

**МИНОБРНАУКИ РОССИИ**  
**Федеральное государственное бюджетное**  
**образовательное учреждение высшего образования**  
**«Астраханский государственный университет»**  
**(Астраханский государственной университет)**

**УТВЕРЖДЕНА**  
**Ученым советом**  
**ФГБОУ ВО «Астраханский**  
**государственный университет»**  
**«28» октября 2021 года,**  
**протокол №3**

**ПРОГРАММА ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ**

**ОРГАНИЗАЦИЯ ТУРОПЕРЕЙТИНГА,**

**для поступающих по направлению подготовки магистров**

**43.04.02 ТУРИЗМ**

**Направленность/профиль – Организация управления туристскими**  
**дестинациями**

**в 2022 году**

Программа рассмотрена на заседании кафедры мировой экономики и финансов «03» сентября 2020 г. (протокол №2)

### **1. Назначение вступительного испытания**

Лица, желающие освоить программу специализированной подготовки магистра, должны иметь высшее профессиональное образование определенной степени, подтвержденное документом государственного образца. Зачисление на специализированную магистерскую программу производится на конкурсной основе.

Вступительные испытания предназначены для выявления уровня подготовки претендентов на обучение в магистратуре по направлению «Туризм» и оценки соответствия степени их подготовленности требованиям государственного стандарта высшего образования, соответствующего уровню квалификации не ниже бакалавра туризма.

### **2. Особенности проведения вступительного испытания**

2.1. Форма вступительного испытания — тестирование.

2.2 Система оценивания – стобалльная.

### **3. Литература, рекомендуемая для подготовки к вступительному испытанию**

#### **Основная литература:**

1. Алексеева Н.П., Tourismus. Туризм / Алексеева Н.П. - М. : ФЛИНТА, 2017. - 333 с. - ISBN 978-5-9765-1314-3 - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785976513143.html>.
2. Веселова Н.Ю. Организация туристской деятельности [Электронный ресурс]: учебное пособие для бакалавров/ Веселова Н.Ю. - Электрон. текстовые данные. - Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2019. - 255 с. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/83129.html>. – ЭБС «IPRbooks».
3. Захарова Н.А. Основы гостиничного дела [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Захарова Н.А. - Электрон. текстовые данные. - Москва: Ай Пи Ар Медиа, 2020. - 297 с. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/93543.html>. - ЭБС «IPRbooks».
4. Ильина, Е. Н. Туроперейтинг : продвижение туристского продукта : учебник / Е. Н. Ильина. - Москва : Финансы и статистика, 2008. - 176 с. - ISBN 978-5-279-03248-8. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785279032488.html>
5. Малыгина, М. В. Технология организации турагентской и туроператорской деятельности : учебное пособие / М. В. Малыгина. – Омск : Издательский центр КАН, 2017. – 136 с. – ISBN 978-5-9500578-1-6. – Текст : электронный // Электронно- библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru/95633.html> (дата обращения: 16.10.2020). – Режим доступа: для авторизир. Пользователей
6. Пяткова С.Г. Основы туризма [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие/ Пяткова С.Г.- Электрон. текстовые данные. - Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2019. - 151 с. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/83810.html>. - ЭБС «IPRbooks».

7. Шпырня О.В. Маркетинг в индустрии туризма и гостеприимства [Электронный ресурс]: учебное пособие для обучающихся по направлениям подготовки бакалавриата «Туризм» и «Гостиничное дело» / Шпырня О.В. - Электрон. текстовые данные. - Краснодар, Саратов: Южный институт менеджмента, Ай Пи Эр Медиа, 2018. - 119 с. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/78034.html>. - ЭБС «IPRbooks».

