

**САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГИЙ
УПРАВЛЕНИЯ И ЭКОНОМИКИ**



УТВЕЖДАЮ

**И.о. ректора Санкт-Петербургского
университета технологий
управления и экономики**

С.В. Авдашкевич

«29» октября 2020 г.

**ПРОГРАММА
ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ**

Направление подготовки

43.04.02 Туризм

Уровень высшего образования


Магистратура

Программа вступительного испытания сформирована на основе
Федерального государственного образовательного стандарта высшего
образования по программе бакалавриата 43.03.02 «Туризм»

ОБСУЖДЕНО

на заседании кафедры Сервиса и туризма
«23» октября 2020 г., протокол № 3


зав. кафедрой СиТ

 / Филиппова И.Г. /

ОДОБРЕНО

методическим советом института ГСН
«26» сентября 2020 г., протокол № 1

Председатель методического совета ИГСН

 / Торгунакова Е.В. /

1. Цели и задачи междисциплинарного вступительного испытания

Целью проведения междисциплинарного вступительного испытания при поступлении в магистратуру по направлению 43.04.02 Туризм является выявление имеющихся знаний в области туризма, навыков профессионального мышления, способности к самостоятельному мышлению и умения применять знания для решения практических задач.

Задачи проведения междисциплинарного вступительного испытания:

- Определить общий уровень научной подготовленности поступающего, требуемый для освоения магистерской программы по направлению 43.04.02 Туризм;
- определить общий уровень готовности поступающего к научно-исследовательской работе над магистерской диссертацией;
- произвести отбор поступающих, наиболее подготовленных к освоению магистерской программы по направлению 43.04.02 Туризм.

2. Содержание программы

2.1. СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ТУРИЗМА

Сущность туризма и его основные социально-экономические категории. Социальное предпринимательство. Экономические показатели мировой индустрии туризма. Дестинация как элемент туристской системы. Определение воздействия туризма на экономику. Мультипликаторный эффект. Спрос и предложение в туризме, тенденции их развития. Экономические основы деятельности туристской фирмы. Проблемы ценовой политики туристской фирмы. Экономическая и социальная эффективность туризма. Место туризма в отраслевой структуре экономики страны. Экономический аспект международного туризма. Развитие туристского бизнеса в России.

2.2. ТЕХНОЛОГИЯ ОРГАНИЗАЦИИ ТУРОПЕРАТОРСКИХ УСЛУГ

Туристские путешествия: понятие, виды и типы, классификация по мотивации поездки, потребительским возможностям туристов и доступности дестинации. Индустрия туризма, ее состав и функции. Формы и методы организации. Виды туристских предприятий и их функциональное назначение. Виды туристских ресурсов и их характеристика Туристский регион как объект туристской отрасли. Развитие материально-технической базы туризма. Инфраструктура туризма. Цель, задачи, порядок и стадии проектирования туристско-рекреационных комплексов. Турист как субъект туризма: определение, классификация по мотивации путешествия. Турист как субъект туризма: определение, классификация по потребительским возможностям. Классы обслуживания туристов, назначение, наименование,

содержание. Модель коммуникативной системы передачи информации (вербальный, кинетический и сигнальный каналы). Реализация туристского продукта: понятие, виды, особенности, последовательность.

2.3. МЕНЕДЖМЕНТ В ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ

Развитие и формы предпринимательства в сфере туризма. Организационная структура управления отраслью туризма в Российской Федерации. Обязанности организатора туризма (туроператора и турагента). Управление персоналом предприятия туризма. Механизм и инструментарий управления туристским предприятием, его структурными подразделениями. Теория личностных черт лидерства и ее значение для руководителя турфирмы. Поведенческие теории лидерства и их роль в управлении турфирмой. Ситуационные теории лидерства и их применение в управлении турфирмой. Понятие и процесс мотивации сотрудников турфирмы. Содержательные теории мотиваций: А.Маслоу, Ф.Херцберга, МакКлеланда и их значение для практики управления турфирмой. Процессуальные теории мотиваций (В.Врума, Дж.Эдамса, Ф.Скиннера, Портера-Лоурера) и их применение для стимулирования труда сотрудников турфирмы. Подбор персонала. Инновационные методы мотивации персонала организаций туризма.

2.4. МАРКЕТИНГ В ТУРИЗМЕ

Понятие и сущность маркетинга. Маркетинг и его специфика в туризме. Маркетинговая среда турфирмы (гостиницы). Факторы удовлетворения потребителя. Роль маркетинга на предприятии туризма. Понятие маркетинговой стратегии турфирмы. Исследование рынка туристских услуг: структура, конъюнктура, емкость, доля. Исследование конкурентов: виды конкуренции, конкурентная карта. Модели поведения потребителей. Маркетинговый план турфирмы. Ценовая стратегия турпредприятия. Сегментирование рынка туристских услуг. Принципы сегментирования рынка туристских услуг. Разработка и внедрение нового турпродукта. Позиционирование турпродукта. Жизненный цикл турпродукта. Методы ценообразования. Сущность маркетинговых коммуникаций. Элементы комплекса маркетинговых коммуникаций.

