

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
"Амурский государственный университет"

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной и научной
работе

 Лейфа А.В. Лейфа

« 2 » марта 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

МДК

МДК 02.01 Предоставление туроператорских услуг

Специальность 43.02.16 Туризм и гостеприимство

Квалификация выпускника – Специалист по туризму

Год набора – 2024

Курс 2 Семестр 3,4

Дифференцированный зачет 4 сем

Другие формы контроля 5 сем

Общая трудоемкость МДК 172.0 (академ. час)

Составитель А.С. Танасе, ученое звание отсутствует,

Факультет среднего профессионального образования

ЦМК социально-экономических дисциплин

Рабочая программа составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 43.02.16 Туризм и гостеприимство, утвержденного приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 12.12.2022 № 1100

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры социально-экономических дисциплин

15.02.2024 г. , протокол № №6

Заведующий кафедрой Кирилук Н.В. Кирилук

СОГЛАСОВАНО

Зам. декана по учебной работе

Кирилук Н.В. Кирилук

« 2 » марта 2024 г.

СОГЛАСОВАНО

Научная библиотека

Петрович О.В. Петрович

« 2 » марта 2024 г.

СОГЛАСОВАНО

Выпускающая кафедра

Кирилук Н.В. Кирилук

« 2 » марта 2024 г.

СОГЛАСОВАНО

Центр цифровой трансформации и
технического обеспечения

Тодосейчук А.А. Тодосейчук

« 2 » марта 2024 г.

1. ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ

Рабочая программа междисциплинарного курса является частью ППССЗ в соответствии с ФГОС по специальности СПО 43.02.16 Туризм и гостеприимство в части освоения основного вида деятельности. Рабочая программа междисциплинарного курса может быть использована в дополнительном профессиональном образовании и профессиональной подготовке работников в области гостиничного и туристического бизнеса

2. МЕСТО МДК В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Междисциплинарный курс «Предоставление туроператорских услуг» является обязательной частью профессионального модуля в соответствии с ФГОС СПО по специальности "Туризм и гостеприимство"

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ МДК И ИНДИКАТОРЫ ИХ ДОСТИЖЕНИЯ

3.1. Профессиональные компетенции и индикаторы их достижения

Категория (группа) профессиональных компетенций	Код и наименование профессиональных компетенции	Минимальные требования
ПК 2.1.	ПК 2.1. Оформлять и обрабатывать заказы клиентов	Навыки: Консультирование туристов по правилам и предмету заказа (оформление, цена, параметры, сроки и место выполнения заказа) Осуществление приема заказов от туристов Проверка наличия всех реквизитов заказа Идентификация вида заказа Направление заказа в соответствующее подразделение туроператора и его контроль Корректировка сроков и условий выполнения заказов и в случае необходимости информирование заказчиков (туристов) об изменении параметров заказа Умения: Взаимодействовать с туроператорами, экскурсионными бюро, кассами продажи билетов, транспортными компаниями, meetкомпаниями Владеть культурой межличностного общения Владеть техникой переговоров, устного общения с клиентом, включая телефонные переговоры Владеть техникой количественной оценки и анализа информации Владеть методикой хранения и поиска информации Вести документацию,

		<p>хранение и извлечение информации Пользоваться компьютерными программами бронирования туров Осуществлять контроль за своевременным выполнением заказа Собирать, обрабатывать и анализировать статистические данные Формировать банки данных</p> <p>Знания: Законодательство Российской Федерации в сфере туризма Нормативные документы, регламентирующие организацию туроператорской и турагентской деятельности Ассортимент и характеристики предлагаемых туристских продуктов Цены на туристские продукты и отдельные туристские и дополнительные услуги Системы бронирования услуг Организацию работы с запросами туристов Требования к оформлению и учету заказов Порядок контроля за прохождением и выполнением заказов</p> <p>Виды технических средств сбора и обработки информации, связи и коммуникаций Программное обеспечение деятельности туристских организаций Этику делового общения Основы делопроизводства Правила внутреннего трудового распорядка Правила по охране труда и пожарной безопасности</p>
ПК 2.2.	ПК 2.2. Координировать работу по реализации заказа	<p>Навыки: Координация работы подразделений туроператора, задействованных в реализации заказа</p> <p>Умения: Координировать работу подразделений туроператора, задействованных в реализации заказа</p> <p>Знания: Законодательство Российской Федерации в сфере туризма Нормативные документы, регламентирующие организацию туроператорской и турагентской деятельности Ассортимент и характеристики предлагаемых туристских продуктов Цены на</p>

