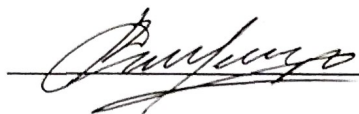


МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ЭКОНОМИКИ И СЕРВИСА
МЕЖДУНАРОДНЫЙ ИНСТИТУТ ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ И ТУРИЗМА
КАФЕДРА ТУРИЗМА И ЭКОЛОГИИ

ОТЧЁТ

по производственной технологической практике в
ФГБОУ ВО «ВГУЭС»

Студент
гр. БТУ-18-ГК



В.В. Стригун

Руководитель
Канд. экон. наук, доцент



Е.В. Шеметова

Руководитель практики
от организации



Е.В. Шеметова

Владивосток 2022

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ЭКОНОМИКИ И СЕРВИСА
МЕЖДУНАРОДНЫЙ ИНСТИТУТ ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ И ТУРИЗМА
КАФЕДРА ТУРИЗМА И ЭКОЛОГИИ

ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ

на производственную технологическую практику

Студенту Стригун Валерии Вячеславовне группы БТУ-18-гк
(ФИО обучающегося полностью)

Направление подготовки: 43.03.02 Туризм профиль «Организация деятельности туристско-рекреационных комплексов»

Место прохождения практики: ФГБОУ ВО «Владивостокский государственный университет экономики и сервиса», МИТГ, Кафедра ТЭ,

адрес организации: 690014, ДФО, Приморский край, г. Владивосток, ул. Гоголя, 41
(указывается полное наименование структурного подразделения / профильной организации и её структурного подразделения, а также их фактический адрес)

Срок прохождения практики с «14» февраля 2022 г. по «12» марта 2022 г.

Задание 1. Охарактеризовать деятельность предприятия согласно структуре, представленной в ФОС (в зависимости от базы практики).

Задание 2. Проанализировать рынок туристских услуг (в зависимости от базы практики) (ПК-10).

Задание 3. Проанализировать методы продвижения и реализации турпродукта предприятия на рынок с использованием коммуникативных и информационных технологий (в зависимости от базы практики) (ПК-11).

Задание 4. Представить результаты работы в форме отчета по практике.

Структура отчета по практике:

Введение: определить цель и задачи практики, основные методы, необходимые для их достижения.

Отчет по результатам выполнения работы.

Заключение: сделать вывод о достижении поставленных цели и задач в ходе практики.

Список источников информации. Включает в себя не менее 20 наименований, расположенных в порядке появления источников в тексте, не старше 5 лет.

Приложения.

Оформить работу в соответствии со стандартами ВГУЭС.

Руководители практики

Старший преподаватель кафедры туризма и экологии



Е.В. Шеметова



А.В. Перфильев

В.В. Стригун

Задание получил:

Задание согласовано:

Руководитель практики от профильной организации

Должность, наименование предприятия



Е.В. Шеметова

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ЭКОНОМИКИ И СЕРВИСА
МЕЖДУНАРОДНЫЙ ИНСТИТУТ ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ И ТУРИЗМА
КАФЕДРА ТУРИЗМА И ЭКОЛОГИИ

КАЛЕНДАРНЫЙ ПЛАН-ГРАФИК

Студент Стригун Валерия Вячеславовна группы БТУ-18-гк
направляется для прохождения производственной технологической практики
в ФГБОУ ВО «ВГУЭС», МИТГ, Кафедра ТЭ
с «14» февраля 2022 г. по «12» марта 2022 г.

Содержание выполняемых работ	Сроки исполнения		Заключение и оценка руководителя практики	Подпись руководителя практики
	начало	окончание		
Инструктаж по технике безопасности, ознакомление с предприятием, его структурой, видами его деятельности	14.02.2022	15.02.2022		
Выполнение поручений руководителя предприятия на предприятии	14.02.2022	12.03.2022		
Сбор фактического и аналитического материала для написания отчета	16.02.2022	05.03.2022		
Оформление отчета и сдача руководителю практики от кафедры	07.03.2022	09.03.2022		
Защита отчета	10.03.2022	12.03.2022		

Студент-практикант	<u>Стригун Валерия Вячеславовна</u> Фамилия Имя Отчество	 подпись
Руководитель практики от кафедры	<u>Шеметова Елена Васильевна</u> Фамилия Имя Отчество	 подпись
Руководитель практики от предприятия	<u>Шеметова Елена Васильевна</u> Фамилия Имя Отчество	 подпись

место печати

Содержание

Введение5

1 Изучение первичных сведений о предприятии7

1.1. История создания предприятия7

1.2. Ознакомление с учредительными документами, нормативными материалами..... 8

1.3. Организационно-правовая форма предприятия и форма собственности..... 9

1.4. Организационно-управленческая структура и взаимодействие подразделений.....11

1.5. Ознакомление с работой основных категорий работников, их должностными инструкциями.....12

1.6. Основные задачи, виды деятельности (услуг) предприятия.....15

2 Анализ рынка туристских услуг19

2.1. Анализ туристских услуг ФГБОУ ВО «ВГУЭС»19

2.2. Методы продвижения и реализации турпродукта20

Заключение23

Список использованных источников25

Приложение А. Должностные обязанности бухгалтера27

Приложение Б. Должностные обязанности специалиста30

32

Введение

Туризм сегодня является одной из ведущих и наиболее динамичных отраслей мировой экономики. Во многих странах туризм играет значительную роль в формировании ВВП, создании дополнительных рабочих мест и обеспечении занятости населения, активизации внешнеторгового баланса. Постоянно возрастает значение туризма как источника валютных поступлений, инструмента расширения международных контактов, выравнивания регионального развития.

Возрастание конкуренции и коммерциализация туристской деятельности обуславливают необходимость внедрения основных принципов и элементов маркетинга в практику работы туристских предприятий. Вместе с тем, туристский бизнес имеет определенные особенности, связанные с самой природой туристских услуг, обращающихся на рынке, особенностями их производства, формирования в единый турпродукт и его последующей реализации. В силу этого маркетинг в туризме характеризуется целым рядом отличительных черт, которые позволяют выделить его в самостоятельную учебную дисциплину.

Целью практики является развитие у студента общекультурных и профессиональных компетенций, направленных на закрепление и углубление теоретической подготовки, приобретение практических навыков работы в основных функциональных подразделениях предприятия индустрии туризма.