Маркетинговая служба турпредприятия. Система маркетинговой информации турпредприятия.

3. Список литературы

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ТУРИЗМА

1. Дурович А. П. Организация туризма. Учебное пособие. — СПб.: Питер, 2012 г. — 320 с. — Электронное издание. — ISBN 978-5-459-01051-0

2. Качмарек Я., Стасяк А., Влодарчик Б. Туристический продукт. Замысел. Организация. Управление: учебное пособие. — М. :Юнити, 2012 г. — 495 с. — Электронное издание. — УМЦ.
3. Лесников, Александр Михайлович. Современные тенденции развития туризма [Электронный ресурс]: электронное учебное пособие: рекомендовано методсоветом ВУЗа / А. М. Лесников; С.-Петербург. акад. упр. и экон. - Электрон.текстовые дан. - СПб.: Изд-во СПбАУЭ, 2010.
4. Чудновский А. Д. Управление индустрией туризма [Электр.ресурс] : учебник для вузов: рекомендовано Мин. образования / А. Д. Чудновский, М. А. Жукова, В. С. Сенин, 2010.- 1 о=эл. опт. диск (CD-ROM).
5. Экономика туризма [Текст]: учебное пособие для вузов / В. В. Бородин. - М. : Форум, 2011. - 240 с. - (Высшее образование).
6. Экономика туристского рынка [Текст]: учебник для вузов : рекомендовано Мин. образования / М. Н. Дмитриев, М. Н. Забаева, Е. Н. Малыгина. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2013. - 311 с.
7. Экономика туризма [Текст]: учебник для бакалавриата / В. С. Боголюбов, В. П. Орловская. - 4-е изд., перераб. и доп. - М. : Академия, 2013. - 192 с. - (Высшее профессиональное образование: Туризм) (Бакалавриат)

ТЕХНОЛОГИЯ ОРГАНИЗАЦИИ ТУРОПЕРАТОРСКИХ УСЛУГ

1. Качмарек Я., Стасяк А., Влодарчик Б. Туристический продукт. Замысел. Организация. Управление: учебное пособие. — М.: Юнити, 2012 г. — 495 с. — Электронное издание. — УМЦ.
2. Организация туристического бизнеса: технология создания турпродукта [Текст]: учебно-практическое пособие для вузов / О. Ю. Грачева [и др.]. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Дашков и К, 2010. - 276 с.
3. Технология и организация операторских и агентских услуг [Текст]: учебник для вузов / А. А. Жуков, С. О. Дерябина. - 2-е изд., стер. - М.: Академия, 2014. - 208 с. - (Высшее профессиональное образование: Туризм).
4. Технология и организация туроператорской деятельности [Текст] : учебное пособие для среднего профессионального образования / Н. Л. Любавина, Л. А. Короленко, Т. А. Нечаева. - М.: Академия, 2013. - 288 с.
5. Технология и организация туроператорских услуг [Электронный ресурс]: электронное учебное пособие: рекомендовано методсоветом ВУЗа / И. З. Яхимович, Н. А. Крохина; С.-Петербург. акад. упр. и экон. - Электрон.текстовые дан. - СПб.: Изд-во СПбАУЭ, 2010.

6. Технологии и организация продаж в туристском агентстве [Текст]: учебное пособие для вузов / Р. И. Сухов. - Ростов н/Д :МарТ, 2010. - 366 с. - (Туризм и сервис).
7. Технология создания турпродукта: пакетные туры [Текст]: учебно-методическое пособие / В. А. Веткин, Е. В. Винтайкина. - М.: Финансы и статистика; М.: Инфра-М, 2010. - 240 с. :

МЕНЕДЖМЕНТ В ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ

1. Косолапов А.Б. Менеджмент в туристической фирме. — М.: КНОРУС, 2011 г. — 256 с. — Электронное издание. — ISBN 176052
2. Косолапов А.Б. Управление рисками в туристском бизнесе: учебное пособие. — КНОРУС, 2012 г. — 286 с. — Электронное издание. — УМО.
3. Менеджмент в туристском бизнесе [Текст]: учебное пособие для вузов: рекомендовано методсоветом по направлению / М. А. Жукова. - 3-е изд., перераб. и доп. - М. : КноРус, 2010. – 192.
4. Пироженко Н.Т. Риск-менеджмент в туризме. — М.: Креативная экономика, 2012 г. — 192 с. — Электронное издание. — ISBN 978-5-91292-103-2.
5. Лесников, Александр Михайлович. Менеджмент и маркетинг туризма [Электр.ресурс]: электронное учебное пособие: рекомендовано методсоветом ВУЗа / А. М. Лесников, 2010.- 1 CD-ROM

