

Принято:
Ученым советом ФГБОУ ВО «РГУТИС»

Утверждаю:
Первый проректор

Протокол №8 от «19» января 2026 г.

Н.Г.Новикова

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

основной профессиональной образовательной программы высшего образования –
программы *бакалавриата*

по направлению подготовки: *43.03.02 Туризм*

направленность (профиль): *маркетинг туристских продуктов и сервисов*

Квалификация: *бакалавр*

Год начала подготовки 2026

Разработчики:

должность	ученая степень и звание, ФИО
<i>Доцент Высшей школы бизнеса, 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 бизнеса, 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: практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, бакалавриат Туризм

Способы проведения практики: стационарная, выездная.

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

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

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

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

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

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

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

Учебная практика направлена на формирование следующих компетенций:

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Б2.О.П.1 «Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности», Б2.В.П.1 «Проектно-технологическая практика».

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

№ п/п	Индекс компетенции	Планируемые результаты обучения (компетенции или ее части)
1	УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде УК-3.1. Определяет свою роль в команде, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели УК-3.2. При реализации своей роли в команде учитывает особенности поведения других членов команды; соблюдает установленные нормы и правила командной работы, несет личную ответственность за общий результат УК-3.3. Анализирует возможные последствия личных действий и планирует свои действия для достижения заданного результата
2	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
3	УК-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах УК-5.1. Находит и использует необходимую для саморазвития и взаимодействия с другими людьми информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных групп УК-5.2. Учитывает при социальном и профессиональном общении историческое наследие и социокультурные традиции различных социальных групп, этносов и конфессий, включая мировые религии, философские и этические учения УК-5.3. Придерживается принципов недискриминационного поведения при личном и массовом общении в целях выполнения профессиональных задач и усиления социальной интеграции
4	ОПК-1	Способен применять технологические новации и современное программное обеспечение в туристской сфере в части ОПК-1.1 Осуществляет поиск, анализ, отбор технологических новаций и современных программных продуктов в профессиональной туристской деятельности

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

3. Место практики в структуре ОПОП:

Очно-заочная форма

3 семестр

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

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

4. Трудоемкость практики.

Очно-заочная форма обучения.

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



5. Содержание практики, формы отчетности по практике

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

2 курс 3 семестр

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



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



5.2. Содержание заданий и форм отчетности по разделам практики

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

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



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

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

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



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



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

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

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



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



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

Подготовка итогового отчета по практике

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



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

СМК
РГУТИС

Лист 15

						(5-7 мин).	
--	--	--	--	--	--	------------	--



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



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

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

№ п/п	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или ее части)	Раздел практики, обеспечивающий этапы формирования компетенции (или ее части)	В результате прохождения раздела практики, обеспечивающего формирование компетенции (или ее части) обучающийся должен:		
				знать	уметь	владеть
1	УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде				
2	УК-3.1.	Определяет свою роль в команде, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели	Раздел 1. Организация проектной команды и планирование маркетингового исследования	принципы командного взаимодействия, возможные роли в проектной группе	определять и распределять роли в команде для достижения поставленной цели; разрабатывать регламент взаимодействия	навыками реализации стратегии сотрудничества в проектной группе
3	УК-3.2	При реализации своей роли в команде учитывает особенности поведения других членов команды; соблюдает установленные нормы и правила командной работы, несет личную ответственность за общий результат		нормы и правила командной работы; принципы ведения протокола встречи	учитывать особенности поведения других членов команды; вести протокол деловой дискуссии	навыками соблюдения установленных норм и правил командной работы
4	УК-3.3	Анализирует возможные последствия личных действий и планирует свои действия для достижения заданного результата		этапы планирования исследовательской деятельности	планировать свои действия для достижения заданного результата; составлять план-график исследования	навыками анализа возможных последствий личных действий



5	УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)							
6	УК-4.1	Выбирает стиль общения на государственном языке Российской Федерации и иностранном языке в зависимости от цели и условий партнерства; адаптирует речь, стиль общения и язык жестов к ситуациям взаимодействия	Раздел 3. Полевое исследование региональных предложений и потребительского поведения на базе выставочного центра «Россия» <i>(Объект: Выставка «Путешествие по России» в НЦ «Россия», либо другие туристические выставки)</i>	стили делового общения в сфере индустрии туризма; нормы делового этикета	выбирать стиль общения на государственном языке Российской Федерации и иностранном языке в зависимости от цели и условий партнерства; адаптирует речь, стиль общения и язык жестов к ситуациям взаимодействия	навыком выбора стиля общения к сфере индустрии туризма на государственном языке Российской Федерации и иностранном языке в зависимости от цели и условий партнерства			
	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					Раздел 1. Организация проектной команды и планирование маркетингового исследования Раздел 2. Сравнительный анализ цифрового присутствия и продуктовых линеек конкурирующих туроператоров	принципы ведения деловой переписки на государственном языке Российской Федерации и иностранном языке с учетом особенностей стилистики официальных и неофициальных писем	умеет вести деловую переписку на государственном языке Российской Федерации и иностранном языке с учетом особенностей стилистики официальных и неофициальных писем
7	УК-4.2	Ведет диалог для сотрудничества в социальной и профессиональной сферах	принципы ведения диалога для сотрудничества в социальной и профессиональной сферах	умеет вести диалог для сотрудничества в социальной и профессиональной сферах	навыком ведения диалога в социальной и профессиональной сферах				
8	УК-4.3	Ведет деловую переписку на государственном языке Российской Федерации и иностранном языке с учетом особенностей стилистики официальных и неофициальных писем и социокультурных различий в формате корреспонденции	принципы ведения деловой переписки на государственном языке Российской Федерации и иностранном языке с учетом особенностей стилистики официальных и неофициальных писем	умеет вести деловую переписку на государственном языке Российской Федерации и иностранном языке с учетом особенностей стилистики официальных и неофициальных писем	навыком ведения деловой переписки на государственном языке Российской Федерации и иностранном языке с учетом особенностей стилистики официальных и неофициальных писем и социокультурных различий в формате				



