

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»
(СПбГУПТД)

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор, проректор по
УР

_____ А.Е.Рудин

«29» июня 2021 года

Программа государственного экзамена

Б3.01(Г)

Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена

Учебный план: ФГОС3++_2021-2022_43.03.02_ИБК_ОО_Тех и орг туропер и турагент услуг №1-1-14.plx

Кафедра: **51** Туристского бизнеса

Направление подготовки:
(специальность) 43.03.02 Туризм

Профиль подготовки: Технология и организация туроператорских и турагентских услуг
(специализация)

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: очная

План учебного процесса

| Семестр | | Сам. работа | Контроль, час. | Трудоёмкость, ЗЕТ |
|---------|----|-------------|----------------|----------------------|
| 8 | УП | 99 | 9 | 3 |
| Итого | УП | 99 | 9 | 3 |

Санкт-Петербург
2021

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 43.03.02 Туризм, утверждённым приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 г. № 516

Составитель (и):

кандидат экономических наук, Доцент

Бабанчикова
Анатолевна

Ольга

От выпускающей кафедры:
Заведующий кафедрой

Бабанчикова Ольга
Анатолевна

Методический отдел: Макаренко С.В.

1 ВВЕДЕНИЕ К ПРОГРАММЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО ЭКЗАМЕНА

1.1 Цель государственного экзамена: Определить соответствие результатов освоения образовательной программы (компетенций) выпускников требованиям федерального государственного образовательного стандарта высшего образования и подтвердить их способность и готовность использовать знания, умения и (или) практический опыт в профессиональной деятельности.

1.2 Задачи государственного экзамена:

- Проверить общетеоретическую подготовку выпускников;
- Оценить владение выпускников профессиональной терминологией в рамках содержания ООП и в соответствии с требованиями ФГОС ВО;
- Выявить умение выпускников использовать теоретическую подготовку для решения профессиональных задач на уровне требований ФГОС ВО;

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ И ИНДИКАТОРЫ ДОСТИЖЕНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

| |
|---|
| УК-3: Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде |
| Знает: – правила и нормы социального взаимодействия; основные понятия и методы конфликтологии, технологии межличностной и групповой коммуникации. |
| Умеет: – устанавливать и поддерживать контакты, обеспечивающие успешную работу в коллективе; применять методы социального взаимодействия для реализации своей роли и коммуникаций внутри команды. |
| Владеет: – методами и приемами социального взаимодействия и работы в команде. |
| УК-4: Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) |
| Знает: – принципы построения устного и письменного сообщения на русском и иностранном языках; правила и особенности деловой устной и письменной коммуникации. |
| Умеет: – осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах, методы и навыки делового общения на русском и иностранном языках. |
| Владеет: – навыками чтения и перевода текстов на иностранном языке в деловом общении; навыками деловых коммуникаций в устной и письменной форме на русском и иностранном языках. |
| УК-6: Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни |
| Знает: – приемы эффективного управления собственным временем; методики саморазвития на основе принципов образования на протяжении всей жизни; основные методики анализа экономической эффективности вложений в самообразование и саморазвитие. |
| Умеет: – эффективно планировать и контролировать собственное время; использовать методы саморазвития и самообучения; анализировать экономический эффект от вложений в саморазвитие; выстраивать траекторию самообразования на основе принципов образования в течение всей жизни. |
| Владеет: – методами управления собственным временем; технологиями приобретения, использования и обновления социокультурных и профессиональных знаний, умений и навыков; методиками саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни. |
| УК-10: Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению |
| Знает: – основы законодательства о противодействии коррупции; основные проявления коррупционного поведения и возможные варианты его предупреждения; негативные последствия коррупционного поведения; - основные мероприятия противодействия коррупции |
| Умеет: – выявлять признаки коррупционного поведения; - оценивать возможные коррупционные риски; - не допускать коррупционного поведения |
| Владеет: – навыками выявления коррупционного поведения; - навыками применения предусмотренных законом мер по пресечению коррупционного поведения |
| ОПК-1: Способен применять технологические новации и современное программное обеспечение в туристской сфере |
| Знает: – основные направления развития технологических новаций в туристской сфере. |
| Умеет: – осуществлять поиск, анализ, отбор технологических новаций и современных программных продуктов в профессиональной туристской деятельности. |
| Владеет: – опытом использования технологических новаций и специализированных программных продуктов в сфере туризма. |