	деятельности															
12	Тема 11. Оптимизация представления туруслуг.	6	6		4									2	Тестирование	
13	Тема 12. Проведение маркетинговых исследований рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта	6	6		6									2	Опрос	
14	Тема 13. Использование маркетинговых технологий при формировании турпродукта.	6	6		6									2	Тестирование	
15	Дифференцированный зачет	6	2													
	Итого		80.0		64.0		0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	28.0		

5. СОДЕРЖАНИЕ МДК

5.1. Лекции

№ п/п	Наименование темы (раздела)	Содержание темы (раздела)
1	Тема 1. Основные понятия и содержание дисциплины «Технология и организация туроператорской деятельности»	1.Цели и задачи дисциплины: изучение технологии и организации туроператорской деятельности 2.Структура дисциплины «Технология и организация туроператорской деятельности» Правовые основания предоставления туристических услуг 3.Основные субъекты предоставления туруслуг (туроператор, турагент, турист)
2	Тема 2. Туристские предприятия и их формы	1 Место туроператора на туристском рынке 2 Организационно- правовые формы туристских предприятий 3 Влияние факторов на выбор организационно-правовой формы туристского предприятия 4 Классификации туристских фирм 5 Рецептивные и инициативные туристские фирмы
3	Тема 3. Основные функции туроператора	1 Основные задачи туроператора 2 Функция туроператора: ценообразование и факторы, влияющие на эту деятельность 3 Функция продвижения турпродукта, информативная и новаторская, бюджетообразующая и интегрирующая

		<p>4 Операторское лобби в постиндустриальной экономике</p> <p>5 Финансовое обеспечение туроператора</p>
4	Тема 4. Классификация и виды туроперейтинга и туроператоров	<p>1 Аутгоинговый туроператор международных туров. Флайтеры и нон-флайтеры</p> <p>2 Инкаминг - туроператор</p> <p>3 Организация инкам- туров</p> <p>4 Инсайдинг - туроператор</p> <p>5 Организация индивидуальных и групповых туров</p> <p>6 Профиль работы туроператоров</p>
5	Тема 5. Основы туроператорской деятельности	<p>1 Развитие и регулирование туроператорской деятельности в РФ и за рубежом. Понятие туроператорской деятельности. Международное регулирование туристской деятельности. Развитие и регулирование туроператорской деятельности в России.</p> <p>2. Нормативно- правовая база осуществления туроператорской деятельности. Организационно-правовые формы функционирования туроператоров.</p> <p>3 Документация туроператорской фирмы, ведение туристской отчетности. Права и обязанности туроператора, турагента и туриста</p>
6	Тема 6. Технология разработки туристского продукта.	<p>1. Понятие разработки туристского продукта.</p> <p>2 Изучение и анализ ресурсов выбранной дестинации.</p> <p>3. Свойства и цели турпродукта.</p> <p>4. Принципы выбора базовых услуг и турпродуктов.</p> <p>5. Выбор схемы работы в дестинации.</p> <p>6. Основные правила и методика составления программ туров.</p> <p>7. Расчет стоимости тура</p>
7	Тема 7. Индустрия туризма, досуга и гостеприимства в туроператорской деятельности	<p>1 Факторы роста индустрии туризма</p> <p>2 Современная система туризма. Структура туриндустрии</p> <p>3 Индустрия туризма и особенности взаимодействия отраслей</p> <p>4 Индустрия досуга</p> <p>5 Материально-техническая база туризма</p>
8	Другие формы контроля	Промежуточная аттестация проводится в форме устного опроса
9	Тема 8. Индустрия перевозок в туроператорской деятельности	<p>1 Роль транспорта в туроператорской деятельности</p> <p>2 Международная классификация транспортных средств</p> <p>3 3.1 Организация туристских путешествий воздушным транспортом</p> <p>3.2 Взаимодействие туроператоров и авиакомпаний</p> <p>3.3 Договоры на квоту мест</p>

