МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ РЕСПУБЛИКИ КРЫМ

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

«УТВЕРЖДАЮ»
Ректор, председатель приемной комиссии ГБОУВОРК «Крымский университет культуры, искусств и туризма»

_____ В.А. Горенкин
«___» _____ 2021г.

ПРОГРАММА ВСТУПИТЕЛЬНЫХ ИСПЫТАНИЙ (МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО ЭКЗАМЕНА)

с применением дистанционных технологий в 2021 году

для поступающих на обучение по направлению подготовки 43.04.02 «Туризм»
Образовательный уровень: «Магистр»

Наименование магистерской программы:
Технология организации международного и внутреннего туризма

Формы обучения: очная, заочная

г. Симферополь, 2021г.

Разработчики:
Ибрагимов Э.Э., Чеглазова М.Е.

Программа утверждена на заседании кафедры туризма.
Протокол № «6» от 28. января 2021 г.

Заведующий кафедрой: _____ д.э.н., доцент Ибрагимов Э. Э.

1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Настоящая программа определяет особенности проведения процедуры дополнительных вступительных испытаний для поступающих по программам магистратуры направления подготовки43.04.02 «Туризм».

Настоящая временная программа вступительного испытания разработана на основе требований Приказа Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 03.04.2020 г. № 547 "Об особенностях приема на обучение по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалиста, программам магистратуры, программам подготовки научно - педагогических кадров в аспирантуре на 2020/21 учебный год".

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

Поступающие на обучение по данному направлению вправе представить сведения о своих индивидуальных достижениях, которые учитываются в соответствии с «Порядком учета индивидуальных достижений, поступающих».

Вступительные испытания проводятся с целью определения образовательного уровня поступающих, выявления наиболее способных и подготовленных к освоению образовательных программ соответствующего уровня и соответствующей направленности.

Вступительные испытания могут проводиться в очном или дистанционном режиме, с применением дистанционных технологий, и включают собеседование.

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.

Максимальный балл – 100.

Минимальный проходной балл – 50.

2. ТРЕБОВАНИЯ К УРОВНЮ ПОДГОТОВКИ ПОСТУПАЮЩЕГО

Программа сформирована на основе федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 43.04.02 «Туризм».

Поступающий должен продемонстрировать:

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.

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, цеди, 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.

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.

ОРГАНИЗАЦИЯ ТУРИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Знать:

-организационные основы туристской индустрии, структуру туристской отросли, 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.

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.

3. ПРОЦЕДУРА ПРОВЕДЕНИЯ ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ

Вступительные испытания проводятся в один этап.

3.1. Собеседование.

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

Собеседование проводится по билетам, содержащим 2 вопроса.

Собеседование проводится в очном режиме или режиме онлайн. В дистанционном режиме – режиме видеоконференции посредством электронного сервиса видеоконференцсвязи Zoom. Допускается использование средств видеоконференцсвязи, имеющихся в университете (Skype).

Информация о проведении вступительного испытания в дистанционном режиме, а также дата, время и способ выхода на связь для его прохождения доводится до сведения поступающего посредством электронной почты и на главной странице официального интернет-сайта Университета.

При проведении вступительных испытаний в режиме видеоконференции в обязательном порядке проводится видеозапись. Факт видеозаписи доводится до сведения председателя, членов комиссии и поступающего. Видеозаписи могут использоваться для рассмотрения апелляций по результатам вступительных испытаний.

К помещению, в котором находится поступающий, предъявляются следующие требования:

- наличие стен и закрывающейся двери, вдалеке от радиопомех;
- отключение дополнительных компьютеров и других мониторов;
- отсутствие настенных рисунков и плакатов, относящихся к вступительному испытанию;
- рабочая поверхность стола, на котором установлен компьютер обучающегося, должна быть свободна от всех посторонних предметов;
- используемая веб-камера не должна быть расположена напротив источника освещения.

Видеокамера в помещении, где находится поступающий, транслирует изображение на аппаратуру, установленную в помещении Университета, где проходит вступительное испытание. Изображение подаётся проектором на экран, размеры которого позволяют всем членам экзаменационной комиссии видеть поступающего, осуществляет дистанционный обзор поступающим членов экзаменационной комиссии.

Видеокамера в помещении, где проходит вступительное испытание, транслирует изображение на монитор компьютера, поступающего; дает возможность для поступающего и членов экзаменационной комиссии слышать друг друга (обеспечивается с помощью микрофонов и аудиоколонок).

Перед началом проведения вступительного испытания:

- поступающий проходит идентификацию личности путем предъявления секретарю экзаменационной комиссии для обозрения паспорта или иного документа, удостоверяющего личность, позволяющего четко зафиксировать фотографию, фамилию, имя, отчество, дату и место рождения, орган, выдавший документ, дату выдачи; в случае невозможности идентификации личности поступающий отстраняется от прохождения вступительного испытания, при этом в протокол заседания экзаменационной комиссии вносится запись «неявка по неуважительной причине».

Секретарь, проверяет отсутствие посторонних лиц и поверхность стола обучающегося.

Председатель экзаменационной комиссии разъясняет особенности проведения вступительного испытания с применением дистанционных образовательных технологий.

