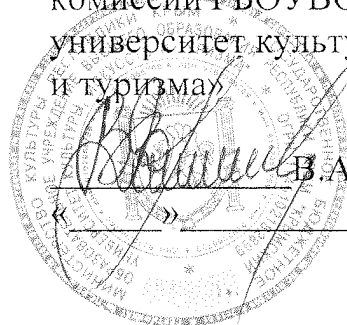


МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ РЕСПУБЛИКИ КРЫМ

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

«УТВЕРЖДАЮ»

Ректор, председатель приемной
комиссии ГБОУВО РК «Крымский
университет культуры, искусств
и туризма»



В.А. Горенкин

2022 г.

ПРОГРАММА ВСТУПИТЕЛЬНЫХ ИСПЫТАНИЙ

**с применением дистанционных образовательных технологий в 2022 году
по учебной дисциплине «ГЕОГРАФИЯ В ТУРИЗМЕ»
для поступающих на базе СПО по программам бакалавриата
направления подготовки 43.03.02 Туризм**

Формы обучения: очная, заочная

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

Программа утверждена на заседании кафедры туризма.
Протокол № «_6_» от _27 января___2022 г.

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

1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Настоящая программа определяет особенности проведения процедуры **дополнительных вступительных испытаний** для поступающих на базе СПО по **направлению подготовки 43.03.02 «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".

Программа вступительного испытания по предмету «Экономика туризма» разработана на основе содержания базового курса экономики для СПО.

Вступительное испытание по экономике в туризме построено по принципу комбинирования знаний, умений и навыков, приобретенных в учебных заведениях среднего звена.

Вступительное испытание оценивается по 100-балльной системе.

Минимальное количество баллов, необходимое для участия в конкурсе, –37 баллов.

При приеме на обучение по направлению подготовки 43.03.02 «Туризм» проводится вступительное испытание, которое включает собеседование: контроль знаний по экономике туризма.

Вступительные испытания проводятся на русском языке.

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

2. ТРЕБОВАНИЯ К АБИТУРИЕНТУ

К освоению программ бакалавриата по направлению подготовки 43.03.02 «Туризм» допускаются лица, имеющие среднее профессиональное образование, высшее профессиональное образование.

На экзамене по экономике туризма абитуриент должен показать знание вопросов по понятию и сущности туристского рынка, сегментированию туристского рынка, понятию туристского продукта, понятию основных фондов туристского предприятия, оборотным фондам туристского предприятия, затратам туристского предприятия, ценообразованию в туризме, коммерческого расчета предприятий туристской индустрии, налогообложению на предприятиях туристской индустрии, персонала туристского предприятия.

3. ПРОЦЕДУРА ПРОВЕДЕНИЯ ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ

Вступительные испытания по экономике в туризме проводятся в форме собеседования.

Собеседование проводится по билетам, содержащим 2 теоретических вопроса.

Собеседование проводится в очном или дистанционном режиме – режиме видеоконференции посредством электронного сервиса видеоконференцсвязи Zoom. в дистанционном режиме – режиме видеоконференции посредством электронного сервиса видеоконференцсвязи Zoom. Допускается использование средств видео-конференц-связи, 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 передачи информации по электронной почте 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 аудиокколонок).

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, последовательность действий и очередность вопросов, задаваемых членами экзаменационной комиссии, процедуру обсуждения и согласования результатов вступительного испытания.

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 собеседования – до 30 минут: до 20 минут выделяется на подготовку ответа, до 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.

4. ОСНОВНЫЕ ВОПРОСЫ И ТЕМЫ

Понятие и сущность туристского рынка.

Сущность, основные черты и структура туристского рынка. Функции и особенности туристского рынка. Оценка конъюнктуры и определение емкости рынка. Сезонность туристского рынка, определение коэффициента сезонности. Механизм функционирования туристского рынка, его закономерности. Туристский спрос, его основные черты и тенденции развития. Сущность туристского предложения и его особенности. Потребительское поведение.