		<p>3.4 Тарифы четырех типов</p> <p>4 Организация морских и речных круизов. Формы круизного путешествия</p> <p>5.1 Организация железнодорожного туризма</p> <p>5.1.1 Туристские, экскурсионные и чартерные поезда</p> <p>5.1.2 Графиковые и специальные туристские поезда</p> <p>5.1.3 Пассажирские, скорые и скоростные поезда</p> <p>6 6.1 Автобусные перевозки туристов Виды автобусного туризма:</p> <p>6.1.1 Поездки на рейсовых автобусах;</p> <p>6.1.2 Поездки на челночных автобусах;</p> <p>6.1.3 Специальные рейсы;</p> <p>6.1.4 Поездки в течение дня;</p> <p>6.3 Способы организации нерегулярных перевозок туристов. Организация нетрадиционных автобусных туров;</p> <p>6.2 Организация международных автобусных туров и их классификация</p>
10	Тема 9. Индустрия размещения в туроператорской деятельности	<p>1 Специфические черты гостиничных услуг</p> <p>2 Стандартная классификация средств размещения</p> <p>3 Система критериев в средствах размещения</p> <p>4 Характеристика основных групп гостиниц. Модели гостиниц</p>
11	Тема 10. Индустрия питания в туроператорской деятельности	<p>1 Классификация туристских предприятий питания</p> <p>2 Специальные планы питания туристов</p> <p>3 Варианты организации питания и их международное обозначение</p> <p>4 Предприятия быстрого обслуживания</p> <p>5 Кейтеринг</p>
12	Тема 11. Оптимизация представления туруслуг.	<p>1 Практика делового общения и переписки. Формирование коммуникативных навыков. Понятие корпоративной культуры. Профессиональная этика работников туроператорской компании.</p> <p>2 Работа с информационно- справочными материалами. Изучение популярных электронных порталов по туризму и работа с ними. Использование каталогов и ценовых предложений.</p> <p>3 Решение проблем с помощью правового регулирования. Качество обслуживания и способы его регулирования в туризме.</p> <p>4 Анализ проблем, возникающих во время тура и меры их устранения. Предоставление сопутствующих услуг</p>
13	Тема 12. Проведение маркетинговых исследований рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта	<p>1 Социально-экономическая сущность маркетинга. Специфика маркетинга в туризме. Становление и развитие маркетинга в туризме. Принципы маркетинга туризма. Маркетинг в профессиональной деятельности специалиста по туризму.</p> <p>2 Концепции рыночной деятельности. Концепция маркетинга в туризме. Современные тенденции</p>