| | |
|--|---|
| ОПК-2: Способен осуществлять основные функции управления туристской деятельностью | |
| Знает: | – цели и задачи управления структурными подразделениями объектов туристской сферы. |
| Умеет: | – использовать основные методы и приемы планирования, организации, мотивации и координации деятельности структурных подразделений и отдельных сотрудников объектов туристской сферы. |
| Владеет: | – навыками осуществления контроля деятельности структурных подразделений объектов туристской сферы. |
| ОПК-4: Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта | |
| Знает: | – основные методы исследования туристского рынка и продвижения туристского продукта. |
| Умеет: | – осуществлять маркетинговые исследования туристского рынка, потребителей, конкурентов, в т.ч. с целью обоснования и разработки системы новых экскурсионных маршрутов. |
| Владеет: | – навыками формирования каналов сбыта туристских продуктов и услуг, а также их продвижения, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет. |
| ОПК-6: Способен применять законодательство Российской Федерации, а также нормы международного права при осуществлении профессиональной деятельности | |
| Знает: | – методы поиска и обоснованного применения необходимой нормативно-правовой документации для деятельности в избранной профессиональной области; |
| Умеет: | – учитывать в своей деятельности и соблюдать законодательство Российской Федерации о предоставлении туристских услуг. |
| Владеет: | – навыками обеспечения документооборота в соответствии с нормативными требованиями. |
| ОПК-7: Способен обеспечивать безопасность обслуживания потребителей и соблюдение требований заинтересованных сторон на основании выполнения норм и правил охраны труда и техники безопасности | |
| Знает: | – требования безопасности, предъявляемые к организации обслуживания потребителей. |
| Умеет: | – обеспечивать безопасность обслуживания потребителей туристских услуг. |
| Владеет: | – навыками соблюдения требований охраны труда и техники безопасности в подразделениях предприятий избранной сферы деятельности. |
| ПК-2: Способен принимать управленческие решения в сфере организации туроператорской и турагентской деятельности, организовывать работу исполнителей | |
| Знает: | – Специфику организации туризма в различных регионах мира и России; - Условия обеспечения эффективного взаимодействия с потребителем, контрагентами, органами государственной законодательной и исполнительной власти. |
| Умеет: | – Осуществлять подбор персонала туристского предприятия в соответствии с профессиональными задачами деятельности |
| Владеет: | – навыками руководства трудовым коллективом, хозяйственными и финансово-экономическими процессами туристской организации |
| ПК-4: Способен формировать, продвигать и реализовывать туристский продукт | |
| Знает: | – законы и иные нормативные правовые акты Российской Федерации, регулирующие деятельность в сфере туризма; - приоритетные направления развития туризма в РФ; основные концепции и организацию туристской индустрии; конъюнктуру рынка туристских продуктов; - терминологию и - аббревиатуры, принятые в туристской индустрии; |
| Умеет: | - Проводить анализ конъюнктуры и тенденций развития рынка туристских продуктов и туристских услуг; - Проводить сравнительный анализ и маркетинг существующих предложений туроператоров; - Составлять и анализировать базы данных по туристским продуктам и их характеристикам; - Разрабатывать концепцию и программу туристского продукта. |
| Владеет: | - Навыками поиска, сбора и анализа информации по туризму, географии, истории, архитектуре, религии, достопримечательностям стран и др.; - Навыками организации бронирования проживания, трансфера, визового и страхового обслуживания |