Сегментирование туристского рынка.

Понятие сегментирования туристского рынка. Критерии сегментирования: географический, геодемографический, социально-экономический, психографический, поведенческий. Многомерное сегментирование. Требование к рыночному сегменту, ограничения сегментирования. Концентрированный и дисперсный методы поиска сегментов туристского рынка.

Туристский продукт.

Понятие «туристский продукт». Структура и жизненный цикл туристского продукта. Формирование продуктовой стратегии предлагаемых продуктов. Каналы сбыта. Система продвижения туристского продукта. Основные методы продвижения: реклама, поддержка продаж, связи с общественностью и их экономическая эффективность. Основные этапы разработки ассортимента новых продуктов. Внедрение нового туристского продукта на рынок.

Основные фонды туристского предприятия.

Основные фонды и их структура. Активные и пассивные основные фонды. Воспроизводство и прирост капитала. Физический и моральный износ основных фондов. Оценка основных фондов и ее виды: полная первоначальная (инвентарная), полная восстановительная (приведенная), остаточная, рыночная, ликвидационная, балансовая. Аналитические показатели использования основных фондов: рентабельность, фондоотдача, фондоемкость, фондовооруженность.

Оборотные фонды туристского предприятия.

Оборотные фонды и фонды обращения. Структура оборотных средств. Показатели использования оборотных средств. Нематериальные активы и формы управления их движением: франчайзинг, лицензирование, инжиниринг, эккаунтинг. Влияние состояния основных и оборотных средств на эффективность работы предприятия.

Затраты туристского предприятия.

Себестоимость, стоимость, цена туристского продукта. Особенности и принципы ценообразования в сфере услуг. Общеэкономические, конкретноэкономические, внешнеэкономические, специфические факторы, влияющие на цену туристского продукта. Равновесная цена. Состав и классификация затрат, включаемых в себестоимость продукции (работ, услуг) туристских предприятий. Производственные затраты. Явные (бухгалтерские) и неявные издержки. Элементы затрат на производство продукции: материальные, зарплаты на оплату труда, отчисления на социальные нужды, амортизация основных фондов, прочие затраты. Классификация затрат по статьям калькуляции и ряду других элементов. Современные особенности классификации затрат на производство туристских услуг. Постоянные и переменные затраты. Средние и предельные издержки. Трансакционные издержки. Учет затрат на производство, продвижения и реализации туристского продукта как информационная база о материальных, трудовых, денежных и иных затратах на производимый туристский продукт. Особенности учета затрат по системе «директкостинг».

Ценообразование в туризме.

Основные подходы к ценообразованию в туризме. Оптовая и розничная цена туристского продукта. Этапы ценообразования. Стратегия фирмы при ценообразовании:

стратегия скользящей, нагоняющей, падающей цены, стратегия преимущественной цены. Ценовая тактика фирмы: установление стандартных цен, гибких, психологически привлекательных цен. Установление исходной дорыночной цены. Методы ценообразования: затратный, агрегатный, параметрический. Влияние государства на ценообразование. Установление фиксированных, регулируемых, свободных или договорных цен. Корпоративная ценовая политика.

Коммерческий расчет предприятий туристской индустрии.

Коммерческий расчет на предприятии туристской индустрии. Объем продаж, выручка, прибыль, предельный доход. Экономическая природа прибыли, ее экономическая и социальная роль. Основные виды прибыли. Прибыль по образованию: средняя, или общественно нормальная, и добавочная. Прибыль по распределению: валовая и чистая. Предельная прибыль. Функции прибыли (учетная, стимулирующая, распределительная) и их сущность.

Налогообложение на предприятиях туристской индустрии.

Налогообложение в туристской сфере. Экономическая и социальная роль налогообложения. Функции и классификация налогов. Основные виды налогов в туризме.

