

ПРОГРАММА ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ	
Наименование вступительного испытания:	
Туризм	
Направление подготовки:	
43.04.02 Туризм	
Образовательные программы:	
«Молодежный туризм»	
Форма проведения вступительного испытания:	
Тестирование (письменно) на русском языке	
Аннотация:	
Программа вступительного испытания включает перечень тем по дисциплинам базовой и вариативной частей профессионального цикла учебного плана по направлению подготовки 43.03.02 Туризм	
Дисциплины, включенные в программу вступительного испытания:	
1) «Технологии туристской деятельности»; 2) «Менеджмент в туризме» 3) «Маркетинг в туризме».	
Содержание программы вступительного испытания (перечень тем (вопросов)):	
Раздел 1. «Технологии туристской деятельности»	
1. Понятие туризма и путешествия. 2. Основные понятия в туристской деятельности. 3. Рынок туристских услуг, его объекты и субъекты. 4. Турист: нормативное определение и сущность понятия, классификация. 5. Особенности современного туриста и их учёт при планировании программы путешествия б. 6. Классификация туристских услуг. 7. Нормативно-правовая регламентация туристской деятельности в РФ и мире. 8. Взаимодействие между участниками туристского рынка. 9. Туристские фирмы. 10. Классификация, функции и направления деятельности туроператорских и турагентских фирм. 11. Понятие и элементы туристского продукта. 12. Методическое обеспечение формируемого туристского продукта Планирование программы путешествия, особенности, функциональная направленность. 13. Предприятия – поставщики туристских, экскурсионных, транспортных услуг и услуг средств размещения. 14. Договорные отношения в туризме. 15. Особенности взаимодействия туроператорских фирм с предприятиями - поставщиками услуг. 16. Технологические схемы организации встречи и размещения туристов, организации питания, организации экскурсионного и музейного обслуживания, организации отъезда. 17. Права и обязанности потребителей туристского продукта. 18. Особенности информирования потребителей в сфере туризма. 19. Планирование программы путешествия, особенности, функциональная направленность. 20. Коммуникативное поведение туристов из разных стран.	
Раздел 2. «Менеджмент в туризме»	
1. Понятие и сущность менеджмента. 2. Менеджмент как вид деятельности. 3. Особенности общего управления туристским предприятием. 4. Виды и функции менеджмента. 5. Понятие и классификация методов менеджмента.	

6. Организация как система и объект управления.
7. Основы современной системы управления организаций в сфере туризма.
8. Базовые модели организации, жизненный цикл организаций сферы туризма.
9. Индустрия туризма как объект менеджмента.
10. Внешняя и внутренняя среда в индустрии туризма.
11. Структура управления предприятиями индустрии туризма.
12. Формы управления.
13. Понятие функций управления.
14. Функция планирования.
15. Понятие цели и задачи туристского предприятия.
16. Стратегическое и оперативное планирование организаций сферы туризма.
17. Факторы, влияющие на формирование организационных структур организаций сферы туризма.
18. Виды организационных структур управления туристским предприятием: их характеристика, преимущества и недостатки.
19. Основные этапы проектирования организационной структуры туристского предприятия.
20. Эффективность организационной структуры.

Раздел 3. «Маркетинг в туризме»

1. Спрос и предложение на рынке туристских услуг.
2. Особенности маркетинга в сфере туристских услуг.
3. Сущность и цели маркетинговых исследований.
4. Методы сбора и обработки первичной информации
5. Исследование маркетинговой среды туристского предприятия
6. Система маркетинговой информации предприятия
7. Коммуникационная стратегия
8. Планирование и создание рекламы
9. Система маркетинговой информации предприятия
10. Целевые аудитории коммуникаций.