3 ПОДГОТОВКА К СДАЧЕ И СДАЧА ГОСУДАРСТВЕННОГО ЭКЗАМЕНА

3.1 Форма проведения государственного экзамена

Устная

Письменная

3.2 Дисциплины образовательной программы, которые имеют определяющее значение для профессиональной деятельности выпускников и включены в государственный экзамен

| № п/п | Наименование дисциплины |
|-------|--|
| 1 | Правоведение |
| 2 | Деловой туризм и организация международных мероприятий |
| 3 | Организация производственных процессов на предприятиях туризма |
| 4 | Организация транспортного обслуживания в туризме |
| 5 | Межкультурные коммуникации и деловой этикет |
| 6 | Право и стандарты в индустрии туризма и гостиничного бизнеса |
| 7 | История туризма и гостеприимства |
| 8 | Основы безопасности в туризме |
| 9 | Специальные виды туризма |
| 10 | Туристско-рекреационное проектирование |
| 11 | Технологии туроперейтинга |
| 12 | Психология управления |
| 13 | Социология |

3.3 Система и критерии оценивания сдачи государственного экзамена

| Шкала оценивания | Критерии оценивания сформированности компетенций |
|-----------------------|--|
| 5 (отлично) | <ul style="list-style-type: none"> глубокие исчерпывающие знания всего программного материала, понимание сущности и взаимосвязи рассматриваемых процессов и явлений, твердое знание основных положений смежных дисциплин; всесторонне и полностью раскрыто содержание вопроса с использованием нормативно-правовых актов, специальной литературы; ответ проиллюстрирован примерами, цифровыми данными, схемами, графиками, формулами, подтверждающими и углубляющими его содержание; теоретические положения увязаны с практикой; дан анализ дискуссий по данному вопросу (при необходимости); продемонстрировано знание современных проблем в сфере туризма, имеется собственная аргументированная позиция по данному вопросу; продемонстрировано понимание мировых тенденций в области происходящих в сфере туризма процессов; даны правильные полные ответы на дополнительные вопросы; обучающийся свободно выражает свои мысли, владеет профессиональным языком, умеет вести научную дискуссию. Ответ конкретен, логичен, последователен. |
| 4 (хорошо) | <ul style="list-style-type: none"> твердые и достаточно полные знания всего программного материала, правильное понимание сущности и взаимосвязи рассматриваемых процессов и явлений; правильно раскрыто содержание вопроса с использованием нормативно-правовых актов; ответ проиллюстрирован примерами, формулами, расчетами, схемами, графиками (по необходимости), углубляющими содержание ответа; продемонстрировано знание современных проблем в сфере туризма; допущены некоторые неточности при ответе на дополнительные вопросы; обучающийся умеет выражать свои мысли, владеет профессиональным языком, но не всегда четок, логичен и последователен. |
| 3 (удовлетворительно) | <ul style="list-style-type: none"> обучающийся показывает знания основного учебного материала в минимальном объеме; получен в основном правильный, но недостаточно полный ответ на поставленный вопрос; студент знает нормативно-правовые акты по заданному вопросу; выявлено недостаточное умение увязать теоретические знания с практикой, слабые знания современных проблем в сфере туризма; имеются затруднения в ответе на дополнительные вопросы, несущественные |

| | |
|-------------------------|--|
| | ошибки. |
| 2 (неудовлетворительно) | <ul style="list-style-type: none"> • обучающийся обнаруживает пробелы в знаниях основного учебно-го материала, • ответ поверхностный, выявлено незнание ключевых вопросов, слабое знание нормативных документов, незнание современных проблем в сфере туризма; • поверхностный ответ или отсутствие ответа на дополнительные вопросы, существенные ошибки; • попытка списывания. |

