

**Частное образовательное учреждение высшего образования  
«Академия туризма и международных отношений»**

**ПРОГРАММА  
ИТОГОВОГО ЭКЗАМЕНА**

**по направлению подготовки**

**по направлению подготовки**

**43.03.02 «ТУРИЗМ»**

**квалификация (степень) выпускника  
Бакалавр**

**Частное образовательное учреждение высшего образования  
«Академия туризма и международных отношений»**

УТВЕРЖДЕНО:  
решением ученого совета АТиМО

\_\_\_\_\_  
Ученый секретарь

ОДОБРЕНО и РЕКОМЕНДОВАНО:  
на заседании кафедры менеджмента  
туризма и гостеприимства \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
Зав.кафедрой

**ПРОГРАММА  
ИТОГОВОГО ЭКЗАМЕНА**

**по направлению подготовки**

**43.03.02 «ТУРИЗМ»**

**квалификация (степень) выпускника**

**Бакалавр**

Екатеринбург 2016

УДК 378:379.85

ББК 74.58

П 78

Программа итогового экзамена по направлению подготовки 43.03.02 «Туризм» квалификация (степень) выпускника Бакалавр.

ЧОУ ВО «Академия туризма и международных отношений». – Екатеринбург, 2016. – 53 с.

**Программу разработал:** Проректор по учебной работе д.п.н., проф.,  
Пирогова О.В.

**В работе над программой принимали участие:**

Зав.каф. менеджмента туризма и гостеприимства  
к.и.н., доц. Мельников Н.Н.,  
к.п.н. Воробьева А.Ю.,  
д.иск., доц. Килимник Е.В.,  
зав. библиотекой Махнёва Н.Н.

Программа итогового экзамена по направлению подготовки 43.03.02 «Туризм» квалификация (степень) выпускника Бакалавр обсуждена на заседании кафедры менеджмента туризма и гостеприимства (протокол №\_\_ от «\_\_» \_\_\_\_\_ 20 г.) и утверждена на заседании Ученого совета ЧОУ ВО «Академия туризма и международных отношений» (протокол №\_\_ от «\_\_» \_\_\_\_\_ 20 г.).

Декан факультета

А.Ю. Воробьева

Зав. кафедрой  
менеджмента туризма и гостеприимства

Н.Н. Мельников

© ЧОУ ВО «Академия туризма и  
международных отношений», 2016  
© Пирогова О.В. Академия туризма и  
международных отношений, 2016

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Пояснительная записка.....	5
2. Общие положения.....	6
2.1 Требования к уровню подготовки выпускника.....	6
2.2 Содержание итогового экзамена.....	8
2.3 Форма проведения итогового экзамена.....	9
3. Примерные вопросы для проверки знаний выпускников на Итоговом экзамене.....	10
4. Примерный перечень вопросов для подготовки к итоговому экзамену. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.....	22
5. Критерии оценивания студентов на ИАК.....	45
6. Список литературы.....	46

## 1 ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Итоговый экзамен введен по решению Ученого совета и является, наряду с защитой выпускной квалификационной работы, составной частью итоговой Итоговой аттестации. Итоговый экзамен организуется и осуществляется в соответствии с:

– Федеральным законом от 29.12.1912 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации».

Положением об итоговой Итоговой аттестации выпускников высших учебных заведений Российской Федерации, утвержденным Приказом № 1463

Министерства Образования и науки Российской Федерации от 14 декабря 2015 г.

– Федеральным Государственным Образовательным Стандартом высшего профессионального образования по направлению подготовки 43.03.02 «Туризм»,

– Регламентом подготовки и проведения итоговой аттестации выпускников АТиМО, завершающих обучение по неаккредитованным основным образовательным программам, утвержденном на заседании Ученого совета Академии (протокол №7 от 15.02.16).

Итоговый экзамен проводится на заключительном этапе учебного процесса до защиты выпускной квалификационной работы и является одним из видов аттестационных испытаний в составе итоговой аттестации. К комплексному Итоговому экзамену допускаются студенты, завершившие полный курс обучения в соответствии с утвержденным учебным планом. Проводится с целью определения уровня теоретических и практических знаний выпускника и соответствия его подготовки требованиям Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 43.03.02 «Туризм».