		<p>развития маркетинга. Уровни и координация маркетинга в туризме. Туристское предприятие – основное звено реализации концепции маркетинга. Управление маркетингом туристской организации.</p> <p>3 Рынок туристских услуг. Рыночные показатели, их содержание и основное назначение. Экономические закономерности туристского рынка. Основные элементы окружающей среды туристской фирмы. Макросреда и микросреда. STEP-анализ, SWOT-анализ.</p> <p>4 Информационное обеспечение маркетинга. Сущность, виды и принципы маркетинговых исследований. Процесс маркетингового исследования. Организационные формы проведения маркетинговых исследований. Методологические основы маркетинговых исследований. Опрос и его инструментарий. Наблюдение. Эксперимент. Экспертные оценки. Метод фокус- групп. Другие методы маркетинговых исследований.</p> <p>5 Анализ конкурентов. Построение конкурентной карты рынка. Потребители как объект маркетинговых исследований.</p>
14	Тема 13. Использование маркетинговых технологий при формировании турпродукта.	<p>1 Сущность, роль и процесс формирования маркетинговой стратегии туристской организации. Виды маркетинговых стратегий. Программа маркетинга. Бюджет маркетинга.</p> <p>2 Сущность и роль сегментации рынка. Базовые признаки сегментации и основные сегменты рынка туризма. Методы сегментации. Особенности сегментации российского туристского рынка. Выбор целевого рынка. Позиционирование туристского продукта.</p> <p>3 Маркетинговый комплекс. Планирование и разработка туристского продукта. Жизненный цикл турпродукта. Внедрение на рынок нового турпродукта. Стратегии установления цены на туристский продукт.</p> <p>4 Формирование сбытовой политики, управление каналами сбыта. Контакты с торговыми представительствами других регионов и стран.</p>
15	Дифференцированный зачет	Промежуточная аттестация проводится в форме устного опроса

5.2. Практические занятия

Наименование темы	Содержание темы
Практическое задание	<p>Ведущие туроператоры: «TEZ TOUR», « CORAL TRAVEL», «PEGAS TOURISTIK», «PAC GROUP»</p> <p>Форма проведения семинара: обсуждение предложенных вопросов</p> <p>Цель семинарского занятия: рассмотреть основные понятия и структуру в технологии и организации туроператорской деятельности</p>

Практическое задание	<p>Форма проведения в виде обсуждения проблемных вопросов и ситуаций. Примерная тема доклада «Организационно- правовые формы туристского предприятия».</p> <p>В докладе отразить: общую информационная оценку сайта туркомпании (структура: основные информационные блоки, их взаимосвязь и особенности; организация тура) Дать оценку туроператорской деятельности компании</p>
Практическое задание	<p>Форма проведения семинара: семинар проводится в форме презентаций по докладам. Темы докладов «Функции туроператоров на туристском рынке»</p> <p>Вопросы к семинару:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.Функция ценообразования в туроператорской деятельности 2.Продвижение турпродукта 3.Информативная и новаторская функции туроператора 4.Бюджетообразующая и интегрирующая функции
Практическое задание	<p>Форма проведения: семинар проводится в форме дискуссии</p> <p>Вопросы к семинару:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.Аутгоинговый туроператор 2. Инкаминг – туроператор 3. Инсайдинг - туроператор 4. Профиль работы туроператоров 5. Инновации в туроперейтинге <p>Анализ практических ситуаций</p>
Практическое задание	<ol style="list-style-type: none"> 1. Деловая игра «Формирование пакета документов» 2. Изучение технологии оформления договоров. 3. Оформление пакета документов для выезда туриста за рубеж по туру. 4. Разбор ситуаций предоставления некачественных услуг, неполного предоставления услуг туроператором.
Практическое задание	<p>Анализ ресурсов выбранной дестинации.</p> <p>Определение базовых услуг по заданным показателям.</p> <p>Выбор вариантов бронирования услуг контрагентов.</p> <p>Расчет необходимого количества мест в средствах размещения. Планирование программ тур поездок.</p> <p>Составление программ тура и турпакета.</p> <p>Составление программы туров для российских и зарубежных клиентов.</p> <p>Расчет стоимости тура</p>
Практическое задание	<p>Форма проведения семинара: семинар проводится в форме дискуссии</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.Структура туристической индустрии 2. Индустрия досуга 3.Индустрия развлечений. <p>Анализ практических ситуаций</p>
Практическое задание	<p>Форма проведения семинара: семинар проводится в форме презентаций по докладам. Доклады на тему «Организация транспортного обслуживания (на выбор студента)»</p> <p>Анализ практических ситуаций</p>
Практическое задание	<p>Форма проведения семинара: семинар проводится в форме презентаций по докладам. Доклады на тему «</p>