3.4 Содержание государственного экзамена

3.4.1 Перечень вопросов, выносимых на государственный экзамен

| № п/п | Формулировки вопросов |
|-------|--|
| 1 | Технология обслуживания клиентов в туристской фирме. |
| 2 | Технология обслуживания клиентов на предприятиях питания. |
| 3 | Системы бронирования: характеристика существующих программ, их достоинства и недостатки. |
| 4 | Понятие сертификации и ее роль в обеспечении качества услуг в сфере туризма и гостиничного бизнеса. |
| 5 | Международная организация по стандартизации (ИСО): структура, функции, область деятельности. |
| 6 | Государственная системы стандартизации (ГСС): основные положения, назначение, сфера применения. |
| 7 | Нормативно-правовые акты РФ, обеспечивающие защиту прав потребителя. |
| 8 | Состояние и тенденции развития гостиничной индустрии в России. |
| 9 | Сущность, специфика и функции рекламы и PR в туристской индустрии. |
| 10 | Основные средства маркетинговых коммуникаций в туристской индустрии. Интегрированные маркетинговые коммуникации: определение, преимущества, специфика применения. |
| 11 | Проблемы и основные направления исследований при подготовке рекламных и PR кампаний в туризме. |
| 12 | Средства распространения туристской рекламы: характеристика, преимущества и недостатки. |
| 13 | Основные этапы планирования и организации рекламной кампании предприятий сферы туризма и гостиничного бизнеса. |
| 14 | Фирменный стиль предприятий туристского и гостиничного бизнеса: понятие, цели формирования и основные элементы. |
| 15 | Концепция уникального торгового предложения и его роль в туристской рекламе |
| 16 | Сущность, функции и виды современного туризма. |
| 17 | Туроператорские компании как ведущий субъект туристского бизнеса: понятие, функции, правовое регулирование деятельности. |
| 18 | Турагентские компании: понятие, функции, формы взаимодействия с туроператорами. |
| 19 | Международные туристские организации: их роль и значение в развитии мирового туризма. |
| 20 | Туристские ресурсы региона как основа развития туризма: понятие и основные группы. |
| 21 | ФЗ РФ «Об основах туристской деятельности в РФ» как основной инструмент государственного регулирования туристской сферы: структура, содержание, существенные поправки. |
| 22 | Понятие и характеристика основных элементов туристской индустрии. |
| 23 | Понятие туристского продукта и этапы его формирования. |
| 24 | Состояние, проблемы и перспективы развития туристской отрасли в РФ. |
| 25 | Основные механизмы обеспечения безопасности туристской деятельности. |
| 26 | Использование компьютерно-сетевых технологий в деятельности предприятия сферы туризма и гостиничного бизнеса. |
| 27 | Информационные и рекламные веб-сайты предприятий туристской индустрии в Интернете: характеристика, функции, тенденции развития. |

| | |
|----|--|
| 28 | Сущность, специфика и функциональное назначение маркетинга в сфере туризма. |
| 29 | Содержание, задачи и основные направления маркетинговых исследований рынка туристских и гостиничных услуг. |
| 30 | Формирование маркетинговой ценовой стратегии туристского предприятия. |
| 31 | Сущность, специфика и целевые аудитории маркетинговых коммуникаций туристского предприятия. |
| 32 | Понятие и специфика маркетинговой продуктовой стратегии туристского предприятия. |
| 33 | Понятие и специфика маркетинговой сбытовой стратегии туристского предприятия. |
| 34 | Организация и деятельность маркетинговой службы туристского предприятия. |
| 35 | Менеджмент в туризме: понятие, функции и задачи управления. |
| 36 | Стратегическое и текущее планирование в туризме. |
| 37 | Современные методы и технологии принятия решений в туристском бизнесе. |
| 38 | Оценка внешней и внутренней среды организации. Методы оценки стратегического состояния организации (SWOT-анализ, PEST- анализ и др.) |
| 39 | Сущность коммуникации как процесса обмена информацией, коммуникационные сети и стили в управлении организацией. |
| 40 | Управление персоналом как функция менеджмента и целостная система. Особенности управления персоналом на туристском предприятии. |
| 41 | Мотивация и стимулирование персонала в сфере туризма: современные подходы. |
| 42 | Сущность инноваций и их классификация. Нововведения как объект инновационного управления. |
| 43 | Средства делового общения. Характеристика невербальных средств делового общения. |
| 44 | Понятие конфликта, его сущность, структура, основные фазы и этапы. Формы делового общения. Деловая беседа как основная форма делового общения. |
| 45 | Деловая переписка. Виды и способы оформления деловых писем. |
| 46 | Понятие спора. Факторы, влияющие на характер спора. |
| 47 | Процесс убеждения в деловом взаимодействии. Техники убеждающего воздействия. |
| 48 | Национальные особенности делового этикета и их влияние на деловые отношения. |
| 49 | Туристско-рекреационное проектирование в системе разработки и реализации региональной туристской политики. |
| 50 | Понятия туристско-рекреационная система, туристский комплекс, туристский центр, туристско-рекреационная зона, туристский регион. Современные научные подходы к развитию туристско-рекреационных территорий. |

