

ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ КРЫМ  
«КРЫМСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КУЛЬТУРЫ, ИСКУССТВ И ТУРИЗМА»  
ФАКУЛЬТЕТ «СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»  
КАФЕДРА «ТУРИЗМА»

УТВЕРЖДАЮ


РЕКТОР ГБОУ ВО РК «Крымский  
университет культуры, искусств и  
Туризма»



В.А. ГОРЕНКИН  
2017 г.

**ПРОГРАММА  
ВСТУПИТЕЛЬНОГО ЭКЗАМЕНА**

Направление подготовки: 43.04.02 «Туризм»  
Образовательный уровень: «Магистр»

Рассмотрено  
на заседании кафедры туризма  
Протокол № 1 от "31" 08 2017г.  
Заведующий кафедрой  
 Э.Э. Ибрагимов

г. Симферополь, 2017г.

## 1. Пояснительная записка

Прием по направлению подготовки 43.04.02 «Туризм» осуществляется при наличии высшего образования любого уровня.

Настоящая программа комплексного государственного экзамена разработана на основании требований ФГОС ВО направлению 43.04.02 «Туризм».

Программа вступительного экзамена дает возможность оценить уровень теоретической подготовки абитуриентов направления подготовки 43.04.02 «Туризм», а также выявить соответствие с принципами гуманитарного образования, единства общетеоретической и профессионально-функциональной подготовки.

Вступительное испытание содержит 2 теоритических вопроса (по 50 баллов каждый) по следующим дисциплинам: «География туризма», «Организация туристской деятельности», «Менеджмент в туристской индустрии», «Маркетинг в туристской индустрии», «Технология и организация международного и внутреннего туризма».

Максимальный балл – 100.

Минимальный проходной балл для вступительного экзамена в магистратуру по направлению 43.04.02 «Туризм» – 50 баллов.

Программа охватывает главные темы специальных дисциплин:

### ГЕОГРАФИЯ ТУРИЗМА

#### ***Знать:***

- основные понятия и категории географии туризма;
- мирохозяйственную модель развития туризма, национальные модели развития туризма, характеристику национальных рынков туризма;
- основы регионалистики и страноведения, типологии и классификации стран;
- принципы размещения туристских ресурсов; географические аспекты туристского страноведения;
- специфику развития туризма в странах Центра и Полупериферии; географию специальных видов туризма.

#### ***Уметь:***

- свободно ориентироваться по физгеографическим, социально-экономическим и политическим картам;
- систематизировать и анализировать знания о ресурсах и условиях, влияющих на развитие туризма конкретной территории;
- устанавливать систему взаимосвязей между природной средой, социальными условиями и хозяйственной деятельностью субъекта туристской индустрии;
- составлять модель (характеристику) туристского образа страны или отдельного региона.

### ***Владеть:***

- основами географии и туристской регионалистики;
- навыками картографического анализа природных, социальных и экономических ресурсов в целях развития туризма;
- методами оценки туристских ресурсов;
- методами систематизации, типологии и классификации туристских территорий;
- методами составления характеристики туристского образа страны или отдельного региона.

### ***Вопросы дисциплины:***

1. Туристские ресурсы и туристско-рекреационный потенциал.
2. Методы оценки туристско-рекреационного потенциала.
3. Понятие мирового туристского рынка.
4. Методология и методика туристско-географических исследований. Картографический метод.
5. Типология стран мира по уровню развития мирового туризма.
6. Новые тенденции в развитии туризма на современном этапе. География видов туризма.
7. Географические аспекты туристского страноведения, моделирование образа страны.
8. Туризм в странах Европы: туристский потенциал, динамика посещений, география туристских потоков.
9. Туристский потенциал, динамика посещений, география туристских потоков и внутренние различия развития туризма в США и Канаде.
10. Туристский потенциал, динамика посещений, география туристских потоков и внутренние различия развития туризма в странах Средиземноморского региона.
11. Туристский потенциал, динамика посещений, география туристских потоков и внутренние различия развития туризма в Австралии.
12. Туристский потенциал, динамика посещений, география туристских потоков и внутренние различия развития туризма в странах СНГ.

### ***Список рекомендованной литературы:***

#### ***Основная литература:***

1. Закон РФ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24 ноября 1996 г. N 132-ФЗ.