Задачами практики являются:

- ознакомление с учредительными документами и нормативными материалами, регламентирующими деятельность предприятий и организаций туризма;
- изучение особенностей и основных направлений деятельности предприятия (организации);
- изучение организационной структуры и взаимодействие подразделений;
- ознакомление с работой основных категорий работников туристских предприятий и получение начальных навыков и представлений об их работе, включая изучение их должностных инструкций;
- закрепление и углубление полученных студентом в университете теоретических знаний по дисциплинам;
- выполнение практических заданий руководителя практики от предприятия (организации);
- получение навыков взаимодействия со специалистами предприятия (организации), работы в малой группе;
- сбор информации о деятельности предприятия (организации);

- приобретение навыков самостоятельной работы, связанной с обработкой полученных данных и информации о деятельности предприятия (организации).

- провести анализ рынок туристских услуг;

Основные методы, необходимые для достижения поставленных задач:

- Институциональный

- Социологический

- Анализ

1 Изучение первичных сведений о предприятии

1.1. История создания предприятия

ФГБОУ ВО «Владивостокский государственный университет экономики и сервиса» располагается в Дальневосточном федеральном округе. ВГУЭС — один из сильнейших экономических вузов страны, расположенный в Дальневосточном Федеральном округе. Достижения университета год за годом подтверждаются весомыми наградами, грантами и премиями, как регионального, так и федерального и международного уровня.

В вузе реализуются: 68 программ бакалавриата по 29 направлениям, 21 программ магистратуры по 10 направлениям, 22 программы аспирантуры по 10 направлениям, 2 программы специалитета; 8 программ подготовки квалифицированных рабочих и служащих, 26 программ подготовки специалистов среднего звена. Во ВГУЭС осуществляются обменные программы с 13 университетами КНР, Японии, Республики Корея и США. Университет замыкает полный цикл образования: от дошкольного до докторантуры, позиционируя себя в области бизнес-образования и экономики, международных отношений, сервиса, туризма, моды и дизайна.

В вузе обучаются более 17 тысяч граждан России и зарубежных стран. 26 августа 1967 года Правительство РСФСР с целью обеспечения потребностей сервисной отрасли дальневосточного региона высококвалифицированными специалистами приняло решение об открытии во Владивостоке Дальневосточного технологического института бытового обслуживания (ДВТИ) с механико-технологическим и инженерно-экономическим факультетами. Вначале институт насчитывал 2 факультета, одиннадцать лабораторий и шесть учебных кабинетов. Первым ректором ДВТИ был кандидат технических наук, доцент Савченко, Анатолий Иванович[1], под руководством которого приём студентов увеличился в 2 раза, количество кафедр выросло до 14, численность преподавателей возросла до 132 человек (из них 15 были кандидатами наук). Для занятий было подготовлено учебное здание, построено общежитие №1 на 648 мест. В 1972 году состоялся первый выпуск квалифицированных специалистов службы быта. В период с 1988 по 2015 год ВГУЭС возглавлял профессор, доктор экономических наук, нынешний президент университета Лазарев, Геннадий Иннокентьевич. В 1995 году вуз переименован в Дальневосточный государственный технологический институт (ДВГТИ), а в 1996 году он получил статус университета и своё нынешнее название. Постановлением Правительства России № 765 от 28 сентября 2009 года ВГУЭС присуждена Премия Правительства РФ за достигнутые значительные результаты в области качества продукции и услуг и внедрение

высокоэффективных методов менеджмента качества. Это единственный вуз среди победителей 2009 года и пятый вуз-лауреат в истории премии.

В 2015 году решением Ученого Совета ректором ВГУЭС была избрана доктор экономических наук Т. В. Терентьева, которая стала первой женщиной-ректором на Дальнем Востоке.

За 50 с лишним лет истории ВГУЭС не только вошел в число вузов - лидеров высшего образования России, но и стал яркой визитной карточкой Владивостока. Студенческий кампус университета, расположенный в самом центре города, выполняет функцию открытого креативного пространства для жителей и гостей города. Великолепный парк, дендрарий, японский сад камней, музейно-выставочный комплекс, спорткомплекс премиум-класса «Чемпион», современная медицинская клиника «Лотос», театрально-концертный комплекс «Андеграунд», молодежные студии и объединения, торговые комплексы, многочисленные кафе – все рядом. На территории университета есть все для успешной учебы, отдыха и творческого развития. Здесь комфортно, красиво и, что очень важно, безопасно: система наблюдения и охраны ВГУЭС – одна из самых передовых.

Инфраструктурная составляющая процесса обучения постоянно совершенствуется. Материальная база ВГУЭС — учебные корпуса, общежития, библиотека, спортивные и развлекательные комплексы — считается наиболее развитой и социально-ориентированной в регионе.

ВГУЭС изначально взял вектор на инновационное развитие, поэтому в университете первым среди вузов региона и одним из первых среди общественных пространств края появился эскалатор, который сделал перемещение по студенческому городку максимально комфортным. Тогда же, в целях практикоориентированности обучения, появились учебно-тренинговый гостиничный комплекс «Аванта» и Зал судебных заседаний.

Сегодня интеграция интеллектуальной техники и дигитализация образовательного процесса остаются определяющими: в шоу-руме лаборатории интеллектуальных систем «умный город» ты сможешь вплотную познакомиться с технологиями XXI века, а в лаборатории виртуальной реальности FabLab создать материальный объект по собственному проекту или дополнить реальность по своему усмотрению. В зале видеоконференцсвязи, где проходят форумы международного уровня, ты сможешь послушать профессоров ведущих университетов России и мира.

Интеграция образования и бизнеса – еще одна магистральная составляющая учебного процесса. В коворкинг-центре «Точка кипения» у тебя будет возможность пообщаться с топ-менеджерами и собственниками крупнейших предприятий города и края,

задать интересующий вопрос, обсудить свою идею для стартапа, создать проектную группу и даже привлечь потенциальных инвесторов.

Для подготовки инженеров будущего и побед в Национальных чемпионатах самого рейтингового турнира профессионалов WorldSkills во ВГУЭС открыты 5 мастерских, оборудованных в строгом соответствии стандартам Worldskills Россия.

ВГУЭС – интегрированное пространство развития, где ты сможешь стать профессионалом, отвечающим вызовам времени.