## 2 ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

### 2.1 Требования к уровню подготовки выпускника

Согласно требованиям ФГОС по направлению 43.03.02 «Туризм», в результате освоения образовательной программы бакалавриата выпускник должен обладать следующими компетенциями:

➤ **общекультурными компетенциями:**

- способностью использовать основы философских знаний, анализировать главные этапы и закономерности исторического развития для осознания социальной значимости своей деятельности (ОК-1);
- способностью использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах (ОК-2);
- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-3);
- способностью работать в команде, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-4);
- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-5);
- способностью использовать общеправовые знания в различных сферах деятельности, в том числе с учетом социальной политики государства, международного и российского права (ОК-6);
- способностью поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности, пропаганды активного долголетия, здорового образа жизни и профилактики заболеваний (ОК-7);
- готовностью пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий (ОК-8);

➤ **общепрофессиональными компетенциями:**

- способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности, использовать различные источники информации по объекту туристского продукта (ОПК-1);
- способностью к разработке туристского продукта (ОПК-2);
- способностью организовать процесс обслуживания потребителей и (или)

туристов (ОПК-3).

➤ **профессиональными компетенциями (ПК):**

*проектная деятельность:*

- владением теоретическими основами проектирования, готовность к применению основных методов проектирования в туризме (ПК-1);
- способностью обрабатывать и интерпретировать с использованием базовых знаний математики и информатики данные, необходимые для осуществления проектной деятельности в туризме (ПК-2);
- готовностью к реализации проектов в туристской индустрии (ПК-3);

*организационно-управленческая деятельность:*

- способностью организовывать работу исполнителей, принимать решение в организации туристской деятельности, в том числе с учетом социальной политики государства (ПК-4);
- способностью рассчитать и проанализировать затраты деятельности предприятия туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, обосновать управленческое решение (ПК-5);

*научно-исследовательская деятельность:*

- способностью находить, анализировать и обрабатывать научно-техническую информацию в области туристской деятельности (ПК-6);
- способностью использовать методы мониторинга рынка туристских услуг (ПК-7);
- готовностью к применению прикладных методов исследовательской деятельности в туризме (ПК-8);
- готовностью к применению инновационных технологий в туристской деятельности и новых форм обслуживания потребителей и (или) туристов (ПК-9);

*производственно-технологическая деятельность:*

- готовностью к разработке туристского продукта на основе современных технологий (ПК-10);
- способностью к продвижению и реализации туристского продукта с использованием информационных и коммуникативных технологий (ПК-11);

*сервисная деятельность:*

- способностью использовать нормативные документы по качеству, стандартизации и сертификации в туристской индустрии (ПК-12);
- способностью к общению с потребителями туристского продукта, обеспечению процесса обслуживания с учетом требований потребителей и (или) туристов (ПК-13).

## 2.2 Содержание Итогового экзамена

Содержание «Итогового экзамена» отражает основные вопросы дисциплин общей профессиональной и специальной подготовки, знание которых определяет необходимый уровень готовности выпускников к работе в качестве бакалавра гостиничного дела.

В соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом по направлению подготовки 43.03.02 «Туризм» студент должен:

### **Знать:**

- теоретические основы проектирования, организации и реализации стратегий и программ для различных типов туристских продуктов, соответствующих запросам потребителей;
- нормативно-техническую базу туристско-рекреационного проектирования;
- функции менеджмента, формы управления предприятиями туристской индустрии;
- организационные основы туристской индустрии, структуру туристской отрасли, особенности правовых и хозяйственных отношений между участниками туристской деятельности.

### **Уметь:**

- диагностировать и выявлять различные типы проблемных ситуаций в туристской индустрии,
- разрабатывать меры по их предупреждению,
- планировать и осуществлять контроль за реализацией проекта;
- использовать существующие пакеты прикладных программ для решения конкретных задач профессиональной деятельности в туристской индустрии;
- планировать и осуществлять контроль за реализацией проекта,
- обеспечивать координацию действий со всеми функциональными подразделениями предприятий туристской индустрии

### **Владеть:**

навыками самостоятельной аналитической работы, презентации полученных результатов исследования, публичной дискуссии и защиты научных и научно-практических идей, предложений и рекомендаций.



### **2.3 Форма проведения Итогового экзамена**

Аттестацию проводит Итоговая аттестационная комиссия (ГЭК). Председатель ГЭК и состав ГЭК утверждаются в установленном порядке.

Итоговый экзамен по специальности проводится на заключительном этапе учебного процесса до разработки выпускной квалификационной работы.