2. Закон РФ «Федеральный Закон природных лечебных ресурсах, лечебно-оздоровительных местностях и курортах» от 23 февраля 1995 г. N 26-ФЗ.
3. Государственный стандарт РФ Р50681 -84 «Проектирование туристских услуг».
4. Государственный стандарт РФ Р506090 – 94 «Туристские услуги. Общие требования»
5. Александрова А.Ю. География мировой индустрии туризма. Справочно-методическое пособие для студентов. - М.: РМАТ.- 2011.-116 с.

### *Дополнительная литература:*

6. География туризма: учебник/коллектив авторов под ред А.Ю. Александровой. – 3-е изд. – М.: КНОРУС, 2015.-592 с. – (Бакалаврат).
7. Косолапов А. Б. География российского внутреннего туризма: учеб. пособие для студ. вузов / А. Б. Косолапов. 3-е изд., стер..М.: КНОРУС, 2010. 272 с.
8. Лукьянова Н. С. География туризма: туристские регионы мира и России: практикум : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 1001403 "Соц.-культур. сервис и туризм" / Н. С. Лукьянова. М.: КНОРУС, 2010. 168 с.
9. Закон РФ «О защите прав потребителей» от 27.02.1992 г. №2300

## **МЕНЕДЖМЕНТ В ТУРИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

### ***Знать:***

- экономические особенности рынка туристских товаров и услуг;
- основные понятия менеджмента в туристской индустрии;
- формы управления предприятиями;
- правовое обеспечение туристского рынка товаров и услуг;
- основы управления персоналом турфирмы;
- виды управленческих решений и методы их разработки;
- функции менеджмента, формы управления предприятиями туристской индустрии;
- способы, методы, цели, стили управления и кадровое обеспечение в туристских предприятиях.

### ***Уметь:***

- диагностировать и выявлять различные типы проблемных ситуаций в туристской индустрии;
- планировать и осуществлять контроль реализации проекта;
- осуществлять деловое общение и управление конфликтами, людьми, группами в туризме;
- использовать приемы визуального общения между персоналом;
- работать в команде;
- соблюдать правила межличностного общения; соблюдать правила протокола и этикета;
- принимать управленческие решения на основе документированной информации;
- обеспечить координацию действий со всеми функциональными подразделениями предприятий туристской индустрии.

### ***Владеть:***

- методами проведения и обоснования экономических расчетов эффективности результатов деятельности предприятий;
- способами организации работы коллектива, учитывая особенности психологического климата, с целью эффективности деятельности;
- приемами повышения своей квалификации с целью улучшения эффективности деятельности и карьерного роста;
- основными коммуникативными методами и приемами делового общения в профессиональной сфере;
- навыками разрешения проблемных ситуаций, возникающих в ходе реализации турпродукта, мониторинга в туристской индустрии.

### ***Вопросы дисциплины:***

1. Основные этапы менеджмента в туризме. Развитие менеджмента в России.
2. Особенности туризма как объекта управления. Опыт менеджмента за рубежом, возможность его использования в России.
3. Специфика менеджмента в сфере туризма: цели и задачи управления.
4. Понятие внутренней среды организации. SWOT-анализ.
5. Понятие структуры управления туризмом. Горизонтальное и вертикальное разделение труда.
6. Типы организационных структур. Проектирование организационных структур.
7. Требования и принципы, предъявляемые к организационным структурам.

8. Стратегическое планирование как высший уровень управления туристской организацией.
9. Мотивация как функция управления в менеджменте туризма
10. Сущность методов управления туристическим предприятием. Их классификация.
11. Методы управления туристским предприятием.
12. Подбор персонала в турфирму. Методы оценки персонала.