Кампус университета создан по лучшим мировым образцам: учебные и жилые корпуса, библиотеки, спортивные, оздоровительные и развлекательные комплексы, кафе и магазины, сервисные службы объединены под одной крышей, находятся под видеонаблюдением и открыты для горожан. Студентам созданы все условия для учебы, предпринимательства, творческого роста и здорового образа жизни.

ВГУЭС постоянно развивается и занимает лидирующие позиции в области бизнес-образования и сервисного образования. Эти достижения отмечены несколькими важными наградами, полученными университетом.

В 2021 году принято решение – расширить присутствие вуза в регионе. Новый филиал университета появится в г. Большой Камень. Это важная необходимость, часть стратегии по закреплению молодежи в регионе, повышению доступности высшего и среднего профессионального образования, подготовке кадров для региональной экономики.

По следующим адресам располагаются филиалы ФГБОУ ВО «ВГУЭС»

Приморского края:

- Приморский край, г. Артем, ул. Кооперативная, 6;
- Приморский край, г. Уссурийск, ул. Володарского, 67;
- Приморский край, г. Находка, ул. Озерная, 2;

1.2. Ознакомление с учредительными документами, нормативными материалами

Деятельность ФГБОУ ВО «ВГУЭС» регулируется определенными учредительными документами и нормативными материалами. Ниже представлен список соответствующих документов.

- Устав ФГБОУ ВО «ВГУЭС» от 17.06.2016 г. [2];
- Положение о попечительском совете от 17.10.2016 №1 [3];
- Приказ №302 от 13.05.2019 о внесении изменений в устав [4];
- Положение об ученом совете ВГУЭС от 28.01.2020 [5];
- Изменение в Устав от 13.05.2019 [6];

- Лицензия на осуществление образовательной деятельности с приложениями[7];
- Аккредитация ФГБОУ ВО «ВГУЭС» общее образование от 25.04.2016 [8];
- Аккредитация ФГБОУ ВО «ВГУЭС» профессиональное образование от 12.02.2021 [9];
- План финансово-хозяйственной деятельности от 30.01.2020 [10];
- Нормативной акт о правилах приема обучающихся на бакалавриат, специалитет, магистратура от 22.10.2021 [11];
- Нормативной акт о правилах приема обучающихся в аспирантуру от 29.09.2020г [12];
- Нормативный акт, регламентирующий режим занятий обучающихся от 27.07.2020 [13];
- Нормативный акт, регламентирующий формы, периодичность и порядок текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся от 29.11.2019 [14].
- Нормативный акт, регламентирующий порядок и основания перевода, отчисления и восстановления обучающихся от 12.10.2020 [15].
- Нормативный акт, регламентирующий порядок оформления возникновения, приостановления и прекращения отношений между образовательной организацией и обучающимся и (или) родителями (законными представителями) несовершеннолетних обучающихся от 21.05.2019г
- Правила внутреннего распорядка обучающихся от 30.05.2019
- Программа развития ФГБОУ ВО «ВГУЭС»

1.3. Организационно-правовая форма предприятия и форма собственности

Полное наименование ФГБОУ ВО «ВГУЭС» – ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ЭКОНОМИКИ И СЕРВИСА». В таблице 1 представлены данные об организации.

Таблица 1 – Данные об организации АНО «ТИЦ Приморского края»

Сокращенное наименование	ФГБОУ ВО «ВГУЭС»
Дата регистрации	28.03.1994
ИНН	2536017137
КПП	253601001
ОГРН	1022501308004
ОКПО	03049024

ОКАТО	05401364000
ОКФС	12
ОКОПФ	75103
ОКТМО	05701000001
КЛАДР	250000010000349
ОКОГУ	1322600
Место нахождения	690014, Приморский край, г. Владивосток, ул. Гоголя, д.41

Составлено автором по [15], [16].

Организационно-правовая форма – федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение, форма собственности – государственная.

Согласно данным ЕГРЮЛ, организация ФГБОУ ВО «ВГУЭС» или федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Владивостокский государственный университет экономики и сервиса» – зарегистрирована 28 марта 1994 года по адресу 690014, Приморский край, г. Владивосток, ул. Гоголя, д.41
Налоговый орган – межрайонная инспекция Федеральной налоговой службы №15 по Приморскому краю.

Ниже представлены изменения в ЕГРЮЛ в АНО «ТИЦ Приморского края».

26.02.2021. Изменение сведений о юридическом лице, содержащихся в Едином государственном реестре юридических лиц.

03.09.2020. Изменение сведений о юридическом лице, содержащихся в Едином государственном реестре юридических лиц.

28.07.2020. Внесение сведений о регистрации в ПФ РФ.

21.07.2020. Внесение сведений об учете в налоговом органе.

14.02.2020. Государственная регистрация изменений, внесенных в учредительные документы юридического лица, связанных с внесением изменений в сведения о юридическом лице, содержащиеся в Едином государственном реестре юридических лиц, на основании заявления.

06.06.2019. Представление сведений о выдаче или замене документов, удостоверяющих личность гражданина Российской Федерации на территории Российской Федерации.

05.12.2018. Представление сведений о выдаче или замене документов, удостоверяющих личность гражданина Российской Федерации на территории Российской Федерации.

27.10.2016. Государственная регистрация изменений, внесенных в учредительные документы юридического лица, связанных с внесением изменений в сведения о

юридическом лице, содержащиеся в Едином государственном реестре юридических лиц, на основании заявления.

17.06.2016. Внесение сведений о регистрации в ФСС РФ.

20.08.2014. Внесение сведений о регистрации в ПФ РФ.

Реквизиты юридического лица – ОГРН 1142500001654, ИНН 2536971329, КПП 254001001. Регистрационный номер в ПФР – 035008081972, регистрационный номер в ФСС – 250346493925031. Организационно-правовой формой является «Автономные некоммерческие организации», а формой собственности – «Частная собственность».

Основным видом деятельности организации АНО «ТИЦ ПК» является «Деятельность по предоставлению туристических информационных услуг». Организация также зарегистрирована в таких категориях ОКВЭД как «Деятельность по организации конференций и выставок», «Деятельность информационных агентств», «Деятельность рекламных агентств». Директор — Гуревич Ольга Юрьевна. Сведения об учредителях отсутствуют.

