

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Филиал
федерального государственного бюджетного образовательного учреждения
высшего образования «Российский государственный
гуманитарный университет» в г. Домодедово Московской области
(Филиал РГГУ в г. Домодедово)

Отделение среднего профессионального образования

Рабочая учебная программа
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.
ПМ 03 ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ТУРОПЕРАТОРСКИХ УСЛУГ

2 курс

Специальность: (код и наименование специальности):

43.02.10 Туризм

Квалификация специалистов среднего звена:

Специалист по туризму

Домодедово

2021 год

ОДОБРЕНА
Предметной (цикловой)
комиссией профессионального цикла
Протокол
№3
От «11» мая 2021 г

Разработана на основе требований
Федерального государственного
образовательного стандарта среднего
профессионального образования (ФГОС
СПО) по специальности 43.02.10 Туризм

Авторы: Пашевская Ирина Александровна – преподаватель отделения
среднего профессионального образования

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ.....	4
1.1. Общая характеристика рабочей учебной программы дисциплины	4
1.2. Место дисциплины в структуре ППСЗ	4
1.3. Цели и задачи дисциплины	4
1.4. Требования к результатам освоения дисциплины:	4
2. СТРУКТУРА И ПРИМЕРНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	7
2.1. Объем дисциплины и виды учебной работы в соответствии с учебным планом специальности	7
2.2. Примерный тематический план и содержание дисциплины	7
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ	12
3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению	12
3.2. Информационное обеспечение обучения	12
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	14

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Общая характеристика рабочей учебной программы дисциплины

Дисциплины «Технология и организация туроператорской деятельности» и «Маркетинговые технологии в туризме» являются частью программы подготовки специалистов среднего звена (ППССЗ) в соответствии с ФГОС СПО по специальности 43.03.10 «Туризм», утвержденного Минобрнауки России № 474 от 07.05.2014 г.

1.2. Место дисциплины в структуре ППССЗ

Дисциплин «Технология и организация туроператорской деятельности» и «Маркетинговые технологии в туризме» относится к профессиональному учебному циклу учебного плана специальности, профессионального модуля Предоставление турагентских услуг

1.3. Цели и задачи дисциплины

Целями освоения учебных дисциплин «Технология и организация туроператорской деятельности» и «Маркетинговые технологии в туризме» являются овладение компетенциями ФГОС СПО базовыми теоретическими знаниями в области технологии и организации туроператорской деятельности и умение использовать их на практике, с целью проектирования и реализации туристского продукта.

1.4. Требования к результатам освоения дисциплины:

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения профессионального модуля должен:

иметь практический опыт:

- проведения маркетинговых исследований и создания базы данных по туристским продуктам;
- планирования программ турпоездов, составления программ тура и турпакета;
- предоставления сопутствующих услуг;
- расчета себестоимости услуг, включенных в состав тура, и определения цены турпродукта;
- взаимодействия с турагентами по реализации турпродукта;
- работы с российскими и иностранными клиентами и агентами по продвижению турпродукта на рынке туристских услуг;
- планирования рекламной кампании, проведения презентаций, включая работу на специализированных выставках;

уметь:

- осуществлять маркетинговые исследования, использовать их результаты при создании туристского продукта и для переговоров с турагентствами;
- проводить анализ деятельности других туркомпаний;
- работать на специализированных выставках с целью организации презентаций, - распространения рекламных материалов и сбора информации;
- обрабатывать информацию и анализировать результаты;

- налаживать контакты с торговыми представительствами других регионов и стран;
- работать с запросами клиентов, в том числе и иностранных;
- работать с информационными и справочными материалами;
- составлять программы туров для российских и зарубежных клиентов;
- составлять турпакеты с использованием иностранного языка;
- оформлять документы для консульств, оформлять регистрацию иностранным гражданам;
- оформлять страховые полисы;
- вести документооборот с использованием информационных технологий;
- анализировать и решать проблемы, возникающие во время тура, принимать меры по устранению причин, повлекших возникновение проблемы;
- рассчитывать стоимость проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания;
- рассчитывать себестоимость турпакета и определять цену турпродукта;
- работать с агентскими договорами;
- использовать каталоги и ценовые приложения;
- консультировать партнеров по турпродуктам, оказывать помощь в продвижении и реализации турпродукта;
- работать с заявками на бронирование туруслуг;
- предоставлять информацию турагентам по рекламным турам;
- использовать различные методы поощрения турагентов, рассчитывать для них комиссионное вознаграждение;
- использовать эффективные методы общения с клиентами на русском и иностранном языках;