#### Дополнительная литература:

8. Алексеев Н.П., Ресторанный сервис. Restaurant service/ Алексеева Н.П.- М. : ФЛИНТА, 2016. – 328 с. [Доступ через ЭБС «Консультант студента» <https://www.studentlibrary.ru/ru/book/ISBN9785976509726.html> ]
9. Владыкина Ю.О., Техника и технологии в сервисе и туризме : учебное пособие / Владыкина Ю.О. - Новосибирск : Изд-во НГТУ, 2017. - 192 с. - ISBN 978-5-7782-3283-9 – Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785778232839.html>.
10. Добрина Н.А., Экскурсоведение : учеб. пособие / Н.А. Добрина - М. : ФЛИНТА, 2019. - 288 с. - ISBN 978-5-9765-1118-7 - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785976511187.html>.
11. Котанс А.Я., Технология социально-культурного сервиса и туризма : учеб. пособие / А.Я. Котанс. - 3-изд., стер. - М. : ФЛИНТА, 2019. - 384 с. - ISBN 978-5-9765-0803-3 - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785976508033.html>.
12. Костюченко Т.Н., Организация и планирование деятельности предприятий сервиса : учебное пособие / Т.Н. Костюченко, Н.Ю. Ермакова, Ю.В. Орел, С.С. Вайцеховская, Н.Н. Тельнова, Д.В. Сидорова, М.Б. Черемных - Ставрополь : АГРУС Ставропольского гос. аграрного ун-та, 2017. - 138 с. - ISBN -- - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL: [https://www.studentlibrary.ru/book/stavgau\\_00130.html](https://www.studentlibrary.ru/book/stavgau_00130.html).
13. Сушкова Т.А., Бизнес-планирование на предприятиях сферы обслуживания : учеб. пособие / Т.А. Сушкова. - Воронеж : ВГУИТ, 2018. - 185 с. - ISBN 978-5-00032-393-9 - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785000323939.html>.
14. Истомина Э.Г., Внутренний туризм и туристские ресурсы России : учебное пособие / Э.Г. Истомина, М.Г. Гришулькина. - 2-е изд., испр. и доп. (эл.). - М. : Рос. гос. гуманитарн. ун-т, 2019. - 296 с. Систем. требования: Adobe Reader XI либо Adobe Digital Editions 4.5 ; экран 10 (1 файл pdf : 296 с.). - ISBN 978-5-7281-2488-7. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785728124887.html>.

#### 4.Перечень вопросов

Раздел I. Организационные основы туристской деятельности.

1. Туризм и туристская деятельность: основные понятия и виды туризма. Международное регулирование туристской деятельности. Факторы развития туризма. Перспективы развития международного туризма.

2. Органы управления туризмом в России на федеральном и региональном уровнях. Единый федеральный реестр туроператоров. Проблемы финансового обеспечения.

3. Индустрия туризма и ее компоненты. Туристские услуги и их виды. Функциональная схема организованного туризма. Особенности и перспективы развития российской туристической индустрии (по видам туризма).

4. Проектирование туристского пространства. Территориальный аспект и уровни туристско-рекреационного проектирования. Брендирование территорий и предприятий сферы туризма.

5. Туристский потенциал территории. Туристские ресурсы. Методы определения туристского потенциала. Государственно-частное партнерство как инструмент реализации туристской политики.

6. Организация выездного туризма. Особенности разработки программ выездного туризма. Туристские формальности. Страхование и медицинское обеспечение международных путешествий.

7. Организация въездного туризма. Особенности разработки программ въездного туризма. Визовая поддержка въезда иностранных туристов. Направления развития въездного туризма.

8. Организация внутреннего туризма. Особенности разработки программ внутреннего туризма. Реализация политики импортозамещения в сфере туризма.

## Раздел II. Технологии туристской деятельности.

9. Технологии экскурсионной деятельности. Экскурсии и особенности их классификации. Порядок аккредитации экскурсоводов и гидов-переводчиков. Основы профессионального мастерства экскурсовода. Сопровождение экскурсионных групп.

10. Особенности проектирования экскурсии: технологическая карта экскурсии, карта-схема экскурсии: структура и базовые элементы; клише для заполнения технологической карты; технологическая карта музейной экскурсии.

11. Методика экскурсионной деятельности. Методика показа. Виды наглядности, способы экскурсионного показа. Точки показа. Приемы экскурсионного показа. Методика рассказа. Речь экскурсовода. Приемы рассказа. Композиция экскурсии. Требования к проведению экскурсии.

12. Состояние и перспективы развития отрасли. Пищевые модели и системы стран мира. Классификация и типизация предприятий питания, их особенности.

13. Основы технологии производства продукции предприятиями питания. Нормативно-технологическая документация в сфере питания. Типы организации питания туристов. Виды обслуживания и сервиса.

