

**ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ АВТОНОМНАЯ
НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ**

«ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»

Утверждаю:

Директор ПО АНО ПКЭиП

 **Л.Д. Джавадова**

27.06.2025 г.



Фонд оценочных средств

**ОП.10 Основы маркетинга и технологии продаж на предприятиях индустрии
туризма и гостеприимства**

По специальности:

43.02.16 Туризм и гостеприимство

Квалификация:

Специалист по туризму

Форма обучения – заочная

Год набора 2023

Дербент 2025

Фонд оценочных средств учебной дисциплины разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее - СПО) **43.02.16 Туризм и гостеприимство**

Организация-разработчик: Профессиональная образовательная автономная некоммерческая организация «Педагогический колледж экономики и права» (ПО АНО ПКЭИП).

Разработчик:

Преподаватель ПЦК ЕСЭд
(занимаемая должность)

Г.Ю. Казимов
(степ., инициалы, фамилия)

Одобрено на заседании ПЦК

Естественнонаучных и социально-экономических дисциплин

«27» 06 2025г., протокол № 06

Председатель ПЦК

Г.Ю. Казимов
(степ., инициалы, фамилия)

Лист переутверждения

Программа переутверждена на 2025/2026 учебный год без изменений и дополнений.

Председатель ПЦК ЕСЭд _____ Г.Ю. Казимов

Основание: протокол № 06 от «27» июня 2025г.

ОГЛАВЛЕНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ.....	4
1.1. Результаты освоения дисциплины	4
1.2. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине.....	4
1.3. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.....	5
1.4. Оценочные материалы для проведения текущей аттестации и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине.....	10
 РАЗДЕЛ 2. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ.....	 22
2.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине.....	22
2.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося.....	22
2.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося.....	24
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ.....	25

РАЗДЕЛ 1. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

1.1. Результаты освоения дисциплины

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися формируются компетенции и осваиваются соответствующие им умения и знания общие компетенции и осваиваются следующие умения и знания

Код ОК	Наименование компетенции	Умения	Знания
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;	- Распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте.	- актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить.
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;	- Анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части.	- основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте.
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;	- Определять этапы решения задачи выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы.	- алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях.
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного	- Составлять план действия	- методы работы в профессиональной и смежных сферах;
		- Определять необходимые ресурсы владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах.	- структуру плана для решения задач.
		- Реализовывать составленный план оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника).	- порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности
		- Определять задачи для поиска информации.	- номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности.
		- Определять необходимые источники информации.	
		- Планировать процесс поиска; структурировать получаемую информацию.	
		- выделять наиболее значимое в	

ОК 09	контекста; Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.	перечне информации. - оценивать практическую значимость результатов поиска. - оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач. - использовать современное программное обеспечение. - использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач - организовывать работу коллектива и команды. - взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности - грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе - понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы. - участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы. - строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности. - кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые) писать простые	- приемы структурирования информации. - формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации. - порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств - психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности. - основы проектной деятельности - особенности социального и культурного контекста правила оформления документов и построения устных сообщений - правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы. - основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная
-------	---	---	---

		связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы	лексика). - лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности. - особенности произношения. - правила чтения текстов профессиональной направленности
--	--	--	---

1.2. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине

Формой промежуточной аттестации по дисциплине является *дифференцированный зачет*, который проводится в устной форме. Формат проведения зачета: устный ответ на два теоретических вопроса.

Формами текущей аттестации является проведение *контрольных работ* по темам и разделам курса дисциплины. Формат проведения контрольных работ: тестирование. Результаты освоения дисциплины выражены в виде пятибалльной отметки.