Стоит упомянуть об понятии автономной некоммерческой организации. Автономная некоммерческая организация - признается не имеющая членства некоммерческая организация, созданная в целях предоставления услуг в сфере образования, здравоохранения, культуры, науки, права, физической культуры и спорта и иных сферах, она может быть создана в результате ее учреждения гражданами и (или) юридическими лицами на основе добровольных имущественных взносов [17].

По общероссийскому классификатору видов экономической деятельности (ОКВЭД) АНО «ТИЦ Приморского края» работает в следующих направлениях:

- 79.90.1 Деятельность по предоставлению туристических информационных услуг;
- 63.91 Деятельность информационных агентств;
- 82.30 Деятельность по организации конференций и выставок;
- 73.11 Деятельность рекламных агентств [16].

1.4. Организационно-управленческая структура и взаимодействие подразделений

Кафедра Окружающей среды и Туризма является частью системы структурных подразделений ВГУЭС. ВУЗ имеет форму федерального государственного бюджетного учреждения высшего образования. Бюджетное учреждение осуществляет основную деятельность в соответствии с государственным (муниципальным) заданием, от выполнения которого оно не вправе отказаться и которое финансово обеспечивается

субсидиями из соответствующего бюджета. Бюджетное учреждение вправе выполнять сверх установленного государственного (муниципального) задания работы, оказывать услуги, относящиеся к основным видам его деятельности, гражданам и юридическим лицам за плату и на одинаковых при оказании одних и тех же услуг условиях. Как бюджетные учреждения вузы, в своей хозяйственно-инвестиционной деятельности могут использовать механизмы государственно-частного партнерства: заключать гражданско-правовые договоры, направленные на реализацию партнерских, научно-исследовательских и иных проектов в сфере образования, участвовать в финансировании деятельности образовательного учреждения или получать экономическую поддержку со стороны субъектов частного сектора и др. Вузы, активно создающие инновационный потенциал, могут учреждать хозяйственные общества и вносить в свой устав право использования принадлежащих им результатов инновационной деятельности. ВГУЭС является Федеральным Государственным Бюджетным учреждением высшего образования, которое имеет сложную и разветвленную систему управления основными подразделениями. По каждому структурному подразделению ВУЗа формируется свое положение, регламентирующее работу института и кафедры [3]. В данном документе обозначены основные цели и задачи учебного подразделения, структура и состав, управление и учет ведения документации.

ВУЗ самостоятельно формирует свою структуру, за исключением создания, переименования и ликвидации филиалов. Структурные подразделения не являются юридическими лицами. Правовой статус и функции структурного подразделения ВУЗа определяются соответствующим положением, утверждаемым ректором ВУЗа.

Филиалы ВУЗа являются его обособленными структурными подразделениями, расположенными вне места нахождения ВУЗа. Филиалы ВУЗа создаются, переименовываются и ликвидируются в соответствии с законодательством Российской Федерации. Положение о филиале утверждается ректором ВУЗа.

ВГУЭС имеет три филиала: в Артеме, Уссурийске и Находке, все они подчиняются управлению головного подразделения ВУЗа и действуют на основании его деятельности. Однако являются обособленными структурными подразделениями, имеющими органы собственного, местного самоуправления.

Внутри ВУЗа существуют основные подразделения, по которым сформированы положения, которые регламентируют основные и дополнительные цели и задачи работы институтов ВГУЭС. Данные положения являются документами системы качества, стандартами, определяющими условия создания и функционирования института, основные механизмы и направления его деятельности.

Представительства создаются и ликвидируются ВУЗом по согласованию с Учредителем, органами местного самоуправления по месту нахождения представительства. Представительства ВУЗа являются его обособленными структурными подразделениями, расположенными вне места нахождения ВУЗа, существующими представлением и защиту интересов высшего учебного заведения. Положение структурного подразделения определяет деятельность Международного института туризма и гостеприимства) – основного структурного подразделения университета, осуществляющего учебную, методическую и научно-исследовательскую деятельность по направлениям, закрепленным за ним, воспитательную работу со студентами, подготовку, переподготовку научно-педагогических кадров и повышение их квалификации, а также инновационную деятельность.

1.5. Ознакомление с работой основных категорий работников, их должностными инструкциями

Работа института осуществляется в соответствии с Программой развития института, разработанной с учетом плана развития университета. Программа развития института формируется на 3 года, определяет цели, задачи и приоритетные направления деятельности института, и индикаторы развития по годам.

деятельность института направлена на повышение профессионального уровня

преподавательского корпуса и качества преподавания; обеспечение выпускников

института практическими навыками, адекватными требованиям рынка труда;

преодоления разрыва между традиционным содержанием образования и используемыми образовательными технологиями.

Основными задачами института с учетом стратегических приоритетов университета являются:

1. удовлетворение потребности общества в квалифицированных специалистах с высшим образованием, обладающих профессиональными компетенциями, и научно-педагогических кадрах высшей квалификации с учетом запросов Приморского края и других субъектов Российской Федерации;
2. развитие академической мобильности среди студентов, аспирантов и преподавателей в целях повышения качества обучения;
3. интеграция образовательной и научной (научно-исследовательской) деятельности в целях повышения качества подготовки обучающихся по образовательным программам высшего

образования, использование новых знаний и достижений науки и техники в образовательной деятельности;

4. организация и проведение всех видов научно-исследовательских работ (НИР);
5. фундаментальных, поисковых и прикладных, а также иных научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ, как совокупности работ, направленных на получение новых знаний и их практическое применение при создании нового изделия или технологии, по научным направлениям как кафедр институт, так и сформированных межкафедральных научно-педагогических коллективов института;
6. организация взаимодействия института, различных организаций и профессиональных ассоциаций, построенного на моделях реального бизнеса.

1.6. Основные задачи, виды деятельности (услуг) предприятия

Основными видами деятельности МИТГ являются:

- Ведение учебной, методической работы по всем дисциплинам, закрепленным за кафедрами института приказом ректора, по всем формам обучения на высоком научном и методическом уровне, с использованием современных средств, методов, новых образовательных технологий и практикоориентированного подхода к обучению;
- Формирование общей стратегии обучения по направлениям подготовки (специальностям) на кафедрах института с учетом системного эффекта объединения;
- Организация и контроль работы по проведению лицензирования, государственной и профессионально-общественной аккредитации направлений подготовки на кафедрах, входящих в состав института;
- Реализация дополнительных образовательных программ профессионального образования, в соответствии с имеющейся у университета лицензией;

Образовательные программы являются одной из важнейших частей функционирования кафедры. Кафедра может реализовывать дополнительные образовательные программы в рамках, существующих в университете локальных нормативных актов.