***Список рекомендованной литературы:***

***Основная литература:***

1. Виссема Х. Менеджмент в подразделениях фирмы : предпринимательство и координация в децентрализованной компании: пер. с англ. / Ханс Виссема . - М. : ИНФРА-М, 1996. - 288 с. : ил. - (Профессиональная библиотека. Серия 'Менеджмент')
2. Виханский О.С. Менеджмент / О. С. Виханский, А. И. Наумов .- 4-е изд., перераб. и доп. - М. : Экономистъ, 2012. - 670 с. : ил. - Библиогр.: с. 663-669. - ISBN 5-98118-131-1.
3. Герчикова И. Н. Менеджмент = Management: учебник для вузов / И. Н. Герчикова.- 4-е изд., перераб. и доп. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. - 511 с. - (Золотой фонд российских учебников). - Парал. тит. л. на англ. яз. - Библиогр.: с. 490-499. - ISBN 978-5-238-01095-3.
4. Ермаков В. В. Менеджмент организации: учеб. пособие / В. В. Ермаков. - М.: Моск. психолого-соц. ин-т; Воронеж: НПО 'МОДЭК', 2005. - 208 с. - (Библиотека менеджера). - Библиогр.: с. 203-204. - ISBN 5-89502-751-2. - ISBN 5-89395-681-8.
5. Жукова М.А. Индустрия туризма : менеджмент организации / М.А. Жукова - М. : Финансы и статистика, 2004. - 200 с. : ил. - ISBN 5-279-02632-8.
6. Зайцева Н.А. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме: Учеб. для студ. высш. учеб, заведений.— М.: Издательский центр «Академия», 2003. — 224 с.
7. Кабушкин Н.И. Менеджмент гостиниц и ресторанов / Н. И. Кабушкин, Г. А. Бондаренко .- 2-е изд. - Минск : Новое знание, 2001. - 216 с. - (Экономическое образование - Библиогр.: с. 206. - ISBN 978-5-9532-0518-4
8. Мескон М. Х. Основы менеджмента = Management [Текст] / М. Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури .- 3-е изд. - СПб. : Вильямс, 2010. - 672 с. - Парал. тит. л. англ. - Словарь терминов: с. 638-650. - Предм. указ.: с. 655-665. - ISBN 978-5-8459-1060-8.

9. Папирян Г.А. Менеджмент в индустрии гостеприимства: (отели и рестораны)/ Г.А. Папирян - М.: Экономика, 2000. - 207 с.
10. Попов С. Г. Социальный менеджмент: учеб. пособие / С. Г. Попов . - М. : Ось-89, 2009. - 160 с. : ил.. - Библиогр.: с. 158. - ISBN 978-5-9957-0061-6.

### *Дополнительная литература:*

11. Саак А.Э., Пшеничных, Ю.А. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме: Учебное пособие /А.Э.Саак, Ю.А.Пшеничных – СПб.: Питер, 2007. – 512 с.: ил. - (Серия «Учебное пособие») – ISBN 5-469-01368-5.
12. Скобкин С.С. Менеджмент в туризме / С.С. Скобкин. – М.:Магистр, 2012. – 447 с.
13. Тебекин А. В. Менеджмент организации: учеб. для экон. вузов / А. В. Тебекин, Б. С. Касаев . - 3-е изд., перераб. и доп. - М. : КноРус, 2010. - 408 с. : ил.. - Библиогр.: с. 405-408. - ISBN 978-5-390-00462-3.
14. Туризм как вид деятельности:- М. : Финансы и статистика, 2002. - 288 с.: ил. - (Менеджмент туризма) - ISBN 5-279-02443-0.
15. Цветков А. Н. Менеджмент учеб. пособие / А. Н. Цветков. - СПб. : Питер, 2009. - 174 с. - (Завтра экзамен) - ISBN 978-5-91180-793-1.
16. Чудновский А. Д. Управление индустрией туризма : учебное пособие. - 2-е изд. / А.Д. Чудновский, М.А Жукова, В.С. Сенин. - М.: КНОРУС, 2005. -448 с.
17. Экономика туризма - М.:Финансы и статистика, 2001. - 320 с.: ил. - (Менеджмент туризма) - ISBN 5-279-02445-7

## **МАРКЕТИНГ В ТУРИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

### ***Знать:***

- теоретические основы маркетинга;
- основные тенденции и направления маркетинговых исследований;
- особенности маркетинга в туристской индустрии;
- реализация проектов маркетинга на предприятие.

### ***Уметь:***

- диагностировать и выявлять различные типы проблемных ситуаций в туристской индустрии;
- разрабатывать меры по их предупреждению и преодолению;
- планировать и осуществлять контроль за реализацией проекта;
- обеспечивать координацию действий со всеми функциональными подразделениями предприятий туристской индустрии; -анализировать основные

теоретические и практические направления и проблемы взаимодействия предприятия туристской индустрии и потребителей (клиентов);

-оценивать рынки сбыта, потребителей, клиентов, конкурентов в туристской индустрии;

-применять инструменты управления и контроля качества продукции и услуг туристской деятельности.

