современных аналитических платформ с элементами ИИ, методы выявления потребностей целевых аудиторий через анализ цифровых следов	исследования применять цифровые инструменты с элементами искусственного интеллекта для автоматизированной сегментации туристского рынка на основе поведенческих данных, анализировать цифровые следы туристов, интерпретировать результаты ИИ-анализа, трансформировать их в понятные характеристики сегментов рынка и разрабатывать рекомендации по адаптации туристических предложений под выявленные сегменты	навыками работы с аналитическими платформами, содержащими элементы ИИ для сегментации аудитории и анализа поведения, с базовыми техниками обработки данных с использованием встроенных функций анализа, приемами работы с открытыми ИИ-инструментами для анализа текстов, способностью критически оценивать результаты ИИ-алгоритмов и выявлять возможные искажения, навыками документирования процесса исследования, включая фиксацию исходных данных, применение алгоритмов и интерпретации результатов для защиты отчета по исследовательской практике

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУ- ТИС _____
---	--	----------------------------------

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	Пункт практики, обеспечивающий формирование компетенции (или ее части)	Вид и содержание контрольного задания	Требования к выполнению контрольного задания и срокам сдачи
8	Ознакомительный	Получение индивидуального задания на ознакомительную практику от руководителя практики от Университета. Составление плана выполнения индивидуального задания по практике. Подбор теоретической и методической литературы, сбор и систематизация нормативно-правовых актов, информации из других источников для выполнения индивидуального задания. Составление списка литературных и других источников, запланированных к изучению	Отчет по выполнению заданий раздела практики 5-6 стр. 1 неделя практики
8	Основной	Выполнение индивидуального задания: подбор методов проведения анализа теоретических, статистических данных и других источников, анализ теоретической и специальной литературы, систематизация и анализ нормативно-правовых актов, анализ статистических данных по выбранному направлению исследования Выполнение индивидуального задания: анализ и интерпретация отечественной и зарубежной статистики о проблемах, процессах и явлениях по выбранной теме исследования, постановка проблем на основе проведенного анализа, подготовка и обоснование структурированных выводов по проведенному исследованию	Часть отчета по практике, содержащая: введение, основную часть, заключение 20-25 стр. 2 неделя практики
8	Заключительный	- Подготовка введения и заключения; - Сбор недостающей информации, ана-	Полный отчет по прохождению практики,

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУ- ТИС _____
--	--	----------------------------------

Номер семестра	Пункт практики, обеспечивающий формирование компетенции (или ее части)	Вид и содержание контрольного задания	Требования к выполнению контрольного задания и срокам сдачи
		<p>лиз и обработка собранной научно-технической информации для использования их в подготовке и защите отчетов о проведенной научно-исследовательской деятельности;</p> <p>- Написание, оформление и сдача отчета и отчетных документов по практике согласно индивидуальному заданию и требованиям к оформлению</p>	<p>включающий введение, основную часть, заключение, список использованных источников, приложения (если есть), объемом 20-25 стр., оформленный с соблюдением требований к содержанию и оформлению отчета, презентацию не менее 8 слайдов</p>
8	Защита отчета по практике	Защита отчета по практике	Представление отчета по практике и ответы на вопросы комиссии 2 неделя практики

Примерная тематика для выполнения индивидуальных заданий

1. Методология маркетинговых исследований и анализа данных
2. Разработка методики оценки эффективности интегрированных маркетинговых коммуникаций в туристической индустрии на основе сквозной аналитики
3. Теоретические основы формирования туристических брендов в условиях цифровой трансформации: синтез маркетинга, психологии и технологий
4. Методологические подходы к интеграции принципов устойчивого развития в маркетинговые стратегии туристских предприятий
5. Разработка модели прогнозирования спроса на туристические услуги с использованием гибридных алгоритмов искусственного интеллекта
6. Методика оценки клиентского опыта в туристской сфере
7. Теоретико-методологические основы применения технологий виртуальной и дополненной реальности в маркетинге туристских продуктов
8. Влияние цифровых следов потребителей на формирование персонализированных туристских предложений
9. Формирование лояльности туристов в условиях цифровой среды: роль эмоционального интеллекта и технологий персонализации
10. Кросс-культурные особенности потребительского поведения в туризме: методология исследования и практические рекомендации для российского рынка
11. Трансформация маркетинговых коммуникаций в туристической индустрии под влиянием технологий искусственного интеллекта: тренды и перспективы для российского рынка
12. Применение блокчейн-технологий для повышения прозрачности и доверия в туристической отрасли: возможности и ограничения
13. Цифровая зрелость туристических предприятий России: методология оценки и стратегии повышения конкурентоспособности