Кафедра принимает участие в системе непрерывного обучения, включая различные формы довузовской подготовки.

Кафедра туризма и экологии при содействии администрации университета постоянно проводит работу по модернизации и укреплению своей материально-технической базы, обновлению учебно-лабораторного оборудования, оснащению кафедры современными персональными компьютерами.

Что же касается более подробной описательной части реализации программ подготовки то, здесь важно учесть направление функционального взаимодействия, отдельных элементов каждой программы.

Кафедра туризма и экологии:

Реализует, помимо основных, дополнительные образовательные программы профессионального образования в соответствии с имеющейся у университета лицензией.

При открытии новых образовательных программ кафедра туризма и экологии готовит необходимые документы, определенные Порядком открытия образовательных программ.

В целях повышения качества образования с учетом новых достижений в науке кафедра имеет право вносить изменения в учебные планы. Порядок внесения устанавливается ежегодным распоряжением «О графике основных работ учебных подразделений ВГУЭС по планированию учебного года по образовательным программам ВО».

Так на базе кафедры Туризма и Экологии реализуются программы Международной школы гостиничного менеджмента, подготовка гидов-переводчиков, экскурсоводов.

- Создание условий для развития профессиональных компетенций научнопедагогических работников, ориентированных на повышение качества преподавания, на непрерывное профессиональное развитие, создает пространство для их карьерного роста, формирует кадровый резерв;
- Способствует получению преподавателями института дополнительных знаний иностранного языка для развития международных связей института как в образовательной, так и в научной деятельности и т.д.

Вся деятельность института МИТГ подразделяется на функциональные группы:

научно-исследовательская, кадровая, образовательная, инновационная и международная работа института как структурного подразделения.

Местом прохождения производственной исследовательской практики является кафедра туризма и экологии, международного института туризма и гостеприимства, ВГУЭС.

На данный момент ВГУЭС входит в 100 лучших ВУЗов России. За годы существования подготовлено 57 000 специалистов и 15 000 студентов обучаются на программах всех уровней образования. Доля всех трудоустроенных выпускников составляет 70 % от общего числа.

Структурное подразделение кафедра туризма и экологии характеризуется собственными данными статистики и технико-экономических показателей.

Общее количество преподавателей, привлеченных к подготовке бакалавров по образовательной программе «Туризм», составляет 44 человека, это соответствует учебным задачам и обеспечивает качество образования. Доля штатных преподавателей с учетом внутреннего совместительства по образовательной программе «Туризм» составляют 78,57 %. Доля лиц, имеющих ученую степень и ученое звание по образовательной программе «Туризм», составляет 74,72 %, доля лиц, имеющих опыт практической деятельности, составляет 11,83 %. Из числа преподавателей, привлеченных к реализации ОПОП, 24 человека имеют почетные звания (Почетный работник науки и техники Российской Федерации, Почетный работник высшего профессионального образования Российской Федерации) и награды федерального (Почетные грамоты Минобрнауки Российской Федерации), регионального и городского уровня. Ежегодно преподавателями кафедры издаются учебники и учебно-методические пособия [2]. Эффективность подготовки выпускников по образовательной программе во многом определяется соответствием базового образования преподавателей содержанию читаемой им дисциплины. Из 44 человек, занимающихся подготовкой бакалавров по программе «Туризм», 88% имеют базовое образование и практический стаж научно-педагогической деятельности в среднем 23 года.

Таблица 1 – Анализ нагрузки ППС кафедры туризма и экологии

Нагрузка	2015- 2016 гг.	2016- 2017гг.	2017- 2018 гг.	2018- 2019 гг.
Нагрузка по кафедре (час.)	16308	13246,4	1294,2	11521,49
Средняя нагрузка преподавателя по кафедре (час.	912	883	862	870
Количество ставок	17	14,25	14,5	1214,75
В том числе	14,75	10,75	11,5	10,9

штатные преподаватели (ставки)				
--------------------------------------	--	--	--	--

Составлено автором по [3]

С каждым годом количество мест по приему студентов на направление подготовки бакалавров «Туризм» меняется. В качестве результатов общеобразовательных вступительных испытаний признаются результаты единого государственного экзамена (ЕГЭ) по предметам «История», «Обществознание» и «Русский язык». Необходимо отметить, что с момента начала реализации подготовки по направлению 43.03.02 «Туризм» 26 проходной балл ежегодно растет. Так, с 189 в 2014 году проходной балл увеличивается и в 2018 году составил 213 баллов, что является свидетельством повышения привлекательности программы.

Активная работа со студентами ведется и в области привлечения контингента к выполнению проектов по заказам предприятий. Для участия в проектах, инициированных институтом, могут привлекаться преподаватели и сотрудники как своего, так и другого института на условиях оплаты в соответствии со сметой проекта [4]. На данный момент кафедра ТЭ активно работает в области реализации и проектирования проектов экологической направленности. На период с 2018-2019 гг. было разработано порядка 8 проектов с экологической направленностью, в том числе для таких ООПТ: «Бикин», «Удэгейская легенда», «Земля леопарда». В рамках активной работы с особо охраняемыми природными территориями актуальность темы исследования становится еще более очевидна и практически значима, а самое главное реализуема на конкретных базах взаимодействия экологического туризма

2 Анализ рынка туристских услуг

2.1. Анализ туристских услуг ФГБОУ ВО «ВГУЭС»

Продвижение туристского продукта — комплекс мер, направленных на его реализацию, включающий рекламу, участие в специализированных выставках, организацию информационных центров, издание каталогов, буклетов и т. Д

Туристский рынок является высококонкурентным рынком, так как за привлечение туристов борьба идет на разных уровнях, в частности, между отдельными странами, регионами, городами, гостиницами, предприятиями обслуживания и туристскими фирмами. В условиях жесткой конкуренции огромное значение приобретает разработка программы продвижения туристского продукта и последовательного осуществления

конкретных мероприятий по ее реализации. В целях увеличения объема продаж, повышения эффективности и прибыльности туристское предприятие должно заниматься формированием спроса на свои услуги и собственно туристский продукт, стимулированием сбыта. Для достижения этих целей используется система маркетинговых коммуникаций, которая включает следующие компоненты:

- стимулирование сбыта;
- связь с общественностью;
- личные продажи;
- реклама.