### ***Владеть:***

-навыками создания новых туристских продуктов и услуг с использованием современных технологий и методов проектирования;

-навыками оценки удовлетворенности потребителей услугами туристской индустрии, соответствия стандартов качества на предприятиях туристской индустрии, требованиям нормативной документации;

-навыками формирования и продвижения туристских продуктов и услуг;

-навыками и приемами эффективных продаж туристского продукта.

### ***Вопросы дисциплины:***

1. Маркетинг в туризме, его цели и задачи.
2. Основные функции и принципы маркетинга в туризме.
3. Понятие и виды маркетинговой среды туристской фирмы.
4. Основные направления маркетинговых исследований в туризме.
5. Модель поведения покупателей на рынке туристских услуг.
6. Принципы формирования продуктовой стратегии предприятий туризма.
7. Цена - как элемент системы маркетинга в туристской сфере. Методы ценообразования туристского продукта.
8. Виды и уровни каналов распределения услуг в маркетинге туристской фирмы.
9. Основные типы маркетинговых систем в сфере туризма. Состав и процесс маркетинговых коммуникаций в туризме.
10. Понятие рекламы и ее виды в туристской индустрии.
11. Система стимулирования сбыта туристского предприятия. Ее структура.
12. Паблик - рилейшнз в сфере туризма.

### ***Список рекомендованной литературы:***

#### ***Основная литература:***

1. Али М. Практический маркетинг и паблик рилейшнз для малого бизнеса. Пер. с англ. под ред. А.А. Андреевой. – Спб.: Издательский Дом «Нева», 2004. – 416 с.



2. Амстронг Г., Котлер Ф. Введение в маркетинг. - М.: «Вильямс», 2010.- 246 с.
3. Балабанов И.Т., Балабанов А.И. Экономика туризма: Учебное пособие. – М.: Финансы и статистика, 1999. – 176 с.
4. Барышев А.Ф. Маркетинг в туризме и гостеприимстве: учебное пособие / А. Ф. Барышев. — М.: Финансы и статистика, 2010. — 160 с.
5. Ветитнев А.М. Маркетинг санаторно-курортных услуг: учебное пособие / А. М. Ветитнев. — М.: Академия, 2013. — 368 с.
6. Восколович Н.А. Маркетинг туристских услуг: учебник / Н. А. Восколович. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: ЮНИТИ, 2012. — 207 с.
7. Дурович А.П. Маркетинг в туризме: учебное пособие / А. П. Дурович. — 6-е изд., стер. — Минск: Новое знание, 2011. — 496 с.
8. Запесоцкий А.С. Стратегический маркетинг в туризме. Теория и практика / А. С. Запесоцкий; Санкт-Петербургский гуманитарный университет профсоюзов. — СПб. : Изд-во СПбГУП, 2013. — 352 с.
9. Котлер Ф., Боуэн Дж., Мейкенз Дж. Маркетинг. Гостеприимство и туризм: учебник для вузов / Пер. с англ. под ред. Р.Б. Ноздревой. – М.: ЮНИТИ, 2012. – 787 с.
10. Маркетинг: Учебник, практикум и учебно-методический комплекс по маркетингу/ Р.Б. Ноздрева, Г.Д. Крылова, М.И. Соколова, В.Ю. Гречков. – М.: Юристъ, 2000.- 568 с.

***Дополнительная литература:***

11. Панкрухин А.П. Маркетинг: Учебник. – М.: Омега-Л, 2003. – 656 с.
12. Разумовская А.Л. Маркетинг услуг. Настольная книга Российского маркетолога-практика / А. Л. Разумовская, В. М. Янченко. — М. ; СПб. : Вершина, 2006. — 496 с.
13. Саак А.Э. Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме: учебное пособие для вузов / А. Э. Саак, Ю. А. Пшеничных. — СПб.: Питер Пресс, 2007. — 480 с.
14. Сарафанова Е.В. Маркетинг в туризме: учебное пособие для вузов / Е. В. Сарафанова А. В. Яцук. — М.: Альфа-М: Инфра-М, 2007. — 240 с.
15. Стефенсон, Рой. Маркетинг финансовых услуг: пер. с англ. / Р. Стефенсон;

под ред. Е. В. Калугина. — М.: Вершина, 2007. — 250 с.