Персонал туристского предприятия.

Персонал предприятия как условие осуществления предпринимательской деятельности и как фактор повышения конкурентоспособности предприятий в туризме. Вертикальная и горизонтальная структура персонала на предприятии туристской индустрии. «Квалификационные требования (профессиональные стандарты к основным должностям работников туристской индустрии)». Формирование, обучение, повышение квалификации персонала. Производительность труда персонала в туристской сфере. Особенности формы и методы оплаты его труда. Мотивация персонала и ее роль на предприятиях туризма.

5. ВОПРОСЫ ДЛЯ СОБЕСЕДОВАНИЯ

1. Сущность, основные черты и структура туристского рынка. Функции и особенности туристского рынка.
2. Оценка конъюнктуры и определение емкости рынка.
3. Сезонность туристского рынка, определение коэффициента сезонности.
4. Механизм функционирования туристского рынка, его закономерности.
5. Туристский спрос, его основные черты.
Методы продвижения: рекламы, поддержки продаж, связи с общественностью и их экономической эффективности.
6. Сущность туристского предложения и его особенности.
7. Потребительское поведение.
8. Понятие сегментирования туристского рынка. Критерии сегментирования.
9. Многомерное сегментирование. Требование к рыночному сегменту, ограничения сегментирования.
10. Концентрированный и дисперсный методы поиска сегментов туристского рынка.
11. Понятие «туристский продукт». Структура и жизненный цикл туристского продукта.
12. Формирование продуктовой стратегии предлагаемых продуктов.
13. Каналы сбыта. Система продвижения туристского продукта.
14. Основные методы продвижения: реклама, поддержка продаж, связи с общественностью и их экономическая эффективность.
15. Основные этапы разработки ассортимента новых продуктов. 6. Внедрение нового туристского продукта на рынок.
16. Основные фонды и их структура. Активные и пассивные основные фонды.

17. Воспроизводство и прирост капитала.
18. Физический и моральный износ основных фондов.
19. Основные фонды и их виды.
20. Оборотные фонды и фонды обращения.
21. Нематериальные активы и формы управления их движением.
22. Влияние состояния основных и оборотных средств на эффективность работы предприятия.
23. Себестоимость, стоимость, цена туристского продукта.
24. Особенности и принципы ценообразования в сфере услуг.
25. Равновесная цена.
26. Состав и классификация затрат, включаемых в себестоимость продукции (работ, услуг) туристских предприятий.
27. Производственные затраты.
28. Элементы затрат на производство продукции.
29. Современные особенности классификации затрат на производство туристских услуг.
30. Учет затрат на производство, продвижения и реализации туристского продукта.
31. Основные подходы к ценообразованию в туризме. Оптовая и розничная цена туристского продукта.
32. Этапы ценообразования.
33. Стратегия фирмы при ценообразовании: стратегия скользящей, нагоняющей, падающей цены, стратегия преимущественной цены.
34. Ценовая тактика фирмы.
35. Коммерческий расчет на предприятии туристской индустрии.
36. Понятия объема продаж, выручки, прибыли, предельного дохода.
37. Экономическая природа прибыли, ее экономическая и социальная роль.
38. Основные виды прибыли. Функции прибыли (учетная, стимулирующая, распределительная) и их сущность.
39. Налогообложение в туристской сфере. Экономическая и социальная роль налогообложения.
40. Функции и классификация налогов. Основные виды налогов в туризме.
41. Персонал предприятия как условие осуществления предпринимательской деятельности.
42. «Квалификационные требования (профессиональные стандарты к основным должностям работников туристской индустрии)».
43. Формирование, обучение, повышение квалификации персонала.
44. Производительность труда персонала в туристской сфере.
45. Особенности формы и методы оплаты его труда. Мотивация персонала и ее роль на предприятиях туризма.

6. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ

Максимальное количество баллов за ответ на один вопрос – 50 баллов, минимальное количество баллов – 18.