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



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



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

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

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

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

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

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

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

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

Первая «контрольная точка» - 0-10

Вторая «контрольная точка» - 0-10

Третья «контрольная точка» - 0-10



Четвертая «контрольная точка» - 0-15

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

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

7. Информационно-коммуникационное обеспечение проведения практики

7.1. Основная литература

1. Абабков Ю.Н. Маркетинг в туризме: учебник / Ю.Н. Абабков, М.Ю. Абабкова, И.Г. Филиппова; под ред. Е.И. Богданова. — Москва: ИНФРА-М, 2026. — 214 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-013962-3. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2218672>
2. Быстров, С. А. Организация туристской деятельности. Управление турфирмой : учебное пособие / С.А. Быстров. — Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2024. — 399 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-00091-589-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2142815>
3. Быстров, С. А. Технология организации туроператорской и турагентской деятельности : учебник / С.А. Быстров. — Москва : ИНФРА-М, 2026. — 375 с. — (Высшее образование). — DOI 10.12737/textbook_5a685a89b76dd5.66618286. - ISBN 978-5-16-021293-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2218733> . – Режим доступа: по подписке.
4. Драганчук Л. С. Поведение потребителей: учебное пособие / Л.С. Драганчук. — Москва: ИНФРА-М, 2024. — 192 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-018917-8. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2079164>
5. Дубровин, И. А. Поведение потребителей: учебное пособие / И. А. Дубровин. - 6-е изд., стер. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2023. - 310 с. - ISBN 978-5-394-05147-0. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2083295>
6. Зайцева, Н. А. Менеджмент в сервисе и туризме : учебное пособие / Н. А. Зайцева. — 3-е изд., доп. — Москва : ИНФРА-М, 2025. — 366 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-016114-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2208427> . – Режим доступа: по подписке.
7. Маркова, В. Д. Стратегический менеджмент: понятия, концепции, инструменты принятия решений : справочное пособие / В. Д. Маркова, С. А. Кузнецова. — Москва : ИНФРА-М, 2023. — 320 с. — (Справочники «ИНФРА-М»). - ISBN 978-5-16-009860-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/document?id=418573>
8. Орловская, В. П. Технология и организация предприятия туризма : учебник / В.П. Орловская ; под ред. Е.И. Богданова. — Москва : ИНФРА-М, 2026. — 176 с. — (Высшее образование). - ISBN 978-5-16-021992-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2244090> . – Режим доступа: по подписке.
9. Поведение потребителей: учебник / О.Н. Романенкова. — Москва: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2026. — 320 с. - ISBN 978-5-9558-0404-0. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2222254>
10. Вотинцева, Н. А. Правовое регулирование гостиничной деятельности : учебное пособие / Н.А. Вотинцева. — 3-е изд. — Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2026. — 289 с. — (Высшее образование). — DOI: <https://doi.org/10.29039/03006-6>. - ISBN 978-5-369-03006-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2243461> . – Режим доступа: по подписке.



11. Резник, С. Д. Менеджмент : учебное пособие / С.Д. Резник, И.А. Игошина, О.А. Сазыкина ; под общ. ред. д-ра экон. наук, проф. С.Д. Резника. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2026. — 363 с. — (Высшее образование). — DOI 10.12737/2221042. - ISBN 978-5-16-021279-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2221042>
12. Савина, Н. В. Туроперейтинг : учебное пособие / Н. В. Савина. - Минск : РИПО, 2022. - 264 с. - ISBN 978-985-895-055-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2173858>
13. Туроператорская и турагентская деятельность : практическое пособие / Г. И. Новолодская, Н. Н. Тушемилова. - Москва : Директ-Медиа, 2023. - 232 с. - ISBN 978-5-4499-3378-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2144487>
14. Туроператорская и турагентская деятельность : практическое пособие / Г. И. Новолодская, Н. Н. Тушемилова. - Москва : Директ-Медиа, 2023. - 232 с. - ISBN 978-5-4499-3378-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2144487>
15. Шальнова О.А. Поведение потребителей в кросс-культурном маркетинге: учебное пособие / О. А. Шальнова, Е. Ю. Депутатова, Н. В. Ребрикова; под. ред. О.А. Шальной. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2024. - 190 с. - ISBN 978-5-394-05845-5. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2161330>