14. Влияние платформенной экономики на структуру туристического рынка России: вызовы и возможности для традиционных игроков
15. Интеграция принципов устойчивого развития в маркетинговые стратегии туристических предприятий: методология и практика российских компаний
16. Роль цифровых технологий в продвижении ответственного туризма и формировании устойчивых туристических дестинаций в России
17. Баланс между коммерческими интересами и сохранением культурного наследия в маркетинге туристических дестинаций: этические и практические аспекты
18. Постпандемическая трансформация туристического рынка России: анализ изменений потребительского поведения и разработка адаптивных маркетинговых стратегий
19. Развитие внутреннего туризма в России как стратегический приоритет: анализ рыночных возможностей и разработка комплексных маркетинговых программ
20. Формирование системы прогнозирования туристических потоков в России на основе больших данных и искусственного интеллекта
21. Конкурентоспособность российских туристических дестинаций на международном рынке: анализ позиционирования и разработка стратегий продвижения
22. Трансформация бизнес-моделей туристических предприятий в условиях цифровой экономики: от транзакционного к реляционному маркетингу
23. Маркетинг туристических продуктов для поколения Z: особенности потребительского поведения и эффективные цифровые стратегии продвижения
24. Маркетинг туристических услуг для людей с ограниченными возможностями здоровья: анализ барьеров, разработка инклюзивных продуктов и коммуникационных стратегий
25. Тема, предложенная студентом, согласованная с руководителем.

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

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

Бально-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.

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

1. Абабков Ю.Н. Маркетинг в туризме: учебник / Ю.Н. Абабков, М.Ю. Абабкова, И.Г. Филиппова; под ред. Е.И. Богданова. — Москва: ИНФРА-М, 2026. — 214 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-013962-3. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2218672>

2. Баранова, А. Ю. Организация предпринимательской деятельности в сфере туризма : учебное пособие / А.Ю. Баранова. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 180 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/1677. - ISBN 978-5-16-004452-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1679517>

3. Быстров, С. А. Организация туристской деятельности. Управление турфирмой : учебное пособие / С.А. Быстров. — Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2024. — 399 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-00091-589-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2142815>

4. Быстров, С. А. Технология организации туроператорской и турагентской деятельности : учебник / С.А. Быстров. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 375 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/textbook_5a685a89b76dd5.66618286. - ISBN 978-5-16-014026-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1855507>

5. Виханский, О. С. Менеджмент : учебник / О.С. Виханский, А.И. Наумов. - 6-е изд., перераб. и доп. - Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2022. - 656 с. - ISBN 978-5-9776-0320-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1836393>

6. Драганчук Л. С. Поведение потребителей: учебное пособие / Л.С. Драганчук. — Москва: ИНФРА-М, 2024. — 192 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-018917-8. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2079164>

7. Зайцева, Н. А. Менеджмент в сервисе и туризме : учебное пособие / Н. А. Зайцева. — 3-е изд., доп. — Москва : ИНФРА-М, 2024. — 366 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-016114-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2118078>

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУ- ТИС _____
---	--	----------------------------------

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

7.2. Дополнительная литература

1. Агешкина, Н. А. Основы турагентской и туроператорской деятельности : учебное пособие / Н.А. Агешкина. — Москва : ИНФРА-М, 2024. — 567 с. — (Среднее профессиональное образование). — DOI 10.12737/1072191. - ISBN 978-5-16-015973-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2105785>
2. Бизнес-планирование в туризме : учебник для студентов бакалавриата, обучающихся по направлению подготовки 43.03.02 «Туризм» / под общ. ред. Т. В. Харитоновой, А. В. Шарковой. - 4-е изд. - Москва : Дашков и К, 2023. - 310 с. - ISBN 978-5-394-04314-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/document?id=431540>
3. Большаник, П.В. Менеджмент в туристских организациях: учебное пособие / П.В. Большаник. - Москва: ИНФРА-М, 2022. - 193 с. - (Высшее образование: Бакалавриат)


	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУ- ТИС _____
--	--	----------------------------------

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

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

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

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

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУ- ТИС _____
---	--	----------------------------------

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

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

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