На столе перед экзаменационной комиссией, в зоне обозрения поступающего, рядами располагаются билеты вступительных испытаний. По указанию поступающего (например, «третий ряд второй билет справа») один из членов комиссии открывает названный билет, демонстрирует его поступающему и зачитывает задания.

Абитуриенту предлагается устно ответить на два вопроса билета. Продолжительность экзамена – до 15 минут: до 5 минут выделяется на подготовку ответа, 5-10 минут – на ответ. Использование справочной литературы во время экзамена не допускается.

Результаты вступительного испытания объявляются на официальном сайте университета http://kukiit.ru/не позднее третьего рабочего дня после проведения вступительного испытания;

3.2. Тематика вопросов собеседования

Вступительное испытание содержит вопросы по следующим дисциплинам: «География туризма», «Организация туристской деятельности», «Менеджмент в туристской индустрии», «Маркетинг в туристской индустрии», «Технология и организация международного и внутреннего туризма».

Примерный перечень вопросов для подготовки

Вопросы дисциплины: «География туризма»

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.

Вопросы дисциплины: «Организация туристской деятельности»

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.

Вопросы дисциплины: «Менеджмент в туристской индустрии»

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.

Вопросы дисциплины: «Маркетинг в туристской индустрии»
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.

Вопросы дисциплины: «Технология и организация международного и внутреннего туризма»
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.

4. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ

Максимальная оценка вступительного испытания составляет **100 баллов.**

Поступающие, набравшие**24 баллов и менее («неудовлетворительно»), выбывают из конкурса.**

5.1. Критерии оценивая теоретической части экзамена (собеседование в режиме онлайн)

Максимальная оценка за ответ на 1 вопроссоставляет **50 баллов, минимальная оценка 25 баллов**.

45-50 баллов – высокий уровень эрудиции, ответ на вопрос полностью раскрывают поднятую проблематику.

Теоретическое содержание дисциплин, включенных в программу вступительного экзамена освоено полностью. 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. Умеет самостоятельно делать общие выводы.

36-44 баллов – достаточный уровень эрудиции.

Теоретическое содержание дисциплин, включенных в программу вступительного экзамена освоено полностью. 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.

25-35 баллов – абитуриент в целом владеет материалом в сфере туристской деятельности. Теоретическое содержание дисциплин, включенных в программу вступительного экзамена в целом освоено.

16-24 баллов – абитуриент владеет основными краткими сведениями в сфере туристской деятельности.

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.

9-15 баллов – низкий уровень владения материалом.

Теоретическое содержание дисциплин, включенных в программу вступительного экзамена освоено частично.

0-8 баллов – очень низкий уровень владения материалом.

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

Комиссия может отнимать баллы за ответы абитуриентов по следующим критериям:

3 балла – отнимаются в случае, если допускаются неточные формулировки в определениях, терминах, либо трактовка определения или термина носит недостаточный характер;

5 баллов – отнимаются в случае отсутствия в ответе практических примеров применения тех или иных теоретических концепций, наработок, ссылок на дополнительную литературу, отсутствии полных ответов на дополнительные / наводящие вопросы (относящиеся к вопросу билета) членов комиссии.

2. Восколович, Н. А. Маркетинг туристских услуг: учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям / Н. А. Восколович. — 2-е изд. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 207 c. — ISBN 978-5-238-01519-4. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: http://www.iprbookshop.ru/81792.html.

3. Лисевич, А. В. Маркетинг в туристской индустрии: учебное пособие для бакалавров / А. В. Лисевич, Е. В. Лунтова. — М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 174 c. — ISBN 978-5-394-02434-4. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: http://www.iprbookshop.ru/75218.html.

4. Шпырня, О. В. Маркетинг в индустрии туризма и гостеприимства: учебное пособие для обучающихся по направлениям подготовки бакалавриата «Туризм» и «Гостиничное дело» / О. В. Шпырня. — Краснодар, Саратов: Южный институт менеджмента, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 119 c. — ISBN 978-5-93926-323-8. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: http://www.iprbookshop.ru/78034.html.

По дисциплине «Технология и организация международного и внутреннего туризма»

1. Казакевич Т. А. Организация и планирование деятельности предприятий сервиса: учебное пособие / Т. А. Казакевич. — СПб. : Интермедия, 2015. — 186 c. — ISBN 978-5-4383-0039-7. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: http://www.iprbookshop.ru/30207.html

2. Селиванов, В. В. Основы агентской деятельности в системе организации морского туризма [Электронный ресурс] : учебное пособие / В. В. Селиванов. — Электрон. текстовые данные. — Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 113 c. — 978-5-4486-0112-5. — Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/70774.html

3. Сухов Р. И. Организация туристской деятельности: учебник / Р. И. Сухов. — Электрон. текстовые данные. — Ростов-на-Дону: Южный федеральный университет, 2016. — 267 c. http://www.iprbookshop.ru/78686.html

4. Шабашова Л. А. Менеджмент в туристской индустрии: учебное пособие / Л. А. Шабашова. — Симферополь: Университет экономики и управления, 2018. — 247 c. — ISBN 2227-8397. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: http://www.iprbookshop.ru/86406.html