7.2. Дополнительная литература

1. Агешкина, Н. А. Основы турагентской и туроператорской деятельности : учебное пособие / Н.А. Агешкина. — Москва : ИНФРА-М, 2025. — 567 с. — (Среднее профессиональное образование). — DOI 10.12737/1072191. - ISBN 978-5-16-015973-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2169214> – Режим доступа: по подписке.
2. Бизнес-планирование в туризме : учебник для студентов бакалавриата, обучающихся по направлению подготовки 43.03.02 «Туризм» / под общ. ред. Т. В. Харитоновой, А. В. Шарковой. - 4-е изд. - Москва : Дашков и К, 2023. - 310 с. - ISBN 978-5-394-04314-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/document?id=431540>
3. Менеджмент в туризме : учебное пособие / П.В. Большаник, А.Т. Джураев, Н.У. Махмудова, Ё.Д. 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.
4. Зайцева, Н. А. Менеджмент в сервисе и туризме : учебное пособие / Н. А. Зайцева. — 3-е изд., доп. — Москва : ИНФРА-М, 2025. — 366 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-016114-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2208427> . – Режим доступа: по подписке.
5. Казаков С.П. Влияние социальных медиа на поведение потребителей в индустрии гостеприимства и в туризме: монография / С.П. Казаков. — Москва: РИОР: ИНФРА-М, 2024. — 98 с. — (Научная мысль). — DOI: <https://doi.org/10.12737/7348>. - ISBN 978-5-369-01453-0. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2079623>
6. Меликян О. М. Поведение потребителей: учебник / О. М. Меликян. - 5-е изд., стер. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. — 278 с. - ISBN 978-5-394-03521-0. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1093455>



7. Минцберг, Г. Менеджмент : Природа и структура организаций : практическое руководство / Г. Минцберг. - Москва : Альпина ПРО, 2026. - 632 с. - ISBN 978-5-907394-79-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2235791>
8. Наумов В.Н. Поведение потребителей: учебник / В.Н. Наумов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: ИНФРА-М, 2023. — 345 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/1014653. - ISBN 978-5-16-015021-5. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1933143>
9. Орловская, В. П. Технология и организация предприятия туризма : учебник / В.П. Орловская ; под ред. Е.И. Богданова. — Москва : ИНФРА-М, 2026. — 176 с. — (Высшее образование). - ISBN 978-5-16-021992-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2244090> . – Режим доступа: по подписке.
10. Поведение потребителей: учебное пособие / Е. А. Иванова, Ю. И. Соколов, И. М. Лавров [и др.]. - Москва: РУТ (МИИТ), 2023. - 147 с. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2135312>
11. Психология восприятия и поведения потребителей: учебно-методическое пособие / сост. А. А. Верещагина. - Калининград: Промышленная типография «Бизнес-Контакт», 2019. - 44 с. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2221527>
12. Стратегический маркетинг для магистров : учебник / под общ. ред. О.Н. Жильцовой. — М. : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2021. — 316 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; Режим доступа <http://www.znanium.com>]. - ISBN 978-5-9558-0434-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/document?id=398272>
13. Финкельштейн, Г. Менеджмент на основе данных: Как сменить интуитивный подход к управлению на аналитический : практическое руководство / Г. Финкельштейн. - Москва : Альпина Паблишер, 2026. - 192 с. - ISBN 978-5-0063-0333-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2237283> .

7.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

1. Официальный сайт ассоциации туроператоров в сфере выездного туризма Турпомощь. Режим доступа: <http://www.tourpom.ru/>
2. Официальный сайт Российского союза туристической индустрии. Режим доступа: <http://www.rostourunion.ru/>
3. Электронный журнал «TTG-Russia». Режим доступа: <http://www.ttg-russia.ru>
4. Электронный журнал «Business Travel». Режим доступа: <http://www.bt-magazine.ru>
5. Ежедневная электронная газета РСТ «RATANews». Режим доступа: <http://www.ratanews.ru/>

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

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



6. Профессиональная база социологических данных Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ) Режим доступа: <https://bd.wciom.ru/>

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

Вид учебных занятий по дисциплине	Наименование оборудованных учебных кабинетов, объектов для проведения практических занятий с перечнем основного оборудования	Приспособленность помещений для использования инвалидами и лицами с ОВЗ
Практика	Проектное агентство: Специализированная учебная мебель. Настенные стенды. Плакаты. ТСО: Видеопроекторное оборудование. Автоматизированные места студентов с возможностью выхода в информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет». Доска. Лицензионное программное обеспечение: в соответствии с рабочей программой.	Специализированные рабочие места, одноместные парты, расширенные проходы между рядами, звукоусиливающая аппаратура, электронные видеувеличители, переносная индукционная петля, мобильный перекатной пандус.