1.3. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся

Код контролируемой компетенции ОК.01, ОК.02, ОК.04, ОК.05, ОК.09

Теоретический блок вопросов:

1. Развитие и новые ориентиры маркетинговой концепции управления
2. Современная концепция маркетинга услуг и ее сущность
3. Концепция маркетинга в туризме
4. Инструменты анализа внешней и внутренней среды и их использование в индустрии туризма
5. Информационное обеспечение маркетинга в туризме
6. Позиционирование. Понятие и стратегии.
7. Этапы процесса позиционирования
8. Критерии оценки конкурентных преимуществ, выбранных для позиционирования
9. Этапы процесса позиционирования
10. Понятие продвижения туристского продукта.
11. Система продвижения туристского продукта.
12. Виды маркетинговых коммуникаций в туризме
13. Стимулирование сбыта: понятие и сущность.
14. Стимулирование клиентов
15. Стимулирование сотрудников турфирмы. Ознакомительные (рекламные) туры
16. Стимулирование посредников (турагентов).
17. Понятие «связи с общественностью (public relations)» в туризме
18. PR мероприятия в туризме
19. Этапы совершения покупки

20. Подготовка к продажам.
21. Методы анализа потребностей потребителей туристских услуг.
22. Алгоритмы первого посещения клиента. Продажи по телефону.
23. Пробуждение интересов потенциальных клиентов. Привлечение и удержание клиентов.
24. SEO продвижение. Сравнение с контекстной рекламой.
25. Продвижение в социальных сетях
26. Контент-план. Виды контента. Правила составления.
27. Чатботы. Геймификация и интерактив.
28. Интерактивный видео контент. Визуальный поиск. IGTV.
29. Персонализация. Facial coding. Предсказательная аналитика.
30. Реклама в социальных сетях. SMM. Тренды развития.
31. Youtube как отдельный инструмент. Маркетинг влияния.
32. Реклама как средство продвижения
33. Виды рекламы
34. Понятие и цели рекламных кампаний
35. Маркетинговые и рекламные стратегии. Их виды и соотношение.
36. Классификация рекламных кампаний в туризме
37. Этапы планирования рекламной кампании в туризме
38. Понятие товарного знака. Требования ГК РФ к товарным знакам.
39. Бренд. Брендинг. Понятие. Сравнение понятий товарный знак и бренд.
40. Способы позиционирования бренда.
41. Процесс регистрации и аннуляции товарных знаков.
42. Фирменный стиль. Понятие и функции. Брендбук.
43. Особенности и требования к имиджу туристских предприятий
44. Основные компоненты фирменного стиля
45. Понятие товарного знака. Требования ГК РФ к товарным знакам.
46. Бренд. Брендинг. Понятие. Сравнение понятий товарный знак и бренд.
47. Способы позиционирования бренда.
48. Процесс регистрации и аннуляции товарных знаков.
49. Фирменный стиль. Понятие и функции. Брендбук.
50. Особенности и требования к имиджу туристских предприятий
51. Основные компоненты фирменного стиля
52. Федеральный закон «О рекламе». Понятия недостоверной и недобросовестной рекламы. Контр реклама.
53. Правовое регулирование коммуникационной деятельности в туризме
54. Франчайзинг как способ продвижения туристского предприятия.
55. Выставочная деятельность в туризме. Классификация выставок. Критерии выбора выставки для участия в ней.
56. Организация выставочной деятельности в туризме. Цели и задачи.

Форма рубежного контроля – тестирование

Вопросы/задания рубежного контроля

Код контролируемой компетенции ОК.01, ОК.02, ОК.04, ОК.05, ОК.09

1. Туристское предприятие, действуя в сложных условиях рынка, должно твердо знать:
 - а) Кого и как обслуживать
 - б) Кого не надо обслуживать
 - в) Кого обслуживать в первую очередь

2. Фирма может считать своим конкурентом:

- а) Фирму, производящую другой товар
- б) Фирму, производящую аналогичную продукцию
- в) Дочернее предприятие своей фирмы

3. Основным компонентом глобализации международного туризма можно назвать расширение интернациональных экономических связей в туристическом производстве, так ли это:

- а) Нет
- б) Отчасти
- в) Да

4. Турагент выступает в качестве продавца туристского продукта на основе договора, сформированного:

- а) Туроператорами
- б) Страховыми компаниями
- в) Транспортными компаниями

5. Основным компонентом глобализации международного туризма можно назвать рост интернационализации факторов туристического производства, так ли это:

- а) Нет
- б) Отчасти
- в) Да

6. Отдельная территориальная единица, основанная на общности природных, культурных и историко-архитектурных ресурсов, объединенная общей туристской инфраструктурой и воспринимаемая в качестве целостного объекта:

- а) Туристско-рекреационная зона
- б) Дестинация
- в) Курортная зона

7. В зависимости от цели путешествия выделяют рынки туризма: рекреационного, делового:

- а) Этнического
- б) Религиозного
- в) Научного

8. В чем заключается главная цель маркетинга:

- а) Увеличение прибыли
- б) Ориентация на потребителя
- в) Увеличение спроса

9. В зависимости от цели путешествия выделяют рынки туризма: культурно-познавательного; религиозного:

- а) Рекреационного
- б) Научного
- в) Этнического

10. Совокупность туристских ресурсов, и развитая туристская инфраструктура, определяющие привлекательность данной местности:

- а) Туристский продукт

- б) Потенциал
- в) Бренд

11. Рост иностранных инвестиций ознаменовал вторую фазу исторического развития глобализации туристического рынка, так называемую:

- а) Интернационализацию
- б) Межконтинентальную
- в) Межгосударственную

12. Рынок, соответствующий положению, когда спрос превышает предложение:

- а) Рынок производителя
- б) Рынок покупателя
- в) Рынок продавца

13. При сегментации рынка по географическим признакам целесообразно рассматривать группы потребителей с:

- а) одинаковыми или схожими предпочтениями
- б) разнонаправленными предпочтениями
- в) различными или разнонаправленными предпочтениями

14. К какой задаче маркетинга относится расширение сервисных услуг:

- а) К стратегической задаче
- б) К оперативной задаче
- в) К тактической задаче

15. Государства мира были вовлечены в глобальный мировой туризм, находясь на принципиально отличных стадиях своего социального и экономического развития, так ли это:

- а) Нет
- б) Отчасти
- в) Да

16. К какой задаче маркетинга относится выход на новый рынок:

- а) К исполнительской задаче
- б) К стратегической задаче
- в) К тактической задаче

17. Непосредственно глобализация стала вершиной эволюции международного туристического рынка, так ли это:

- а) Нет
- б) Отчасти
- в) Да

18. Совокупность природных и искусственно созданных человеком объектов, готовых для создания туристского продукта:

- а) Объекты туристского интереса
- б) Инфраструктура туризма
- в) Туристские ресурсы

19. Маркетинг туристского предприятия ... социально-культурных факторов:

- а) Безразличен к воздействию
- б) Мало зависит от воздействия
- в) Находится под воздействием

20. Какой метод связей с общественностью в настоящее время является основным с сфере туризма:

- а) Отношения со средствами массовой информации
- б) Интернет-ресурс
- в) Выставка

21. Маркетинг производителей туристских услуг – система комплексного изучения потребностей и спроса с целью организации предоставления услуг, максимально ориентированных на удовлетворение нужд конкретных потребителей, и обеспечения наиболее эффективных форм и методов обслуживания, так ли это:

- а) Нет
- б) Отчасти
- в) Да

22. Выбор наиболее привлекательных сегментов рынка и реализация специальных мероприятий для продвижения территории:

- а) Прогнозирование
- б) Позиционирование
- в) Сегментирование

23. Баланс туристских потоков в региональном туризм:

- а) Соотношение числа внутренних и международных поездок туристов
- б) Соотношение числа туристов в летний и зимний сезон посетивших регион
- в) Соотношение числа туристов, въехавших и выехавших из региона

24. Какой вид рекламы используют для товаров, находящихся на стадии введения на рынок на потребителя:

- а) Напоминающая
- б) Информативная
- в) Подкрепляющая

25. Маркетинг территорий в туризме проводится с целью:

- а) Согласование тарифов и налогов в туристской отрасли
- б) Оценки потенциала территории
- в) Активации делового сотрудничества в отрасли

26. Современные тенденции в туризме:

- а) Туры по системе — «Все включено»
- б) Короткие путешествия, но далекие по расстоянию, событийные туры
- в) Пляжные туры

27. Маркетинг туристских территорий относится к категории:

- а) Некоммерческого маркетинга
- б) Коммерческого маркетинга
- в) Рекреационного маркетинга

28. Какая специфическая черта характеризует туристский продукт:

- а) Сохраняемость
- б) Постоянство качеств
- в) Неосвязаемость

29. Для развития бренда территории наиболее важны:

- а) Деловые коммуникации участников туристского рынка, развитие инфраструктуры рынка
- б) Увеличение количества субъектов, занятых в туризме
- в) Развитие событийного туризма

30. Предприятию необходимо оценить в процентах ту часть посетителей, которые совершили покупки. Какой метод исследования целесообразно использовать:

- а) Опрос
- б) Наблюдение
- в) Эксперимент

РАЗДЕЛ 2. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

2.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся (БРСО).