Связь с общественностью предполагают формирование хороших отношений туристского предприятия с общественностью, формирование положительной репутации и создание определенного имиджа турфирмы. К основным направлениям деятельности предприятий по связям с общественностью можно отнести формирование доброжелательных взаимоотношений и взаимосвязей со средствами массовой информации, с целевыми аудиториями, с органами власти и государственного управления.

Основной целью формирования и поддержания связей с целевой аудиторией является установление взаимопонимания между целевой аудиторией и фирмой. В качестве целевой аудитории могут выступать сотрудники турфирмы, гостиницы, постоянные и потенциальные потребители, маркетинговые посредники (турбюро, экскурсионные бюро), производители транспортных услуг, предприятия питания и т. п.

Ориентированное стратегическое планирование продвижения и реализации: сущность и значение. Процесс стратегического планирования, его этапы. Цели и задачи маркетинга турфирмы. Стратегические цели туристских предприятий. Маркетинговые стратегии туристских предприятий. Возможные стратегии роста. Планы и программы маркетинга.

Анализ сбытовых территорий. Мировой, региональный и национальные рынки туризма. Прогнозы развития. Влияние макросреды: долговременные и конъюнктурные тенденции. Условия привлекательности сбытовой территории. Сегментация туристского спроса. Понятие «рыночного сегмента». Основные направления сегментации. Географические критерии: определение пространственных границ деятельности, влияние на стереотипы поведения. Демографические и социально-экономические критерии. «Возрастные сегменты рынка» и их приоритеты при выборе туруслуг. Мотивационно-

психографические критерии: мотивы (цели путешествий), стили жизни, ценности, типы личности. Поведенческие критерии: предпочтения по видам транспорта, поведенческие стереотипы, интенсивность потребления, степень лояльности. Оценки ВТО: перспективные сегменты. Условия привлекательности рыночного сегмента. Стратегии охвата и выбор целевого туристского рынка. Позиционирование турпродукта на целевом рынке: подходы, стратегии, атрибуты. Текущее планирование маркетинговой деятельности туристского предприятия: основные аспекты и последовательность действий. Планирование основных технико-экономических показателей деятельности турфирмы. Рекомендаций по увеличению товарооборота и повышению эффективности деятельности туристского предприятия.

Маркетинговая информационная система туристского предприятия: сущность, назначение, структура. Внутренняя информация: источники, сбор и систематизация. Информация о клиенте. Внешняя информация: источники, особенности получения и обработки. Внешние источники маркетинговой информации: общие и профильные. Синдикативная информация. Методологические основы маркетинговых исследований: сущность, виды, методы. Процесс маркетингового исследования. Кабинетные и полевые исследования. Цели, направления и объекты исследований в сфере туризма. Исследование маркетинговой среды туристского предприятия: внешняя и внутренняя среда, маркетинговые возможности предприятия. Исследование туристского рынка: оценка конъюнктуры, определение емкости и доли рынка. Исследования конкурентов. Исследования потребителей туристских услуг: мотивы, факторы, процесс принятия решения о покупке, отношения, особенности поведения.

Товарная политика в сфере туризма и гостеприимства. Пять уровней развития турпродукта. Процесс создания нового турпродукта. Понятие «тура». Тур как основной турпродукт и его компоненты. Выбор и разработка маршрутов. Основные характеристики маршрута. Посещаемые пункты, средства передвижения, продолжительность. Основные требования к составлению маршрута. Формирование пакета услуг. Базовые модели комплексного обслуживания: полная и сокращенные. Понятие «туродень». Тенденции в изменении структуры пэкидж-туров и факторы, их обуславливающие. Основные направления стандартизации турпродукта. Формы обслуживания: индивидуальные и групповые туры. Виды туризма (цели путешествий) и практика обслуживания.

Классы обслуживания. Категория средств размещения как основа классификации комплексного обслуживания: методика ВТО, системы «корон», «литер», «9 категорий»,

«пяти звезд». Детерминанты качества обслуживания. Набор услуг. Пакет ресторанных услуг как основа классификации. Основные категории обслуживания: пансион, полупансион, «ночлег и завтрак», «только ночлег». Реализация дополнительных услуг: условия и перспективы. Методика формирования туров. Формирование туров по заявкам: каталожные (advertized tour) и заказные (tailored tour) туры. Альтернативные предложения. Самостоятельное формирование туров: краткосрочные туры, «фикстуры», «блок-туры». Информационное сопровождение как элемент продуктовой политики. Система информационного обслуживания клиентов: назначение, информация и носители. Анализ годового распределения потоков международных туристов. Подходы к сезонной адаптации турпродукта. Туристский бизнес и туристская индустрия. Формирование туристских потребностей. Производство туристских услуг. Формирование и реализация туристского продукта. Потребление туристского продукта. Роль туристской отрасли в национальной экономике. Экономические функции туризма. Доходная функция, эффект «мультипликатора». Экспортно-импортная функция: активный и пассивный туризм, туристский баланс, отрицательное и положительное сальдо. Обеспечение занятости населения: прямой и косвенный эффект. Содействие развитию экономической инфраструктуры. Выравнивание регионального развития. Основные показатели экономического эффекта от туристской индустрии. Система экономических показателей развития туризма.

Основные категории и виды туризма: внутренний и въездной туризм, туризм в пределах страны, национальный, международный. Международная классификация видов и форм туризма: цели путешествий, степень организованности, способ передвижения на маршруте, состав участников, продолжительность пребывания.

Взаимосвязи туризма в социально-экономической системе. Факторы роста активного и пассивного туризма, туристской отрасли в целом. Туристские ресурсы. Рекреационные факторы. Государственное регулирование развития туризма: функции, методы, средства, органы. Законодательная база туристского бизнеса. Международные и национальные правовые акты. Правительственные программы поддержки туризма в России и за рубежом. Международное сотрудничество в области туризма. Международные и национальные туристские организации и их роль в управлении маркетингом туристских услуг. Организации системы ООН, неправительственные, международные коммерческие, национальные и региональные организации. ВТО. Российские туристские организации: АСТУР, «ЕвроАзия», НТА, ПАТА, АСМАП.