знать:

- виды рекламного продукта;
- правила работы на выставках, методы анализа результатов деятельности на выставках;
- способы обработки статистических данных;
- методы работы с базами данных;
- методику работы со справочными и информационными материалами по страноведению и регионоведению, местам и видам размещения и питания, экскурсионным объектам и транспорту;
- планирование программ турпоездок;
- основные правила и методику составления программ туров;
- правила оформления документов при работе с консульскими учреждениями, государственными организациями и страховыми компаниями;
- способы устранения проблем, возникающих во время тура;
- методики расчета стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания;
- методики расчета себестоимости турпакета и определения цены турпродукта;
- методику создания агентской сети и содержание агентских договоров;
- основные формы работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта;
- правила бронирования туруслуг;
- методику организации рекламных туров;
- правила расчетов с турагентами и способы их поощрения;
- основы маркетинга и методику проведения маркетинговых исследований;
- технику проведения рекламной кампании;
- методику формирования содержания и выбора дизайна рекламных материалов;
- техники эффективного делового общения, протокол и этикет;
- специфику норм общения с иностранными клиентами и агентами.

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.

ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.

ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.

ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

ПК 3.1. Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта.

ПК 3.2. Формировать туристский продукт.

ПК 3.3. Рассчитывать стоимость туристского продукта.

ПК 3.4. Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта.

2. СТРУКТУРА И ПРИМЕРНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем дисциплины и виды учебной работы в соответствии с учебным планом специальности

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	429
Обязательные учебные занятия (всего)	292
в том числе:	-
лекции	124
лабораторные работы	-
практические занятия	148
курсовая работа (проект)	20
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	137
Учебная практика	36
Производственная практика	108

2.2. Примерный тематический план и содержание дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические работы, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы	Форма проведения занятия	Уровень освоения темы
1	2	3	4	5	
МДК.03.01. Технология и организация					

туроператорской деятельности						
Тема 1. Основы туроператорской деятельности	Содержание учебного материала		24	ОК 1. ОК 2. ОК 5. ОК 6, ОК 7, ОК 8 ПК 3.1 ПК 3.4.	Лекция	1
	1	Понятие туроператор	4			
	2	Виды туроператоров.	4			
	3	Классификация и виды туроперейтинга и его туроператоров	4			
	4	Нормативно правовая база турагентской деятельности:ФЗ «Об основах туристской деятельности».	4			
	5	ФЗ «О защите прав потребителей».	4			
	6	Требования к организации туроператорской деятельности.	4			
		Практические занятия:	26		Дискуссия	2,3
	Анализ туроператоров на туристском рынке	12				
	Основные этапы создания туроператора	14				
Раздел 2. Технология разработки туристского продукта	Содержание учебного материала		22	ОК 3. ОК 4. ОК 5. ОК 6. ОК 7. ОК 9 ПК 3.1. ПК 3.3 ПК 3.4	Лекции	2
	1	Турпродукт как комплекс услуг.	2			
	2	Структура, уровни и формы турпродукта.	2			
	3	Технологическая документация проектирования тура.	2			
	4	Требования к процессу разработки турпродукта.	2			
	5	Разработка программы обслуживания туристов.	2			
	6	Тематическая программа обслуживания.	2			
	7	Организационные аспекты работы с поставщиками услуг.	2			
	8	Планирование тура. Договорной план. Переговоры с поставщиком услуг.	2			
	9	Заключение договоров с поставщиками услуг.	2			
	10	Расчет стоимости турпродукта	2			
	11	Технологическая документация. Туристская путевка. Договора.	2			
	12	Справочная документация.	2			
		Практические занятия:	24		Групповая дискуссия	2,3
1	Анализ баз данных по турпродуктам и их характеристикам	6				
2	Расчет стоимости турпакета по исходным данным	6				
3	Расчет стоимости различных вариантов турпродукта	6				
	4	Решение ситуационных задач	6			
Раздел 3.	Содержание учебного материала		24	ОК 3. ОК 4. ОК		