БРСО в ходе текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации осуществляется по 100-балльной шкале.

Академический рейтинг обучающегося по дисциплине складывается из результатов:

~ текущего контроля успеваемости (максимальный текущий рейтинг обучающегося 80 рейтинговых баллов;

~ промежуточной аттестации (максимальный рубежный рейтинг обучающегося 20 рейтинговых баллов.

Условия оценки освоения обучающимся дисциплины (модуля) в формате БРСО доводятся преподавателем до сведения обучающихся на первом учебном занятии, а также размещены в свободном доступе в электронной информационно-образовательной среде Колледжа.

2.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

В течение учебного семестра до промежуточной аттестации на основании утвержденной рабочей программы дисциплины формируется текущий рейтинг обучающегося. Текущий рейтинг обучающегося складывается как сумма рейтинговых баллов, полученных им в течение учебного семестра по всем видам учебных занятий по дисциплине.

В процессе текущего контроля оцениваются следующие действия обучающегося, направленные на освоение компетенций в рамках изучения учебной дисциплины:

~ академическая активность (посещаемость учебных занятий, самостоятельное изучение содержания учебной дисциплины в электронной информационно-образовательной среде, соблюдение сроков сдачи практических заданий и текущих контрольных мероприятий и др.);

~ выполнение и сдача текущих и итогового практических заданий (эссе, рефераты, творческие задания, кейс-задания, лабораторные работы, расчетные задания и др., активное участие в групповых интерактивных занятиях, защита проектов и др.;

~ прохождение рубежей текущего контроля, включая соблюдение графика их прохождения в электронной информационно-образовательной среде.

Критерии оценки теста:

«Зачтено» - если обучающийся правильно выполнил не менее 2/3 всей работы или допустил не более одной грубой ошибки и двух недочетов, не более одной грубой и одной негрубой ошибки, не более трех негрубых ошибок, одной негрубой ошибки и трех недочетов, при наличии четырех- пяти недочетов.

«Не зачтено» - если число ошибок и недочетов превысило норму для оценки 3 или правильно выполнено менее 2/3 всей работы.

Критерии оценки доклада

При выполнении доклада обучающийся должен продемонстрировать умение кратко излагать прочитанный материал, а также умение обобщать и анализировать материал по теме доклада.

Максимальная оценка за доклад: 8 баллов. Основными критериями оценки доклада являются:

- ☐ актуальность выбранной темы и излагаемого материала – 2 балла;
- ☐ содержательность – 2 балла;
- ☐ структура и оформление доклада – 1 балл;
- ☐ четкость и выразительность выступления – 1 балл;
- ☐ умение пользоваться конспектом – 1 балл;
- ☐ точность и полнота ответов на вопросы – 1 балл.

Критерии оценки презентации

- 9. Объем презентации 20 -50 слайдов (1 балл).
- 10. Правильность оформления титульного слайда (0,5 балла);
- 11. Актуальность отобранного материала, обоснованность формулировки цели и задач работы (0,5 балла);
- 12. Наглядность и логичность презентации, обоснованность использования таблиц, диаграмм, рисунков, фотографий, карт, видео – вставок, звукового сопровождения; правильный выбор шрифтов, фона, других элементов дизайна слайда (2 балла).
- 13. Объем и качество источников информации (не менее 2-х интернет – источников и не менее 2-х литературных источников).

Критерии оценки реферата

Обучающийся, защищающий реферат, должен рассказать о его актуальности, поставленных целях и задачах, изученной литературе, структуре основной части, сделанных в ходе работы выводах.

По окончании выступления ему может быть задано несколько вопросов по представленной проблеме.

Оценка складывается из соблюдения требований к реферату, грамотного раскрытия темы, умения четко рассказывать о представленном реферате, способности понять суть задаваемых по работе вопросов и найти точные ответы на них.

Реферат, в котором полностью освещена тема и который оформлен согласно требованиям, оценивается до 15 баллов.