	Средства размещения» (на выбор студента). Дополнительные вопросы к семинару: 1. Средства размещения в Европе 2. Средства размещения в Азии 3. Средства размещения в Америке Анализ практических ситуаций
Практическое задание	Форма проведения семинара: семинар проводится в форме презентаций по докладам. Доклады на тему «Предприятия питания» (на выбор студента). Вопросы к семинару: 1. Основные типы предприятий питания 2. Разновидность обслуживания - кейтеринг 3. Специальные планы питания туристов Анализ практических ситуаций
Практическое задание	Деловая игра «Практика делового общения». Техника написания делового письма. Работа с информационно-справочными материалами.
Практическое задание	Разработка плана и организация маркетингового исследования для создания нового продукта. Анализ туристского спроса и факторов, влияющих на него. Графический анализ данных о спросе на туристские услуги. Пути повышения спроса. Проведение анализа деятельности организаций-конкурентов
Практическое задание	Проведение сегментации рынков для различных турпродуктов; Позиционирование турпродукта по преимуществам; Анализ маркетинговых стратегий турфирм региона, разработка программы маркетинга виртуальной турфирмы

6. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

№ п/п	Наименование темы (раздела)	Содержание темы (раздела)	Трудоемкость в академических часах
1	Тема 2. Туристские предприятия и их формы	Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы. Подготовка к практическим работам.	2
2	Тема 3. Основные функции туроператора	Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы. Подготовка к практическим работам.	2
3	Тема 4. Классификация и виды туроперейтинга и туроператоров	Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы. Подготовка к практическим работам.	2
4	Тема 5. Основы	Систематическая проработка конспектов	4

	туроператорской деятельности	занятий, учебной и специальной литературы. Подготовка к практическим работам.	
5	Тема 6. Технология разработки туристского продукта.	Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы. Подготовка к практическим работам.	2
6	Тема 7. Индустрия туризма, досуга и гостеприимства в туроператорской деятельности	Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы. Подготовка к практическим работам.	2
7	Тема 8. Индустрия перевозок в туроператорской деятельности	Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы. Подготовка к практическим работам.	2
8	Тема 9. Индустрия размещения в туроператорской деятельности	Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы. Подготовка к практическим работам.	2
9	Тема 10. Индустрия питания в туроператорской деятельности	Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы. Подготовка к практическим работам.	4
10	Тема 11. Оптимизация представления туруслуг.	Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы. Подготовка к практическим работам.	2
11	Тема 12. Проведение маркетинговых исследований рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта	Создать SWOT- анализ туристической фирмы Маркетинговое исследование туристической фирмы используя Метод фокус-групп Анализ конкурентного рынка туристических фирм Амурской области	2
12	Тема 13. Использование маркетинговых технологий при формировании турпродукта.	Анализ маркетинговой среды туристических фирм Амурской области. Составить жизненный цикл турпродукта	2

Результаты освоения дисциплины достигаются за счет использования в процессе обучения современных инструментальных средств: лекции с применением мультимедийных технологий, современного и аппаратного обеспечения. При проведении занятий используются активные и интерактивные формы.

7. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Вопросы для устного опроса. 5 семестр Другие формы контроля

1. Развитие и регулирование туроператорской деятельности в РФ и за рубежом
2. Нормативно – правовая база турагентской деятельности ФЗ « Об основах туристской деятельности»

3. Требования к организации туроператорской деятельности
4. Виды туризма, туроператоров. Особенности турпродуктов.
5. Организационно – правовые формы создания туроператора
6. Условия создания привлекательного туристского продукта: изучение запросов потребителей, потребительские свойства турпродукта.
7. Технология обслуживания, классы обслуживания, пакет услуг.
8. Требования к процессу разработки турпродукта.
9. Технология обслуживания туристов в гостинице.
10. Экскурсионное обслуживание
11. Технология и методы работы с поставщиками туристских услуг: организационные аспекты, планирование тура, договорный план
12. Туристская документация: технологическая документация, туристская путевка, договора, справочная документация.
13. Формирование сбытовой сети туроператора
14. Агентские соглашения. Агентские сети и франчайзинг