Список рекомендуемой для подготовки литературы:

Раздел 1. «Технологии туристской деятельности»

1. Организация туристской деятельности [Электронный ресурс]: электронное учебное издание (учебное пособие) / И.С. Кусов, Р.Р. Тимиргалеева, Н.В. Шабалина, Е.С. Каширина, С.В. Пospelова, И.В. Журавлева, И.Ю. Гришин, Е.А. Лукьяненко, Э.Р. Кутыева, А.Д. Никанорова (под общ. ред. Р.Р. Тимиргалеевой) – Электрон. дан. (7 Мб). – Майкоп: ЭЛИТ, 2021. – Режим доступа: <https://201824.selcdn.ru/elit-142/pdf/978-5-6045802-5-7.pdf>
2. Воронов Ю.С., Спасюк И.К. Технологии туристкой деятельности: состояние и перспективы развития: монография. – 2-ое изд. исп. – Смоленск: СГАФКСТ, 2017. – 224 с. - электронная версия книги: <https://sgus.ru/upload/iblock/2cf/9jte7jcs7neb2c9h2q6t3q3thkia7z01.pdf?ysclid=mm4mdedlpb561564489>
3. Организация туристской деятельности: учебное пособие / сост. О.С. Крайнова, Т.Е. Лебедева; Моск. ун-т им. С.Ю. Витте. Ф-л Моск. ун-та им. С.Ю. Витте в г. Н. Новгороде - М.: изд. «МУ им. С.Ю. Витте», 2015. - электронная версия книги: <https://doicode.ru/doifile/regdoi/2015-2020/kray-2015-book-00076.pdf>

Раздел 2. «Менеджмент в туризме»

1. Крайнова О.С. Егоров Е.Е. Менеджмент в туристской индустрии: учебное пособие / О.С. Крайнова, Е.Е. Егоров; Моск. ун-т им. С.Ю. Витте; ф-л Моск. ун-та им. С.Ю. Витте в г. Н. Новгороде - М.: изд. «МУ им. С.Ю. Витте», 2015. 199 с. - электронная версия книги: <https://doicode.ru/doifile/regdoi/2015-2020/kray-2015-book-00074.pdf>
2. Кабушкин Н.И. Менеджмент туризма: Учеб. пособие. – 2-е изд., перераб. – Мн.: Новое знание, – 432 с. - электронная версия книги: <https://studfile.net/preview/5265661/>
3. Бунаков О.А., Габдрахманов Н.К., Рожко М.В. Стратегический менеджмент в туризме: учебное пособие / О.А. Бунаков, Н.К. Габдрахманов, М.В. Рожко. – Казань: Изд-во Академии

наук РТ, 2018. – 79 с. - электронная версия книги:

https://kpfu.ru/staff_files/F226616409/Strategicheskij_menedzhment_v_turizme_k_pechati.pdf

Раздел 3. «Маркетинг в туризме»

1. Дурович А. П. Маркетинг в туризме: Учеб, пособие. — 2-е изд., перераб. и доп. —

Мн.: Новое знание – 496 с. - электронная версия книги: <https://djvu.online/file/HBO7JfQQR6x2Z>

2. Гончарова И. В. Маркетинг туризма: учебное пособие / И. В. Гончарова, Т. П. Розанова, М. А. Морозов, Н. С. Морозова. — М.: Федеральное агентство по туризму— 224 с. - ISBN 978-5-4365-0132-1 - электронная версия книги:

https://elib.fa.ru/ebook/marketing_tourism.pdf/download/marketing_tourism.pdf

3. Менеджмент и маркетинг в туристской индустрии [Электронный ресурс] : электронное учебное издание (учебное пособие) / М.А. Рындач., М.Ю. Шерешева, Е.А. Сергеева, Л.А. Каргина, Д.С. Арутюнов – Электрон. дан. (3 Мб). – Майкоп: ЭЛИТ, 2021. – Режим доступа: <https://201824.selcdn.ru/elit-148/pdf/978-5-6045802-9-5.pdf>

Критерии оценивания вступительного испытания:

Тест представляет собой набор вопросов в виде тестов – закрытого типа (всего 50) по трем дисциплинам.