Итоговая оценка (максимум 100 баллов) определяется суммарным количеством набранных баллов за ответ на каждый вопрос собеседования. Максимальная оценка вступительного испытания составляет 100 баллов, минимальная – 37 баллов. Поступающие, набравшие менее 37 баллов, выбывают из конкурса. Время, отводимое на вступительное собеседование – до 30 минут.

Абитуриентом излагается содержание вопроса, материал освещается литературным языком с использованием соответствующих понятий и терминов.

Собеседование будет содержать два вопроса.

Первый вопрос из всего раздела: оценивается от 18 до 50 баллов.

Критерии оценивания ответов:

50-40 Абитуриент глубоко знает и самостоятельно излагает содержание вопросов, опираясь на соответствующую основную и дополнительную литературу. Ответ построен на уровне самостоятельного мышления, знания вопроса и всей темы. Материал излагается логически последовательно и полно, делаются соответствующие выводы.

39-29 Абитуриент продемонстрировал твердое знание программного материала, самостоятельность мышления, знание соответствующей литературы. Показал умение выделять главное, делать выводы и обобщения. При ответе возможны пробелы в усвоении второстепенных вопросов.

28-18 Абитуриент усвоил основную часть программного материала, в общем знаком с рекомендованной литературой. Ответ абитуриента строится на уровне репродуктивного мышления с нарушением логики изложения материала. Абитуриент не может достаточно полно ответить на дополнительные вопросы, связанные с излагаемым материалом.

17-0 (абитуриент выбывает из конкурса). Абитуриент не усвоил или лишь частично усвоил программный материал. Не знает основной литературы. Допускает существенные ошибки в освещении поставленных вопросов.

Второй вопрос из всего раздела:

оценивается от 19 до 50 баллов

50-40 Абитуриент глубоко знает и самостоятельно излагает содержание вопросов, опираясь на соответствующую основную и дополнительную литературу. Ответ построен на уровне самостоятельного мышления, знания вопроса и всей темы. Материал излагается логически последовательно и полно, делаются соответствующие выводы.

39-29 Абитуриент продемонстрировал твердое знание программного материала, самостоятельность мышления, знание соответствующей литературы. Показал умение выделять главное, делать выводы и обобщения. При ответе возможны пробелы в усвоении второстепенных вопросов.

28-19 Абитуриент усвоил основную часть программного материала, в общем знаком с рекомендованной литературой. Ответ абитуриента строится на уровне репродуктивного мышления с нарушением логики изложения материала. Абитуриент не может достаточно полно ответить на дополнительные вопросы, связанные с излагаемым материалом.

18-0 (абитуриент выбывает из конкурса). Абитуриент не усвоил или лишь частично усвоил программный материал. Не знает основной литературы. Допускает существенные ошибки в освещении поставленных вопросов.

Комиссия может отнимать баллы за ответы абитуриентов по следующим критериям:

10 баллов – отнимается в случае, если допускается неточная формулировка в определении, термине, либо трактовка определения или термина носит недостаточный или односторонний характер;

20 баллов – отнимаются в случае отсутствия ответов на дополнительные (наводящие) вопросы членов комиссии;

30 баллов – отнимаются в случае отсутствия достаточного уровня знаний теоретического и практического характера, отсутствия логики в изложении материала;

40 баллов – отнимаются в случае отсутствия ответа на вопрос, неправильной формулировке основных терминов и понятий или ее отсутствии.

7. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

Основная литература.

1. Боголюбов, В. С. Экономика туризма: учебник для студ. высш. проф. образования, обуч. по направл. подгот. "Туризм" / Боголюбов В. С., Орловская В. П. - 4-е изд., перераб. и доп. - М. : Академия, 2013. - 192 с.

2. Экономика туризма: учебник для студ. вузов, обуч. по направл. подгот. "Туризм" / Морозов М. А., Морозова Н. С., Карпова Г. А., Хорева Л. В. - М. : Федеральное агентство по туризму, 2014. - 320 с.

