

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ТЕХНОЛОГИЙ УПРАВЛЕНИЯ И ЭКОНОМИКИ



ПРОГРАММА МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО  
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 Предпринимательства и туризма

«30» августа 2016 г., протокол № 1

зав. кафедрой Пит

 / Литвинов А.Г.

**ОДОБРЕНО**

методическим советом института ГСН

«02» сентября 2016 г., протокол № 1

Председатель методического совета ИГСН

 / Савин А.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 (стобалльной) 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. Место туризма в отраслевой структуре экономики страны.
3. Экономические показатели мировой индустрии туризма.
4. Дестинация как элемент туристской системы.
5. Государственное регулирование туристской деятельности.

6. Организационная структура управления отраслью туризма в Российской Федерации.
7. Индустрия туризма, ее состав и функции.
8. Сущность и структура туристского рынка.
9. Классификация форм и видов туризма.
10. Виды туристских ресурсов и их характеристика.
11. Туристский регион как объект туристской отрасли.
12. Основные принципы и функции маркетинга в туризме.
13. Определение воздействия туризма на экономику. Мультипликаторный эффект.
14. Анализ сильных и слабых сторон туристской организации (SWOT) анализ.
15. Виды туристских предприятий и их функциональное назначение.
16. Обязанности организатора туризма (туроператора и турагента).
17. Исследование рынка туристских услуг. Оценка конъюнктуры и емкости рынка.
18. Управление персоналом предприятия туризма.
19. Механизм и инструментарий управления туристским предприятием, его структурными подразделениями.
20. Развитие материально-технической базы туризма. Инфраструктура туризма.
21. Конкуренция на рынке туристских услуг, ее сущность и виды.
22. Спрос и предложение в туризме. Эластичность спроса.
23. Методы и этапы маркетинговых исследований в туризме.
24. Организационная структура маркетинговой деятельности туристского предприятия.
25. Маркетинговая среда турфирмы и ее структура.