Основные каналы распределения турпродукта и их характеристики: электронная коммерция, организация собственной сбытовой сети, привлечение независимых партнеров, использование нетрадиционных каналов. Нетрадиционные структуры сбыта: участники и преимущества. Функции каналов сбыта. Критерии оценки каналов сбыта. Интеграция каналов. Оптовые и розничные посредники при сбыте турпродукта. Агентское соглашение как форма сотрудничества между туроператором и турагентами. Основные условия соглашения. Функции туроператоров как посредников. Взаимоотношения с партнерами. Сделка как юридическая основа сотрудничества. Процесс заключения сделки. Получение предложения. Рассмотрение и согласование условий (существенных и обычных). Правовые формы сделок. Основные решения при формировании системы распределения. Внутренняя и внешняя сбытовая сеть. Изучение возможных партнеров. Объективные и субъективные источники информации. Правоспособность, кредитоспособность, дееспособность и функциональные характеристики как критерии выбора партнера. Специализация и территориальное размещение. Способы поддержки и стимулирования деятельности партнеров по сбыту. Специфика маркетинговой коммуникации на туристском рынке: цели, направления, способы продвижения. Планирование маркетинговой коммуникации на предприятии индустрии туризма. Интегрированные маркетинговые коммуникации.

Распределение и координация усилий по продвижению в туризме между уровнями управления. Функции государственных органов, общественных организаций и предпринимательских структур. Организация продвижения турпродукта на зарубежных рынках: опыт разных стран. Вертикальное и горизонтальное совместное продвижение. Организация рекламы турпродукта. Цели, детерминанты. Формирование рекламного бюджета и финансирование затрат. Общие закономерности распределения рекламного бюджета по функциям, территориям и рынкам, видам услуг, периодам продажи туров. Адаптация рекламной активности к сезонности спроса. Типичные средства рекламы турпродукта: характеристики, ситуации использования. Стимулирование продаж туристских и гостиничных услуг: задачи, объекты. Способы стимулирования потенциальных клиентов. Способы стимулирования розничных агентств. Управление стимулированием продаж.

Связи с общественностью в туристском бизнесе: цели и задачи, основные средства и мероприятия. Решения в области PR. Использование инструментов прямого маркетинга в туризме: цели, средства. Планирование прямого маркетинга. Формирование имиджа и фирменного стиля туристского предприятия: цели, элементы и носители. Необходимость

организации и контроля исполнения туристских услуг. Основные этапы работы. Выбор российских поставщиков туруслуг: источники получения информации, критерии выбора.

Кодекс отношений между гостиницами и турагенствами в международном туризме (принят всемирной федерацией ассоциаций турагенств (УФТАА) и международной гостиничной ассоциацией (МГА). Варианты договоров на гостиничные услуги.

Установление порядка получения информации от партнеров по сбыту: объемы информации, сроки передачи. Передача информации поставщикам услуг. Подготовка диспетчерской и туристской программ. Подготовка гидов, переводчиков: требования к квалификации. Проверка готовности поставщиков услуг к приему туристов. Способы контроля над соблюдением поставщиками условий обслуживания. Формы компенсации причиненного туристам ущерба.

Организация сопровождения туристов. Внесение изменений в программу и маршрут. Оценка степени удовлетворенности клиентов: методы, цели, рекомендации.

Самостоятельная работа студентов (СРС) — это учебная и научная работа, которую они совершают без непосредственной помощи и указаний преподавателя, руководствуясь сформировавшимися ранее представлениями о порядке и правильности выполнения работ. Цель СРС в процессе обучения заключается как в усвоении знаний, так и в формировании умений и навыков по их использованию на новом учебном материале.

Формы организации самостоятельной работы студентов в рамках дисциплины:

- **сравнительный анализ нескольких авторских точек зрения по исследуемому вопросу с целью выполнения предусмотренных дисциплиной практических заданий;**
- **аналитический обзор по заданной преподавателем тематике или теме, выбранной студентом самостоятельно;**
- **составление кейсов и/или презентаций по одной из тем в рамках дисциплины;**
- **рецензирование и оппонирование студентами научных и лабораторных (практических) работ друг друга.**

2.2. Методы продвижения и реализации турпродукта

У ФГБОУ ВО «ВГУЭС» нет так называемых турпродуктов. Ввиду вида деятельности туристско-информационный центр не вправе иметь свой уникальный турпродукт. Предприятие ведет активное сотрудничество с ресторанами, гостиницами и турфирмами как Владивостока, так и Приморского края. Ниже представлена Таблица 2 с основными информационными методами продвижения ТИЦ Приморского края.

Таблица 2 – Основные информационные методы продвижения

Название метода	Описание метода
Таргетированная реклама	Данный метод применяется для популяризации событийных мероприятий
Instagram	В официальном аккаунте в Instagram освещаются новости в области туризма, работы вуза и вузовских мероприятий во Владивостоке и Приморском крае
TikTok	В официальном аккаунте в TikTok содержит видео-контент, связанный с туризмом и работой вуза

Составлено автором

Следовательно, основными методами продвижения ФГБОУ ВО «ВГУЭС» выступают такие соцсети, как Instagram, TikTok. В том числе немало эффективными методами являются таргетированная реклама.

Заключение

Технологическая производственная практика ФГБОУ ВО «ВГУЭС» является одним из основных критериев подготовленности студента к выполнению нормативных работ, предусмотренных данной профессией. За время прохождения технологической производственной практике происходит развитие у студента общекультурных и профессиональных компетенций, направленных на закрепление и углубление теоретической подготовки, приобретение практических навыков работы в основных функциональных подразделениях предприятия индустрии туризма.

В период прохождения практики в ФГБОУ ВО «ВГУЭС» были получены ответы на интересующие вопросы: рассмотрены документы, регламентирующие внутреннюю работу, изучена организационная структура взаимодействия подразделений, основные обязанности сотрудников, рассмотрены цели и задачи, виды деятельности учреждения. В том числе были изучены основные услуги предприятия, выявлены информационные и коммуникативные технологии.