Туристские формальности	1	Общегражданские и специальные заграничные паспорта.	4	5. ОК 9.. ПК 3.1 ПК 3.4.	Лекции	2
	2	Виды виз. Визовый запрос. Визовые режимы. Процедура оформления визы.	4			
	3	Перечень необходимых документов для оформления визы.	4			
	4	Страны, входящие в зону Шенгенского соглашения.	4			
	5	Особенности оформления виз в некоторые страны.	4			
	6	Визовые ограничения	4			
	Практические занятия		26		Дискуссия	2,3
	1	Заполнение бланка визовой анкеты	12			
2	Комплектование пакета документов для оформления визы	14				
Тема 4 Технология взаимодействия с турагентами	Содержание учебного материала		24	ОК 2. ОК 3. ОК 6. ОК 7. ОК 8. ПК 3.1. ПК 3.2	Лекции	2
	1	Договор с турагентами.	6			
	2	Права и обязанности сторон	6			
	3	Система комиссионных взаимоотношений между турагентом и туроператором.	6			
	4	Характер контрактных отношений между туроператором и турагентством	6			
	Практические занятия		24			
	1	Подбор партнеров по сбыту и заключение агентского договора	8			
	2	Деловая игра «Практика делового общения»	8			
3	Решение ситуационных задач	10				
Самостоятельная работа при изучении раздела Подготовка к практическим занятиям с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ, защита рефератов, подготовка докладов к защите, подготовка и защита курсовых работ			99			
МДК.03.02. Маркетинговые технологии в туризме						
Тема1.1 Маркетинговые исследования в туризме	Содержание учебного материала		34	ОК 1, ОК 2, ОК 4, ОК 5, ПК 3.1	Лекции	2
	1	Электронный маркетинг	8			
	2	Системы резервирования	8			
	3	Системы бронирования	8			

	4	Проведение анализа спроса услуг у туристов из различных стран.	10			
	Практические занятия Устный опрос, доклады		36			
Тема 2.2 Использование маркетинговых технологий при формировании турпродукта	Содержание учебного материала		32	ОК 6, ОК 7, ОК 8, ОК 9, ПК 3.2, ПК 3.3	Лекции	3
	1	Участие в маркетинговых исследованиях туристского рынка.	6			
	2	Анализ деятельности конкурентов	6			
	3	Маркетинг услуг внутреннего туризма	6			
	4	Маркетинг услуг въездного туризма	6			
	5	Маркетинг услуг выездного туризма	8			
	Практические занятия Практические задания, устный опрос		36			
Тема 2.3 Взаимодействие с субъектами рынка по реализации и продвижению туристского продукта	Содержание учебного материала		34	ОК 3, ОК 7, ОК 8, ОК 9 ПК 3.3, ПК 3.4.	Лекции	2
	1	Обоснованный анализ рекламной деятельности туристской организации.	4			
	2	Участие в планировании рекламной компании	4			
	3	Выбор средства распространения рекламы	2			
	4	Участие работы на выставке.	4			
	5	Вести переговоры и переписку на иностранном языке.	4			
	6	Выявление наиболее востребованных запросов.	4			
	7	Формирование предложений для иностранных клиентов и агентов.	4			
	8	Составление информационных писем, документов по предложениям турпродукта.	2			
	9	Подготовка базы данных и рассылка предложений.	2			
	10	Использовать стандарты общения туристской фирмы с иностранными клиентами и агентами.	2			
	Практические занятия Устный опрос, доклады		36			
Самостоятельная работа при изучении раздела Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий, составленным преподавателем). Подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ, отчетов и подготовка к их защите. Подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ. Отчетов и подготовка к их защите. Отчет об экскурсии на предприятие туристской индустрии. Разработка материалов для проведения маркетингового исследования.			95			