3. Дмитриев, М.Н. Экономика туристского рынка: учебник / М.Н. Дмитриев, М.Н. Забаева, Е.Н. Малыгина. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Юнити-Дана, 2011. - 312 с. - ISBN 978-5-238-01855-3; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=118269>

4. Скобкин С. С. Практика сервиса в индустрии гостеприимства и туризма : учеб. пособие [для студ. вузов, обуч. по спец. 100103 "Социально-культурный сервис и туризм"] / Скобкин С. С. - М. : Магистр, 2013 ; ИНФРА-М. - 496 с.

5. Дмитриев, М.Н. Экономика туристского рынка: учебник / М.Н. Дмитриев, М.Н. Забаева, Е.Н. Малыгина. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Юнити-Дана, 2011. - 312 с. - ISBN 978-5-238-01855-3; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=118269>

6. Ермакова, Ж. Экономика и организация средств размещения: практикум: учебное пособие / Ж. Ермакова, О. Тетерятник, Н. Лучко ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Оренбургский государственный университет». - Оренбург: ОГУ, 2013. - 100 с.; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=259180>

7. Ермакова, Ж. Экономика транспортного обслуживания в туризме: курс лекций: учебное пособие / Ж. Ермакова, О. Тетерятник, Н. Лучко; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Оренбургский государственный университет». - Оренбург: ОГУ, 2013. - 111 с.: табл. - Библиогр. в кн.; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=259112>

8. Здоров, А. Б. Экономика туризма: учебник по специальности "Менеджмент организации" / А. Б. Здоров. - Москва: Финансы и статистика, 2011. - 266 с.

9. Статистика: Учебник И.И. Сергеева, Т.А. Чекулина, С.А. Тимофеева- М: ИД «Форум» - Инфра - М. 2016г. - 304 с.

10. Чуев И.Н., Чуева Л.Н. Экономика предприятия, Учебник, 6-ое изд., перераб. и доп. М.: Издательство - торговая корпорация «Дашков и К0», 2010 - 416 с.

11. Яковлев Г.А. Экономика и статистика туризма. Учебное пособие. Рубрика «Бизнес» М.- Изд. РДЛ. 2007 г.-225 с.

Дополнительные источники:

1. Баскакова О.В. "Экономика организации (предприятий)". Учебное пособие. М., 2009. – 158 с.
2. Квартальное, В. А. Туризм: учебник для образовательных учреждений туристского профиля / В. А. Квартальнов. - Москва: Финансы и статистика, 2007. - 335 с.
3. Каурова, А. Д. Организация сферы туризма: учебное пособие / А. Д. Каурова. - Москва. - Санкт-Петербург: Герда, 2008. - 368 с.
4. Туризм: макроэкономика и микроэкономика / С. А. Быстров, М. Г. Воронцова. - Москва. - Санкт-Петербург: Герда, 2008. -464 с.
5. Ушаков, Д. С. Экономика туристской отрасли: учебное пособие / Д. С. Ушаков. - Ростов-на-Дону: Феникс: MapT, 2010. -446 с.
6. Экономика туризма: учебник / Ю. В. Темный, Л. Р. Темная. - Москва: Финансы и статистика: Инфра-М, 2010.-446 с.
7. Экономика и предпринимательство в социально—культурном сервисе и туризме: учебник / М. Н. Дмитриев, М. Н. Забаева. - Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2009. - 398 с.
8. Экономика и организация туризма: международный туризм: учебное пособие / Московская академия туристского и гостинично-ресторанного бизнеса. - Москва: Кнорус, 2007. - 565 с.
9. Экономика отрасли: туризм: учебное пособие / Е. А. Замедлина, О. Н. Козырева. - Москва: Альфа-М: Инфра-М, 2012 г.-262 с.