Вопросы для устного опроса. 6 семестр Дифференцированный зачет

1. Интернет – технологии бронирования турпутевок
2. Характеристика основных форм продажи турпродукта. Реклама и нерекламные виды продвижения турпродукта. Каталог туроператора.
3. Менеджмент и стратегия обслуживания. Программный туризм и потребительские предпочтения.
4. Анимация обслуживания.
5. Представители туроператоров. Качество туристского обслуживания и способы его регулирования
6. Безопасность в путешествии и страховании туристов
7. Страхование туристов выезжающих за рубеж. Страхование въездного и внутреннего туризма. Страхование различных туров. Система скидок. Безналичная форма расчетов
8. Система комиссионных вознаграждений турагентств.
9. Учетная политика туроператора. Оплата счетов поставщиков услуг.
10. Виды и методы ценообразования продукта.
11. Туристская полиция.
12. Квалификационные требования, предъявляемые к должности менеджера туроперейтинга
13. Налоговое законодательство в туризме.
14. Программные продукты бронирования туров.
15. Льготы и преференции предприятий туристской отрасли

30. Виды и методы ценообразования турпродукта.

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Формы и методы контроля и оценки
ПК 2.1. Оформлять и обрабатывать заказы клиентов	Практические задания
ПК 2.2. Координировать работу по реализации заказа	Практические задания

8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ МДК

а) литература

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основная литература

1. Емелин, С. В. Технология и организация туроператорской деятельности : учебное пособие для среднего профессионального образования / С. В. Емелин. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 517 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18505-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/535190>
2. Захарова, Н. А. Соблюдение туристских формальностей : учебное пособие для СПО / Н. А. Захарова. — 2-е изд. — Саратов : Профобразование, 2023. — 216 с. — ISBN 978-5-4488-1075-6. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/134190.html> (дата обращения: 05.07.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

Дополнительная литература

1. Веселова, Н. Ю. Технология и организация сопровождения туристов : учебное пособие для СПО / Н. Ю. Веселова, Н. В. Иванова, Н. А. Мальшина. — 2-е изд. — Саратов : Профобразование, 2024. — 61 с. — ISBN 978-5-4488-2012-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/138899.html>
2. Дурович, А. П. Организация туризма : учебное пособие / А. П. Дурович. — Минск : Республиканский институт профессионального образования (РИПО), 2020. — 296 с. — ISBN 978-985-7234-10-3. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/100351.html>
3. Кухаренко, Т. А. Правовое обеспечение профессиональной деятельности работников сферы гостиничного дела и туризма : учебник для СПО / Т. А. Кухаренко. — 2-е изд. — Саратов : Профобразование, 2024. — 152 с. — ISBN 978-5-4488-1736-6. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/135507.html>
4. Захарова, Н. А. Услуги общественного питания, экскурсионное обслуживание и другие сопутствующие услуги в сфере туризма : учебное пособие для СПО / Н. А. Захарова. — 2-е изд. — Саратов : Профобразование, 2023. — 120 с. — ISBN 978-5-4488-1660-4. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/134189.html>
5. Организация продаж гостиничного продукта : учебное пособие для СПО / Л. В. Семенова, В. С. Корнеев, И. И. Драгилова, В. О. Корионова. — 2-е изд. — Саратов : Профобразование, 2024. — 102 с. — ISBN 978-5-4488-1734-2. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/135502.html>

б) программное обеспечение и Интернет-ресурсы

№	Наименование	Описание
1	LibreOffice	Бесплатное распространение по лицензии GNU LGPL https://ru.libreoffice.org/about-us/license/
2	Mozilla Firefox	Бесплатное распространение по лицензии MPL 2.0 https://www.mozilla.org/en-US/MPL/

в) профессиональные базы данных и информационные справочные системы

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ МДК

Оборудование: специализированная мебель и технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории: учебная мебель, доска, ноутбук, проекционный экран, оргтехника, флип-чат.