<p>Сбор информации о крупных туроператорах региона для практического занятия. Создание компьютерной презентации.</p> <p>Проведение маркетингового исследования</p> <p>Сбор информации о стратегиях конкретных турфирм.</p> <p>Сбор и анализ информации о ценах на туристском рынке.</p> <p>Сбор рекламных материалов, их анализ и оценка.</p> <p>Подготовка компьютерной презентации программы тура для выставки.</p> <p>Сбор материалов для разработки фирменного стиля туристской организации.</p> <p>Общая характеристика маркетинговых технологий туристской деятельности</p> <p>Составные элементы маркетинговых технологий.</p> <p>Стратегическое маркетинговое планирование: основные этапы.</p> <p>Позиционный и институциональный анализ.</p> <p>Организация деятельности по реализации плана маркетинговых коммуникаций.</p>				
<p>Учебная практика</p> <p>Виды работ</p> <ul style="list-style-type: none"> - ознакомление с документооборотом с использованием информационных технологий; - ознакомление с работой по запросам клиентов, в том числе и иностранных; - ознакомление с работой по составлению программы туров для российских и зарубежных клиентов; - ознакомление с работой на специализированных выставках; - использовать каталоги и ценовые приложения; - ознакомление с оформлением документов для консульств, оформлении регистрации иностранных граждан; - ознакомление с оформлением страховых полисов; - участие в маркетинговых исследованиях и обработке их результатов; - ознакомление с агентскими договорами; - участие в работе с заявками на бронирование туров; - ознакомление с методами общения с клиентами на русском и иностранном языках. 	36			
<p>Производственная практика (для СПО – (по профилю специальности))</p> <p>Виды работ</p> <ul style="list-style-type: none"> - участие в маркетинговых исследованиях и обработке их результатов - ознакомление с работой по налаживанию контактов с торговыми представителями других регионов и стран; - работа с информационными справочными материалами; - участие в составлении программы туров для российских и зарубежных 	108			

<p>клиентов</p> <ul style="list-style-type: none"> - участие в составлении турпакетов с использованием иностранного языка - участие в оформлении документов для консульств, оформлении регистрации иностранных граждан; - участие в оформлении страховых полисов; - участие в анализе и решении проблем, возникающих во время тура; - участие в расчете стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания; - участие в расчете себестоимости турпакета и определении цены турпродукта; - участие в работе с агентскими договорами; - ознакомление с работой по консультированию партнеров по турпродуктам; - участие в работе с заявками на бронирование туров; - ознакомление с работой по организации рекламных туров; - ознакомление с методами поощрения турагентов, методикой расчета комиссионного вознаграждения; - участие в общении с клиентами на русском и иностранном языках. 				
--	--	--	--	--

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация профессионального модуля предполагает наличие учебных кабинетов кабинета гуманитарных и социально-экономических дисциплин.

Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинета гуманитарных и социально-экономических дисциплин: ученические столы, стулья, стол для преподавателя, доска.

Технические средства обучения: мультимедийный проектор, ноутбук.

Оборудование лаборатории и рабочих мест лаборатории: не предусмотрено

3.2. Информационное обеспечение обучения

Источники

Основная литература

1. Быстров, С. А. Технология организации туроператорской и турагентской деятельности : учебник / С.А. Быстров. — Москва : ИНФРА-М, 2018. — 375 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — www.dx.doi.org/10.12737/textbook_5a685a89b76dd5.66618286. - ISBN 978-5-16-106572-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com>
2. Жданова Т.С. Технология продаж и продвижения турпродукта [Электронный ресурс]: учебное пособие для СПО/ Жданова Т.С., Корионова В.О.— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Профобразование, 2019.— 98 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru>.— ЭБС «IPRbooks»

Дополнительная литература

1. Истомина, Э. Г. Внутренний туризм и туристские ресурсы России : учебное пособие / Э. Г. Истомина, М. Г. Гришунькина ; Рос. гос. гуманитары, ун-т. — 2-е изд., испр. и доп. - Москва : Рос. гос. гуманитары, ун-т, 2019. - 288 с. - ISBN 978-5-7281-2488-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1087187>
2. Конанова, Е. И. Инклюзивный туризм: технология и организация туристского продукта : учебное пособие / Е. И. Конанова ; Южный федеральный университет. - Ростов-на-Дону ; Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2019. - 128 с. - ISBN 978-5-9275-3164-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1088125>
3. Котанс, А. Я. Технология социально-культурного сервиса и туризма [Электронный ресурс] : учебное пособие / А. Я. Котанс. — 3-изд., стер. - Москва : ФЛИНТА, 2019. - 384 с. – ISBN 978-5-9765-0803-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com>
4. Орловская, В. П. Технология и организация предприятия туризма : учебник / В. П. Орловская ; под ред. Е. И. Богданова. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 176 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-006293-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1035161>

Интернет-ресурсы

1. Электронная библиотека <https://znanium.com>
2. Электронная библиотека www.iprbookshop.ru
3. Электронная библиотека <https://urait.ru/>

4. Портал «Гуманитарное образование» <http://www.humanities.edu.ru/>.