Для планирования расчета текущего рейтинга обучающегося используются следующие пропорции:

Вид учебного действия	Максимальная рейтинговая оценка, баллов
-----------------------	---

академическая активность	10
практические задания	40
<i>из них: текущие практические задания</i>	20
<i>итоговое практическое задание</i>	20
рубежи текущего контроля	30
ИТОГО:	80

В течение учебного семестра по дисциплине обучающимся должен быть накоплен текущий рейтинг не менее 52 рейтинговых баллов (65% от максимального значения текущего рейтинга).

Необходимыми условиями допуска обучающегося к промежуточной аттестации по дисциплине являются положительное прохождение обучающимся не менее 65% рубежей текущего контроля с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла за каждый рубеж текущего контроля и положительное выполнение итогового практического задания с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла, установленного за итоговое практическое задание.

Невыполнение вышеуказанных условий является текущей академической задолженностью, которая должна быть ликвидирована обучающимся до контрольного мероприятия промежуточной аттестации.

Сведения о наличии у обучающихся текущей академической задолженности, сроках и порядке добора рейтинговых баллов для её ликвидации доводятся до обучающихся педагогическим работником.

В случае неликвидации текущей академической задолженности, педагогический работник обязан во время контрольного мероприятия промежуточной аттестации поставить обучающемуся

0 рейтинговых баллов. В этом случае ликвидация текущей академической задолженности возможна в периоды проведения повторной промежуточной аттестации.

2.1. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам СПО в Колледже и Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам СПО в АНО ПО ПКЭИП в действующей редакции.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по дисциплине выставляется по пятибалльной системе для экзамена

В процессе определения рубежного рейтинга обучающегося используется следующая шкала:

Рубежный рейтинг	Критерии оценки освоения обучающимся учебной дисциплины в ходе контрольных мероприятий промежуточной аттестации
19-20 рейтинговых баллов	обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок
16-18 рейтинговых баллов	обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий
13-15 рейтинговых баллов	обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий
1-12 рейтинговых баллов	обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания
0 рейтинговых баллов	не аттестован

Информационное обеспечение реализации программы

Перечень рекомендуемых учебных изданий, дополнительной литературы

Основные источники

1. Бражников, М. А. Сервисология: учебное пособие для вузов / М. А. Бражников. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 144 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-13343-1. – Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/476975>
2. Жираткова, Ж. В. Основы экскурсионной деятельности: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Ж. В. Жираткова, Т. В. Рассохина, Х. Ф. Очилова. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 189 с. – (Профессиональное образование). – ISBN 978-5-534-13031-7. – Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/476413>
3. Игнатьева, И. Ф. Организация туристской деятельности: учебник для вузов / И. Ф. Игнатьева. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 392 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-13873-3. – Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/470587>
4. Рамендик, Д. М. Психодиагностика в социально-культурном сервисе и туризме: учебное пособие для среднего профессионального образования / Д. М. Рамендик, О. В. Одинцова. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 212 с. – (Профессиональное образование). – ISBN 978-5-534-10855-2. – Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/475383>
5. Михайлова, Н. К. История гостеприимства / Н. К. Михайлова. — Санкт-Петербург: Лань, 2022. — 92 с. — ISBN 978-5-507-44980-4. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/266825> .
6. Свириденко, Ю. П. Сервисная деятельность в обслуживании населения: учебное пособие для СПО / Ю. П. Свириденко, В. В. Хмелев. — 2-е изд., стер. — Санкт-Петербург: Лань, 2022. — 192 с. — ISBN 978-5-8114-9455-2. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/195460> .
7. Любецкая, Т. Р. Организация обслуживания в индустрии питания: учебник для СПО / Т. Р. Любецкая. — 2-е изд., стер. — Санкт-Петербург: Лань, 2021. — 308 с. — ISBN 978-5-8114-8117-0. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/171862> .

Дополнительные источники

1. Аносова, Т. Г. Технологии комфорта: учебное пособие для СПО / Т. Г. Аносова, Ж. Танчев. – 2-е изд. – Саратов, Екатеринбург: Профобразование, Уральский федеральный университет, 2019. – 71 с. – ISBN 978-5-4488-0407-6, 978-5-7996-2813-0. – Текст: электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО ПРОФобразование : [сайт]. – URL: <https://profspo.ru/books/87883>

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа	Дата введения изменения
1.	Утверждена и введена в действие решением на основании Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 43.02.16 Туризм и гостеприимство ФГОС СПО от 12.12.2022 № 1100	Протокол заседания ПЦК № 06 от «27» 06-2025 года	
2.			
3.			