3.4.2 Варианты типовых контрольных заданий, выносимых на государственный экзамен

1. Проанализируйте франчайзинговые условия крупнейших туроператоров для агентств (представленные в раздаточном материале). В виде таблицы представьте результаты сравнения требований туроператоров относительно выбора и оформления офиса, квали-фикации и тестирования сотрудников, размера роялти и паушального взноса, комиссионно-го вознаграждения, ограничений продажи туров других туроператоров, плана продаж и др.

Какой из вариантов вам кажется оптимальным для начинающего турагенства?

2. Рассчитайте себестоимость путёвки.

Исходные данные: Семья из 3-х человек (2 взрослых + ребёнок 3 года) приобретает путёвку на 14 дней на первые 7 дней – с 3-х разовым питанием, а на следующие дни – 2-х разовым на курорт Краснодарского края.

Стоимость проживания на 1 взрослого – 1200 руб. в сутки.

Стоимость проживания ребёнка 30% от стоимости взрослого места.

Питание: взрослый – 700руб. – 2-х разовое, 1000руб. 3-х разовое.

Ребёнок – 150руб. – 2-х разовое, 250 руб. 3-х разовое.

Чем отличается цена от себестоимости? Как рассчитывается цена тура и от чего зависит процент прибыли, который закладывает туроператор?

3. Проведите анализ показателей выездного и въездного потоков российского туризма. Сравните самые актуальные показатели с данными предыдущих лет. Составьте перечень конкретных событий, которые повлияли на изменение ситуации.

При подготовке можно использовать раздаточный материал: статистические данные, туристские каталоги, журналы.

4. В Федеральной целевой программе «Развитие въездного и внутреннего туризма в РФ» в качестве приоритетного сценария развития туристской инфраструктуры провозглашен следующий: развитие ограниченного числа субъектов Российской Федерации, наиболее перспективных с точки зрения развития внутреннего и въездного туризма, с использованием кластерного подхода.

Дайте развернутое определение туристского кластера. В виде схемы изобразите структуру туристского кластера, приведите примеры реализуемых в настоящее время проектов.

5. Изучите предложенный формуляр договора о реализации туристского продукта, найдите в нем несколько нарушений законодательства РФ. Объясните какие конкретно положения нормативных актов нарушены.

6. 1 взрослый + ребенок от 2-6 лет

Б. 2 взрослых + 2 детей: первый ребенок 2-6 лет, второй ребенок 6-12 лет

• Расшифруйте аббревиатуры, обозначающие тип размещения и питания, входящие в туристский продукт:

A. SGL+CHLD

Б. TWIN

В. QDPL

Г. DBL

Д. HB

Е. FB+

Ж. UAL

З. RO

И. BB

4 ОСОБЕННОСТИ ПРОВЕДЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО ЭКЗАМЕНА

4.1 Особенности проведения государственного экзамена для лиц с ограниченными возможностями здоровья

Особенности проведения государственной аттестации для лиц с ограниченными возможностями здоровья регламентируются разделом 7 локального нормативного акта СПбГУПТД «Положение о государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования».

4.2 Порядок подачи и рассмотрения апелляций

Процедура апелляции по результатам государственных аттестационных испытаний регламентируется разделом 8 локального нормативного акта СПбГУПТД «Положение о государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования».