16. Турковский М. Маркетинг гостиничных услуг: учебно-методическое пособие: пер. с пол. / М. Турковский. — М.: Финансы и статистика, 2006. — 295 с.

17. Янкевич В.С. Маркетинг в гостиничной индустрии и туризме: российский и международный опыт / В. С. Янкевич, Н. Л. Безрукова ; Под ред. В. С. Янкевича. — М.: Финансы и статистика, 2003. — 416 с.

## ОРГАНИЗАЦИЯ ТУРИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

### ***Знать:***

-организационные основы туристской индустрии, структуру туристской отрасли, особенности правовых и хозяйственных отношений между участниками туристской деятельности;

-понятие, виды и технологии организации деятельности туроператоров, турагентов и контрагентов туристской деятельности;

-основы организации и планирования деятельности предприятий сервиса;

-особенности организации туристской деятельности в России во внутреннем, въездном и выездном туризме;

-особенности и состав туристского продукта и его составных элементов;

-структуру туристского бизнеса и распределение доходов, экономические и правовые аспекты предпринимательства сервисной деятельности.

### ***Уметь:***

-применять информацию о значении туризма в современном мире, о направлениях основных туристских потоков, туристскую статистику в практике обоснования туристских проектов;

-аргументировано выделять факторы конкурентоспособности конкретного туристского продукта;

-анализировать особенности турагентской и туроператорской деятельности предприятий туризма;

-осуществлять практически целесообразный отбор турресурсов в целях обоснования конкретных туристских проектов;

-применять общие критерии при осуществлении оценки экономической эффективности и целесообразности формирования турпродукта;

-планировать издержки и финансовые результаты деятельности предприятий сервиса;  
-составлять договорную документацию для всех контрагентов туристской деятельности.

***Владеть:***

-навыками создания новых туристских продуктов;  
-основами туроперейтинга и механизмами построения взаимоотношений между туроператорами и контрагентами туристской деятельности;  
-навыками определения общего нормативно-правового статуса туроператорской и турагентской деятельности, а также аргументированного отбора различных видов туристских ресурсов, контрагентских организаций и технологий в целях осуществления профессиональной туристской деятельности.

***Вопросы дисциплины:***

1. Виды и формы туризма.
2. Виды предпринимательской деятельности в туризме.
3. Организационно-правовые формы и формы собственности в сфере турдеятельности.
4. Особенности туристского потребления.
5. Понятие и состав программы обслуживания. Составляющие туристской индустрии.
6. Понятие инфраструктуры туристской отрасли.
7. Роль турагентской и туроператорской деятельности на рынке туристских услуг.
8. Роль туризма в мировой экономике.
9. Туристские услуги, их состав.
10. Туристский продукт. Порядок разработки туристского продукта.
11. Факторы развития туризма.
12. Цели, функции и задачи туризма.

***Список рекомендованной литературы:***

### ***Основная литература:***

1. Балабанов И.Т., Балабанов А. И. Экономика туризма: учебное пособие.- М.: Финансы и статистика, 2012.- 176 с.
2. Биржаков М. Б. Введение в туризм. –М -СПб «Невский фонд», 2011 г.320 с.
3. Горбылева З.М, Экономика туризма: учебно-практическое пособие. 2-е издание. - Минск: БГЭУ, 2013.- 154 с.
4. Зорин И.В., Квартальнов В.А .Туристский терминологический словарь.- М.: Советский спорт, 1999 .
5. Зорин И.В., Квартальнов В.А, Энциклопедия туризма: Справочник. – М.: Финансы и статистика, 2010.-368 с.
6. Ильина Е. Н, Туризм – путешествия: Учебник.- М.: РМАТ, 1998.
7. Кабушкин Н. И. Менеджмент туризма: Учебник, 3-е издание.- Мн. Новое знание, 2002.
8. Квартальнов В.А, Иностраный туризм.- М.: Финансы и статистика, 1999.
9. Квартальнов В.А, Колесник Н.В. Введение в специализацию: Менеджмент иностранного туризма: Учеб. Пособие.-М.: советский спорт, 2000 .
- 10.Козырев В.М. Туристская рента: Учебное пособие. - М. Финансы и статистика 2010 г.