14. Назначение и правила составления меню. Виды меню. Особенности составления меню для иностранных туристов, конфессиональных, национальных и возрастных групп. Специальные формы обслуживания. Организация и обслуживание приемов и банкетов.

15. Современные тенденции развития индустрии гостеприимства в России и мире. Международные бренды на российском гостиничном рынке. Национальные и региональные гостиничные бренды в России.

16. Существующие модели гостеприимства: характеристика и особенности. Современные формы гостиничного бизнеса: независимые, входящие в сети (франчайзинг), члены ассоциаций и консорциумов, гостиничные операторы / управляющие компании на рынке, ранжирование сетевых брендов, типы и профили управляющих компаний.

17. Гостиницы: понятие, характеристика, типология и функциональное назначение. Национальная система классификации гостиниц и иных средств размещения. Правовое регулирование гостиничной индустрии в Российской Федерации.

18. Гостиничные службы: служба приема и размещения и служба бронирования; служба обслуживания и эксплуатации номерного фонда; вспомогательные службы отеля (административно-управленческая, коммерческая, инженерно-техническая службы, служба безопасности); служба организации питания отеля.

### Раздел III. Организация туроперейтинга.

19. Понятие туроперейтинга. Туроператор и его основные функции. Цели туроператора. Классификация и виды туроперейтинга и туроператоров. Современный рынок и география туроперейтинга.

20. Правовые аспекты туроператорской деятельности. Организационно-правовые формы и виды туристских предприятий. Разработка учредительных документов, регистрация и оформление фирмы. Организационно-управленческая структура туроператорской фирмы.

21. Турпродукт как комплекс туристских услуг. Структура, уровни и формы туристского продукта. Стратегии менеджмента туристского продукта.

22. Основы и нормативно-правовая база проектирования туристского продукта. Маркетинговые исследования туристского рынка. Маркетинговая среда туроператора. Сегментирование рынка. Позиционирование туров и туроператоров.

23. Стратегическое планирование деятельности предприятия. Бизнес-план туристской организации как основа успешного развития бизнеса.

24. Разработка программы туристского обслуживания. Планирование туров. Составление договорного плана тура. Оформление туристской документации.

25. Характеристика туристского договора и требования к его составлению. Договорные отношения между отправляющим и принимающим туроператором. Туроператор и турист: договор о реализации туристского продукта. Контроль и оценка качества туристского обслуживания. Конфликты и споры в практике организации туроперейтинга.

26. Взаимоотношения туроператора с авиакомпаниями. Схемы работы туроператора с предприятиями железнодорожного и автомобильного транспорта. Формы сотрудничества туроператора с судовладельцами. Взаимодействие туроператора с предприятиями размещения и питания. Сотрудничество туроператора с экскурсионными организациями.

27. Цена в комплексе маркетинга туроператора. Цели и методы ценообразования. Ценовые стратегии и тактики. Издержки производства и себестоимость продукта. Расчет окончательной цены турпродукта.

28. Туристская реклама в комплексе маркетинга туроператора. Прямые продажи и стимулирование сбыта турпродукта. Средства туристской пропаганды в арсенале

туроператора. Формирование сбытовой сети туроператора. Интернет-технологии в продвижении турпродукта оператора.

29. Выставки в комплексе маркетинга туристской фирмы. Подготовка туроператора к участию в выставках. Участие в выставке и послевыставочный период. Стендист и особенности его работы на выставке.

30. Особенности работы туроператора с агентами. Процедура поиска и выбора агентов. Агентское соглашение. Работа с туристскими агентствами. Агентские сети и способы стимулирования их активности. Каталоги туроператоров и методика работы с ними.

## **5. Основные критерии оценивания ответа абитуриента, поступающего в магистратуру**

Абитуриент должен:

- знать теоретические основы и закономерности функционирования предприятий индустрии туризма;
- иметь системное представление о структурах и тенденциях развития российского и международного туризма, туристского рынка в России;
- понимать многообразие процессов развития туризма в современном мире, их связь с другими процессами, происходящими в обществе;
- иметь представление об основных методах экономического анализа в сфере туризма;
- использовать компьютерную технику в режиме пользователя для решения профессиональных задач;
- владеть специальной терминологией и лексикой;
- иметь навыки самостоятельного овладения новыми знаниями, используя современные образовательные технологии.