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО ЭКЗАМЕНА

5.1 Учебная литература

| Автор | Заглавие | Издательство | Год издания | Ссылка |
|---|---|---|-------------|---|
| 6.1.1 Основная учебная литература | | | | |
| Воскресенский, В. Ю. | Международный туризм | Москва: ЮНИТИ-ДАНА | 2017 | http://www.iprbookshop.ru/71022.html |
| Амирова, З. Б. | Инфраструктура туризма и гостеприимства | Москва: Московская государственная академия водного транспорта | 2014 | http://www.iprbookshop.ru/46463.html |
| Долженко, Г. П., Ивлиева, О. В. | Туризмоведение | Ростов-на-Дону: Издательство Южного федерального университета | 2014 | http://www.iprbookshop.ru/47160.html |
| Найджел, Морган, Аннет, Причард, Егоров, В. Н., Ерёмин, Б. Л. | Реклама в туризме и отдыхе | Москва: ЮНИТИ-ДАНА | 2017 | http://www.iprbookshop.ru/71244.html |
| Шпырня, О. В. | Маркетинг в индустрии туризма и гостеприимства | Краснодар, Саратов: Южный институт менеджмента, Ай Пи Эр Медиа | 2018 | http://www.iprbookshop.ru/78034.html |
| Черевичко, Т. В. | Экономика туризма | Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа | 2018 | http://www.iprbookshop.ru/75188.html |
| Арифиллин, М. В., Путрик, Ю. С., Ефимова, Г. Н., Караневский, П. И., Макушева, О. Н., Потапова, С. А., Троицкая, Н. Г., Арифиллин, М. В., Путрик, Ю. С. | Глоссарий профессиональных терминов по тематике туризма, гостиничного хозяйства и общественного питания | Москва: Московский гуманитарный университет | 2017 | http://www.iprbookshop.ru/74716.html |
| 6.1.2 Дополнительная учебная литература | | | | |
| Бабанчикова О. А. | Итоговый государственный экзамен | СПб.: СПбГУПТД | 2015 | http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2747 |
| Давыдова, Н. Ю. | Правовое обеспечение сервиса и туризма | Оренбург: Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ | 2014 | http://www.iprbookshop.ru/33651.html |
| Солодовникова, Ю. Р. | Виды туризма | Омск: Омский государственный институт сервиса, Омский государственный технический университет | 2013 | http://www.iprbookshop.ru/26680.html |
| Сулейманова, Г. В., Шевченко, Е. И. | Реклама в туризме | Казань: Казанский национальный исследовательский технологический университет | 2013 | http://www.iprbookshop.ru/62656.html |
| Пронина, С. А. | История туризма | Кемерово: Кемеровский государственный институт культуры | 2016 | http://www.iprbookshop.ru/66348.html |
| Трухачев, А. В., Таранова, И. В. | Туризм. Введение в туризм | Ставрополь: Ставропольский государственный аграрный университет, АГРУС | 2013 | http://www.iprbookshop.ru/47370.html |
| Ердаветов, С. Р., Алиева, Ж. Н. | География международного туризма | Алматы: Казахский национальный университет им. аль-Фараби | 2013 | http://www.iprbookshop.ru/59770.html |

5.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

1. Официальный сайт Федерального агентства по туризму РФ. – Режим доступа: <http://www.russiatourism.ru/>
2. Официальный сайт Российского союза туриндустрии. – <http://www.rostourunion.ru/>
3. Официальный сайт Северо-Западного отделения Российского союза туриндустрии. - <http://www.rstnw.ru/>
4. Туризм в России: Единая информационная система. – Режим доступа: www.rostur.ru
5. www.tourdom.ru – «Турдом» - профессиональный туристский портал.
6. www.tourinfo.ru – «Туринфо».
7. www2.unwto.org – Официальный сайт Всемирной туристской организации.
8. www.rg.ru – электронная версия «Российской газеты».
9. www.ratanews.ru- ежедневная электронная газета

5.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

MicrosoftOfficeProfessional
Microsoft Windows
СПС КонсультантПлюс

5.4 Описание материально-технической базы, необходимой для подготовки и сдачи государственного экзамена

| Аудитория | Оснащение |
|--------------------|--|
| Компьютерный класс | Мультимедийное оборудование, компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно- |
| Учебная аудитория | Специализированная мебель, доска |