### ***Дополнительная литература:***

- 11.Колесник Н.В. Введение в специализацию: Международный туризм в сфере услуг мирового товарооборота: учеб.-методич. Пособие.- М.: советский спорт, 1999.
- 12.Колотова Е. В. Рекреационное ресурсоведение: Учебное пособие.- М.: Советский спорт, 1998.
- 13.Курорты: Энциклопедический словарь.- М.:Советская энциклопедия, 1983.
- 14.Лечение и отдых на курортах мира и России: Справочник.-М.: Культурные традиции, 1997.
- 15.Международный туризм: Правовые акты (Сост. Н.И. Волошин.- М.: РМАТ, 1996.

16. Менеджмент туризма: Туризм и отраслевые системы: Учебник.- М.: Финансы и статистика, 2013.- 272 с.
17. Менеджмент туризма: Экономика туризма: Учебник.- М.: Финансы и статистика, 2013.- 320с.
18. Папирян Г.А. Менеджмент в индустрии гостеприимства отели и рестораны. - М.: Экономика, 2000.
19. Сенин В. С. Организация международного туризма: учебник.- М.: Финансы и статистика, 2011.- 400 с.
20. Туризм: Нормативные правовые акты: Сборник Актов. Сост. Н.И. Волошин.- М.: РМАТ, 1998.

## **ТЕХНОЛОГИЯ ОРГАНИЗАЦИИ МЕЖДУНАРОДНОГО И ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА**

### ***Знать:***

- организацию внутреннего туризма, технологию организации выездного туризма, туристское районирование, особенности внутреннего туризма в различных регионах страны;
- представление о перспективах развития внутреннего туризма, об основных тенденция развития выездного туризма.

### ***Уметь:***

- применять теоретические знания в практической деятельности специалиста по туристским услугам, обобщать и структурировать информацию.
- аргументировано выделять факторы конкурентоспособности конкретного туристского продукта;
- анализировать особенности турагентской и туроператорской деятельности предприятий туризма;
- осуществлять практически целесообразный отбор турресурсов в целях обоснования конкретных туристских проектов;
- применять общие критерии при осуществлении оценки экономической эффективности и целесообразности формирования турпродукта;
- планировать издержки и финансовые результаты деятельности предприятий сервиса;
- составлять договорную документацию для всех контрагентов туристской деятельности.

***Владеть:***

-навыками создания новых туристских продуктов на международном и внутреннем рынке;

-основами туроперейтинга и механизмами построения взаимоотношений между туроператорами и контрагентами туристской деятельности;

-навыками определения общего нормативно-правового статуса туроператорской и турагентской деятельности, а также аргументированного отбора различных видов туристских ресурсов, контрагентских организаций и технологий в целях осуществления профессиональной туристской деятельности.

***Вопросы дисциплины:***

1. Этапы развития российского въездного туризма.
2. Система государственного регулирования внутреннего туризма.
3. Ресурсы, материальная база туризма в регионах России.
4. Потребительский рынок российского туристского продукта.
5. Система показателей развития внутреннего туризма.
6. Основные направления деятельности в области развития туризма в Российской Федерации.
7. Производство национального туристского продукта.
8. Управление национальным туристским продуктом.
9. Технологии продвижения и продажи национального туристского продукта потребителям.
10. Основные технологии услуг внутренних туроператоров и особенности их услуг (гостиничные, транспортные организации и предприятия общественного питания).
11. Классификация международных туроператоров.
12. Экономическая эффективность выездного туризма.

***Список рекомендованной литературы:******Основная литература:***

1. Федеральный закон Российской Федерации от 24 ноября 1996 г. N 132-ФЗ "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации" с изменениями.
2. Федеральный закон Российской Федерации от 07.02.1992 г. № 2300-1 "О защите прав потребителей" с изменениями.
3. Матюхина Ю.А. Индустрия туризма: учеб.пособие / Ю.А. Матюхина. - 2-е изд., стер. - М.: ФЛИНТА, 2013 - 312с.
4. Попова Л. И. Технологии въездного и выездного туризма. Тюмень: ТюмГУ, 2012. 168 с.
5. Тимохина Т.Л. Организация приема и обслуживания туристов. М.: ИД «ФОРУМ» - ИНФРА-М, 2013. [Электронный ресурс]. URL: <http://znanium.com/bookread.php?book=400614>
6. Вавилова Е.В. Основы международного туризма, учебное пособие. М.:Гардарика, 2011.
7. Гуляев В.Г. Организация туристских перевозок. М., Финансы и статистика, 2008.
8. Дурович А. П. Организация туризма / А. П. Дурович. - СПб.: Питер, 2009.
9. Егоренков Л.И. Введение в технологию туризма: Учебно-методическое пособие,- М.: Финансы и статистика: ИНФРА-М, 2009,- 304 с.
10. Котанс А.Я. Технология социально-культурного сервиса и туризма: Учебное пособие/ Российская академия образования; Московский психолого-социальный институт.- М.: Флинта: МПСИ, 2010.- 384 с.