Тестовые задания выполняются самостоятельно

Тестовые задания разделены на 3 раздела:

Раздел 1. Дисциплина «Технологии туристской деятельности»

Количество тестовых вопросов – 20, в том числе: - закрытые тестовые задания – 20.

Раздел 2. Дисциплина «Менеджмент в туризме»

Количество тестовых вопросов – 20, в том числе: - закрытые тестовые задания – 20

Раздел 3. Дисциплина «Маркетинг в туризме»

Количество тестовых вопросов – 10, в том числе: - закрытые тестовые задания – 10

Вступительное испытание оценивается по 100 (стобальной) шкале.

Максимальное количество баллов – 100

За каждое правильно выполненное тестовое задание присваивается 2 балла.

Не оцениваются:

- выполненные задания после окончания времени выполнения тестового задания;

Не присваиваются баллы за тестовое задание:

- если в тестовом задании отмечены все варианты ответа как верные.

Примерный вариант вступительного испытания:

1. Что такое «туристский продукт» в соответствии с российским законодательством?

А. Любая услуга, оказываемая в сфере гостеприимства.

Б. Комплекс услуг по перевозке и размещению, оказываемых за общую цену по договору.

В. Только экскурсионное обслуживание с гидом.

Г. Рекламные материалы и брошюры о турах.

2. Какой документ является основным при оформлении отношений между туристом и туроператором?

А. Путеводитель.

Б. Договор о реализации туристского продукта.

В. Страховой полис.

Г. Анкета туриста.

3. Что означает термин «менеджмент в туризме»?

А. Исключительно продажа туров и бронирование отелей.

Б. Управление процессами, ресурсами и персоналом в туристской организации для достижения её целей. Desktop

В. Разработка новых туристических маршрутов.

Г. Проведение маркетинговых исследований.

4. Какая функция менеджмента отвечает за постановку целей и разработку планов в туристской компании?

- А. Контроль.
- Б. Мотивация.
- В. Планирование.
- Г. Организация.

5. Что является ключевым элементом маркетинговой стратегии в туризме?

- А. Снижение качества услуг для уменьшения цены.
- Б. Определение целевой аудитории и её потребностей.
- В. Отказ от рекламы в пользу «сарафанного радио».
- Г. Использование только офлайн-каналов продвижения.

6. Какой инструмент маркетинга позволяет оценить сильные и слабые стороны компании, а также возможности и угрозы рынка?

- А. SWOT-анализ.
- Б. ABC-анализ.
- В. Метод фокус-групп.
- Г. Бенчмаркинг.

7. Что такое «сегментация рынка» в туризме?

- А. Разделение туристов на группы по возрасту, доходам, интересам и другим признакам.
- Б. Строительство новых гостиниц в разных регионах.
- В. Увеличение количества авиарейсов.
- Г. Снижение цен на все туры одновременно.

8. Какой канал сбыта наиболее актуален для современных туристских компаний?

- А. Только офлайн-офисы.
- Б. Исключительно телефонные звонки.
- В. Онлайн-бронирование через сайт и агрегаторы.
- Г. Почта и факс.

9. Что входит в «комплекс маркетинга 4Р» применительно к туризму?

- А. Продукт, цена, место (сбыт), продвижение.
- Б. Персонал, процесс, физическое окружение, прибыль.
- В. Партнёры, поставщики, потребители, конкуренты.
- Г. Планирование, прогнозирование, анализ, контроль.

10. Какой показатель отражает долю компании на рынке туристских услуг?

- А. Количество сотрудников.
- Б. Рыночная доля (процент от общего объёма продаж в сегменте).
- В. Число офисов продаж.
- Г. Объём рекламных расходов.

Разработчики программы:

1. Погодина Виктория Леонидовна, профессор кафедры «Туризма и гостеприимства», д-р. пед. наук, канд. геогр. наук, доцент

Обсуждено на заседании кафедры «Туризма и гостеприимства»

протокол № 5 от «30» декабря 2025 г.

Одобрено методическим советом Института креативных индустрий и гостеприимства

протокол № 4 от «30» декабря 2025 г.