МАРКЕТИНГ В ТУРИЗМЕ

1. Дашкова Т. Л. Маркетинг в туристическом бизнесе. — М.: Дашков и К°, 2010 г. — 72 с. — Электронное издание. — ISBN 978-5-394-00782-8
2. Качмарек Я., Стасяк А., Влодарчик Б. Туристический продукт. Замысел. Организация. Управление: учебное пособие. — М.: Юнити, 2012 г. — 495 с. — Электронное издание. — УМЦ.
3. Кузнецов И.Н. Управление продажами: Учебно-практическое пособие. — М.: Дашков и К°, 2013 г. — 492 с. — Электронное издание.
4. Лесник А.Л. Гостиничный маркетинг: теория и практика максимизации продаж. — М.: КНОРУС, 2011 г. — 232 с. — Электронное издание.
5. Лесников, Александр Михайлович. Менеджмент и маркетинг туризма [Электр.ресурс]: электронное учебное пособие: рекомендовано методсоветом ВУЗа / А. М. Лесников, 2010.- 1 CD-ROM.
6. Сухов, Роман Игоревич. Технологии и организация продаж в туристском агентстве: учебное пособие для вузов / Р. И. Сухов, 2010.- 366 с.

4. Критерии и шкала оценивания ответа абитуриента

Для объективной оценки знаний поступающих, на междисциплинарном вступительном испытании, проводимом в устной форме оценивание осуществляется по 100 (стобальной) шкале.

Критерии и шкала оценивания:

Баллы	Критерии оценки
100-90	оценка «отлично» ставится за глубокое понимание рекомендуемого материала, за умение самостоятельно комментировать отдельные положения, за логический и литературно правильно построенный ответ, за убедительность и ясность ответа, когда поступающий не допускает ошибок.
89-70	оценка «хорошо» ставится за правильное и глубокое усвоение рекомендуемого материала, однако в ответе допускаются не точности и незначительные ошибки, как в содержании, так и в форме построения ответа.
69-60	оценка «удовлетворительно» свидетельствует о том, что поступающий знает основные, существенные положения рекомендованного материала, но не умеет их разъяснять, допускает отдельные ошибки и неточности в содержании знаний и в форме построения ответа.
59-40	оценка «неудовлетворительно» выставляется за плохое изложение рекомендуемого материала, ответ показывает, что поступающий знаком с рекомендованным материалом, но не выявляет основных положений, допускает существенные ошибки, которые искажают смысл излагаемого, передает информацию, которую запомнил из прочитанного, но которая логически не обработана в его сознании, не переведена в систему положений, доводов.
39-1	оценка «плохо» ставится тогда, когда поступающий не знаком с рекомендуемым материалом.

Вступительное испытание состоит из 2 вопросов.

За каждый вопрос поступающий может набрать максимум 50 баллов.

Баллы, полученные за выполненные задания, суммируются.

Минимальное количество баллов, подтверждающее успешное прохождение междисциплинарного вступительного испытания устанавливается на уровне 60 баллов.

5. Примерные вопросы для подготовки к междисциплинарному вступительному испытанию

1. Сущность туризма и его основные социально-экономические категории.
2. Перспективы развития российского и международного туристского рынка.
3. Государственное регулирование туристской деятельности.
4. Законодательная основа деятельности предприятия туристской индустрии в России.

5. Организационная структура управления отраслью туризма в Российской Федерации.
6. Место туризма в отраслевой структуре экономики страны.
7. Экономические показатели мировой индустрии туризма.
8. Дестинация как элемент туристской системы.
9. Индустрия туризма, ее состав и функции.
10. Маркетинговая среда турфирмы и ее структура.
11. Сущность и структура туристского рынка.
12. Система менеджмента качества в туризме в соответствии со стандартами ИСО 9000
13. Классификация форм и видов туризма.
14. Виды туристских ресурсов и их характеристика.
15. Характеристика инновационной деятельности в туризме.
16. Туристский регион как объект туристской отрасли.
17. Основные принципы и функции маркетинга в туризме.
18. Анализ сильных и слабых сторон туристской организации (SWOT) анализ.
19. Виды туристских предприятий и их функциональное назначение.
20. Обязанности организатора туризма (туроператора и турагента).
21. Исследование рынка туристских услуг. Оценка конъюнктуры и емкости рынка.
22. Управление персоналом предприятия туризма.
23. Механизм и инструментарий управления туристским предприятием, его структурными подразделениями.
24. Развитие материально-технической базы туризма. Инфраструктура туризма.
25. Конкуренция на рынке туристских услуг, ее сущность и виды.
26. Спрос и предложение в туризме. Эластичность спроса.
27. Стратегическое и текущее планирование туристского предприятия.
28. Методы и этапы маркетинговых исследований в туризме.
29. Организационная структура маркетинговой деятельности туристского предприятия.
30. Определение воздействия туризма на экономику. Мультипликаторный эффект.