### *Дополнительная литература:*

11. Лесник А. Л. Гостиничный маркетинг: теория и практика максимизации продаж / А. Л. Лесник. - М.: , 2009.
12. Мохова Ю.А., Мохов А.Г. Турфирма: с чего начать, как преуспеть. - СПб.: Питер, 2009. - 240 с.
13. Севастьянова С. А. Региональное планирование развития туризма и гостиничного хозяйства. М.: КноРус, 2010. 256 с.
14. Сухов Р.И. Технологии и организация продаж в туристском агентстве. - М.: МарТ, Феникс, 2010.
15. Ушаков Д.С. Прикладной туроперейтинг. Ростов-на-Дону: «МарТ», 2004.
16. Ушаков Д.С. Технологии выездного туризма: Учебное пособие.- 3-е изд., перераб. и доп.- Ростов-на-Дону: МарТ, 2010.-446 с.
17. Чудновский А.Д., Белозерова Ю.М. Безопасность бизнеса в индустрии туризма и гостеприимства. М.:ИД «Форум» - ИНФРА-М, 2012.

### **Критерии оценивания ответа**

**100-81 баллов**

Теоретическое содержание дисциплин, включенных в программу вступительного экзамена освоено полностью, без пробелов, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы, все предусмотренные программой вступительного испытания учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному.

Абитуриент полностью усвоил программный материал. Глубоко знает и самостоятельно излагает содержание вопросов, а также знает основную и дополнительную литературу по теме. Ответ построен на уровне самостоятельного мышления, знания вопроса и всей темы. Материал излагается логически последовательно и полно, с элементами творческого мышления. Умеет самостоятельно делать общие выводы.

#### **80-51 баллов**

Теоретическое содержание дисциплин, включенных в программу вступительного экзамена освоено полностью, некоторые практические навыки работы с учебным материалом сформированы недостаточно, все предусмотренные программой вступительного экзамена учебные задания выполнены, качество выполнения ни одного из них не оценено минимальным числом баллов, некоторые виды заданий выполнены с ошибками.

Абитуриент проявил твердое знание программного материала и самостоятельность мышления. Показал знание литературы, предусмотренной программой. Продемонстрировал умение применять свои знания к анализу современной действительности. Показал умение выделить главное, делать выводы и обобщения. Возможны пробелы в усвоении второстепенных вопросов.

#### **50-21 баллов**

Теоретическое содержание дисциплин, включенных в программу вступительного экзамена освоено частично, некоторые практические навыки работы не сформированы, многие задания предусмотренные программой вступительного экзамена не выполнены, либо качество выполнения некоторых из них оценено числом баллов, близким к минимальному.

Абитуриент усвоил лишь основную часть программного материала, поверхностно знаком с рекомендованной литературой. Ответ абитуриента строится на уровне репродуктивного мышления с нарушением логики изложения материала. Испытывает значительные затруднения в применении знаний к анализу современной действительности. Абитуриент не умеет отвечать на дополнительные вопросы, связанные с материалом ответа.

#### **20-0 баллов**

Теоретическое содержание дисциплин, включенных в программу вступительного экзамена освоено частично, необходимые практические навыки работы отсутствуют, большинство заданий предусмотренных программой не выполнено, либо качество их выполнения оценено числом баллов, близким к минимальному; при дополнительной самостоятельной работе над материалом курса возможно повышение качества выполнения учебных заданий.

Абитуриент не усвоил большую часть программного материала. Не знает основного содержания рекомендованной литературы. Допускает существенные ошибки в освещении поставленных вопросов. Не может увязывать теоритический



материал с практическими навыками. Абитуриент не усвоил программный материал.