В ходе прохождения учебной практики в ФГБОУ ВО «ВГУЭС» были реализованы следующие задачи:

1. ознакомление с учредительными документами и нормативными материалами, регламентирующими деятельность предприятий и организаций туризма;
2. изучение особенностей и основных направлений деятельности предприятия (организации);
3. изучение организационной структуры и взаимодействие подразделений;
4. ознакомление с работой основных категорий работников туристских предприятий и получение начальных навыков и представлений об их работе, включая изучение их должностных инструкций;
5. закрепление и углубление полученных студентом в университете теоретических знаний по дисциплинам;
6. выполнение практических заданий руководителя практики от предприятия (организации);
7. получение навыков взаимодействия со специалистами предприятия (организации), работы в малой группе;

8. сбор информации о деятельности предприятия (организации);
9. приобретение навыков самостоятельной работы, связанной с обработкой полученных данных и информации о деятельности предприятия (организации).
10. провести анализ рынков туристских услуг;

Благодаря разнообразным вариантам прохождения практики и сочетанию различных видов деятельности, происходит симуляция будущей профессии и создание вариантов выбора специализации студента, после прохождения практики.

Прохождение данной практики позволяет студенту лучше понять роль профессии, получить практические навыки работы и осуществления поиска, сбора, обработки информации для написания выпускной квалификационной работы. Практика способствует профессиональному определению студента в образовательной среде будущей профессии.

Подобная практика дает возможность лучше понимать механизмы управления, учиться у других сотрудников, вникнуть в часть их трудовых обязанностей и поручений, наладить контакты и почерпнуть для себя определенный жизненный опыт.

Список использованных источников

- 1 Туристско-информационный центр Приморского края. – Текст: электронный. // Реестр туристско-информационных центров Российской Федерации [сайт]. URL: <https://www.nbcrs.org/tic/info/89> (дата обращения: 16.02.2022).
- 2 Устав АНО «ТИЦ ПК» от 05.10.2016.
- 3 Протокол заседания Наблюдательного Совета автономной некоммерческой организации «Туристско-информационный центр Приморского края» от 20.06.2014 №1.
- 4 Создание автономной некоммерческой организации «Туристско-информационный центр Приморского края»: утв. постановлением от 30.12.2013 №466-ра.
- 5 Свидетельство о государственной регистрации некоммерческой организации «Туристско-информационный центр Приморского края» от 04.08.2014.
- 6 Должностная инструкция директора АНО «ТИЦ ПК» от 01.10.2014.
- 7 Должностная инструкция заместителя директора АНО «ТИЦ ПК» от 01.10.2014.
- 8 Должностная инструкция бухгалтера АНО «ТИЦ ПК» от 01.10.2014.
- 9 Должностная инструкция ведущего специалиста АНО «ТИЦ ПК» от 01.02.2021.
- 10 Должностная инструкция специалиста АНО «ТИЦ ПК» от 01.02.2021.
- 11 Об основах туристской деятельности в Российской Федерации: Федеральный закон от 24.11.1996 N 132-ФЗ (ред. от 02.07.2021) // СПС «Гарант». – URL: <https://base.garant.ru/136248/> (дата обращения: 16.02.2022).
- 12 О защите прав потребителей: закон от 7 февраля 1992 г. N 2300-I (ред. от 11.06.2021) // СПС «Гарант». – URL: <https://base.garant.ru/10106035/> (дата обращения: 16.02.2022).
- 13 ГОСТ Р 56197-2014 Туристский информационный центр. Туристская информация и услуги приема. Требования. Дата введения 01.09.2015 // Электронный фонд правовых и нормативно-технических документов. – URL: <https://docs.cntd.ru/document/1200114181> (дата обращения: 16.02.2022).
- 14 Государственная программа Приморского края «Развитие туризма в Приморском крае на 2020-2027 годы»: утв. постановлением от 25 декабря 2019 года N 903-па (последняя редакция от 30.11.2021 N 763-пп) // Электронный фонд правовых и нормативно-технических документов. – URL: <https://docs.cntd.ru/document/561690497> (дата обращения: 16.02.2022).
- 15 Контрагент АНО «ТИЦ ПК» – Текст: электронный. // Audit-it.ru [сайт]. URL: https://www.audit-it.ru/contragent/1142500001654_ano-tits-pk (дата обращения: 19.02.2022);

16 Автономная некоммерческая организация «Туристско-информационный центр Приморского края» – Текст: электронный. // Чекко [сайт]. URL: <https://checko.ru/company/ano-tic-pk-1142500001654> (дата обращения: 19.02.2022).

17 Автономная некоммерческая организация – Текст: электронный. // Всё для НКО [сайт]. URL: https://reg-nko.ru/sub/Chto_takoe_ANO (дата обращения: 19.02.2022).

18 Лымаренко В.М. Линейно-функциональные структуры управления в России. – Текст: электронный. / В.М. Лымаренко // Статья доцента межрегионального института экономики и права. – 2016. – URL: https://www.miep.edu.ru/upload/science/lineynofunkcionalnie_stryktyri_upravleniya_limarenko.pdf (дата обращения: 19.02.2022).

19 Подведомственные учреждения агентства – Текст: электронный. // Правительство Приморского края [сайт]. URL: <https://primorsky.ru/authorities/executive-agencies/departments/tourism-pk/podvedomstvennye-uchrezhdeniya-departamenta-turizma> (дата обращения: 21.02.2022).

20 Общие положения о деятельности туристских информационных центров. – Текст: электронный. // Некоммерческое партнерство НАИТО [сайт]. URL: <https://naito-russia.ru/razrabotka-edinyh-standartov-i-metodicheskikh-rekomendacij-dlya-turistskih-informacionnyh-centrov-v-subektah-rossijskoj-federacii/obshhie-polozheniya-o-deyatelnosti-turistskih-informacionnyh-centrov.html> (дата обращения: 21.02.2022).

21 Требования и рекомендации по ассортименту услуг, предоставляемых туристскими информационными центрами. – Текст: электронный. // Некоммерческое партнерство НАИТО [сайт]. URL: <https://naito-russia.ru/razrabotka-edinyh-standartov-i-metodicheskikh-rekomendacij-dlya-turistskih-informacionnyh-centrov-v-subektah-rossijskoj-federacii/trebovaniya-i-rekomendacii-po-assortimentu-uslug-predostavlyaemyh-turistskimi-informacionnymi-centrami.html> (дата обращения: 24.02.2022).

22 Методические рекомендации Министерства культуры. – Текст: электронный. // Некоммерческое партнерство НАИТО [сайт]. URL: <https://naito-russia.ru/for-tic/> (дата обращения: 24.02.2022).