5. Федеральный портал «Российское образование» <http://www.edu.ru/>.

6. Федеральное хранилище «Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов» <http://school-collection.edu.ru>

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины осуществляются преподавателем в процессе проведения практических занятий и лабораторных работ, тестирования, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий, проектов, исследований.

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК 3.1 Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта	- умение совершать оптимальный выбор методов проведения маркетинговых исследований; - обеспечение качества организации и проведения сбора данных - качественное составление заключительного отчета маркетинговых исследований	Практические задания самостоятельная работа
ПК 3.2. Формировать туристский продукт	Составление различных вариантов программ туров для разных целевых аудиторий	Практические задания самостоятельная работа

ПК 3.3 Рассчитывать стоимость туристского продукта	Оптимальный расчет стоимостных показателей турпродукта	Практические задания самостоятельная работа
ПК 3.4 Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта	Эффективность взаимодействия с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта Подготовка электронной презентации тура. - разработка качественного рекламного продукта; оценка эффективности программы продвижения турпродукта; - разработка фирменного стиля туристской фирмы	Практические задания самостоятельная работа

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся не только формирование профессиональных компетенций, но и развитие общих компетенций и обеспечивающих их умений.

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	Демонстрация интереса к будущей профессии. Активность, инициативность в процессе освоения профессиональной деятельности	практические задания самостоятельная работа контрольный опрос
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и	Обоснованность выбора и применения методов и способов решения профессиональных задач	практические задания самостоятельная

способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	в области рекламной деятельности	работа контрольный опрос
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	Демонстрация способности принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	практические задания самостоятельная работа контрольный опрос
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Нахождение информации для выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития и ее использование	практические задания самостоятельная работа контрольный опрос
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	Демонстрация навыков использования информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности	практические задания самостоятельная работа контрольный опрос
ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	Взаимодействие с обучающимися, преподавателями и в ходе обучения	практические задания самостоятельная работа контрольный опрос
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.	Развитие самоменеджмента обучающегося. Проявление ответственности за работу	практические задания самостоятельная работа

	подчиненных, результат выполнения заданий	контрольный опрос
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации	Планирование обучающимися повышения личностного и квалификационного уровня. Организация самостоятельных занятий при изучении профессионального модуля.	практические задания самостоятельная работа контрольный опрос
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	Проявление интереса к инновациям в области профессиональной деятельности. Анализ инноваций в области туристской деятельности	практические задания самостоятельная работа контрольный опрос

Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий, тестирования, а также выполнения студентами индивидуальных заданий, проектов, исследований.

Состав программного обеспечения (ПО), современных профессиональных баз данных БД и информационно-справочные систем (ИСС) (2021 г.)

1. Перечень ПО

Таблица 1

№п /п	Наименование ПО	Производитель	Способ распространения (лицензионное или свободно распространяемое)
1	Операционная система тонких клиентов Wtware	Wtware	Лицензионное
2	Windows server 2008	Microsoft	Лицензионное

3	Microsoft office 2010/2013	Microsoft	Лицензионное
4	Windows 7 Pro	Microsoft	Лицензионное
5	MyTestXPro	MyTestX	Лицензионное
6	Windows server 2012	Microsoft	Лицензионное
7	Windows 8.1	Microsoft	Лицензионное
8	Windows 10 Pro	Microsoft	Лицензионное
9	Dr. Web	Dr. Web	Лицензионное
10	Касперский	Лаборатория Касперского	Свободно распространяемое
11	Adobe Acrobat Reader 9	Adobe Systems	Лицензионное
12	Zoom	Zoom	Свободно распространяемое
13	Discord	Discord	Свободно распространяемое