Итоговый экзамен носит комплексный, характер и представляет собой итоговое испытание по профессионально-ориентированным междисциплинарным проблемам, устанавливающее соответствие подготовленности выпускников требованиям Государственного образовательного стандарта и проводится с целью проверки уровня и качества общепрофессиональной и специальной подготовки студентов.

Итоговый экзамен по направлению 43.03.02 «Туризм» проводится в устной форме с обязательным составлением письменных тезисов ответов на специально подготовленных для этого бланках и включает вопросы по дисциплинам, входящим в настоящую Программу.

Результаты экзамена объявляются в день его проведения.

*Содержание Итогового экзамена.*

Для проведения экзамена ежегодно составляется программа, которая утверждается выпускающей кафедрой и Ученым советом. В программу комплексного Итогового экзамена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 43.03.02 «Туризм» включены следующие дисциплины учебного плана:

1. Организация туристской деятельности.
2. Туристско-рекреационное проектирование.
3. Менеджмент в туристской индустрии.
4. Маркетинг в туристской деятельности.
5. Технологии проектирования туристского продукта.
6. Менеджмент транспортных услуг.
7. Программный туризм.
8. Технологии продаж.
9. География.
10. Основы экскурсионной деятельности.
11. Основы анимационной деятельности.

Для четкого понимания содержания каждого вопроса студентам дана краткая его характеристика. Формулировка каждого вопроса предусматривает при ответе на него обязательность подтверждения теоретических знаний практическими примерами, либо анализом практической ситуации.

Программа государственного экзамена включает перечень тем (вопросов)

с краткой аннотацией основных положений, которые необходимо раскрыть при ответе на вопрос. В экзаменационный билет включено три вопроса по одному из каждого блока.

*Темы (вопросы) сгруппированы по трем блокам:*

Блок 1. Менеджмент туристской индустрии. Маркетинг в туристской деятельности.

Блок 2. Основы туристской деятельности. Туристско-рекреационное проектирование.

Блок 3. Технологии в туристской деятельности. Программный туризм.

Итоговый междисциплинарный экзамен включает проверку теоретических знаний студентов путем их устных ответов на вопросы экзаменационных билетов. В экзаменационном билете три вопроса, по одному вопросу из каждого блока.

### **3 ПРИМЕРНЫЕ ВОПРОСЫ ДЛЯ ПРОВЕРКИ ЗНАНИЙ ВЫПУСКНИКОВ НА ИТОГОВОМ ЭКЗАМЕНЕ**

**Название темы: краткое содержание, перечень  
содержательных вопросов**

#### **Блок 1**

#### **3.1 ОСНОВЫ ТУРИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

**Тема 1.** Основные понятия: туризм, тур, турист, экскурсант; туристская статистика; история развития, значение и функции туризма.

Основные понятия туризма. Определение понятий «путешествие», «туризм», «турист», «туристская поездка», «экскурсант», «туристская отрасль», «туристская индустрия». Причины и факторы возникновения и развития туризма. История развития мирового туризма. Значение туризма в решении различных проблем общества. Цели, функции и задачи туризма. Факторы, влияющие на конкурентоспособность туристского обслуживания. Основы туристской статистики. Организации, занимающиеся туризмом в Российской Федерации и мире.

**Тема 2.** Классификация туризма. Виды туризма.

Деление туризма на типы, категории, виды и формы. Разное сочетание типов туризма, определяющее категории туризма. Функциональная классификация видов туризма, определяемых целью поездок. Деление туризма по продолжительности путешествий; по использованию транспортных средств, задей-

ствованных в ходе путешествия; по интенсивности посещения (постоянный и сезонный); в зависимости от возрастной категории туристов ит.д.

### **Тема 3. Туристские предприятия и их формы.**

Туристские предприятия и их формы. Определение миссии и целей деятельности предприятия. Обоснование производственной и организационной структур управления предприятием. Права и обязанности турфирм и туристов. Документация туристской фирмы. Туроператорская и турагентская деятельность: понятие и основные функции. Классификация и виды туроперейтинга и туроператоров.

### **Тема 4. Туристский продукт.**

Тур, туристский продукт. Тур и туристский маршрут. Туристские услуги, входящие в турпродукт. Турпакет. Разновидности туров. Документальное оформление тура. Туристская путевка, туристский ваучер. Взаимоотношение турфирмы и клиента.

### **Тема 5. Туристский рынок.**

Туристский рынок. Рынок туристских услуг. Сегменты рынка. Международный туристский рынок: состояние и тенденции развития. Туроператоры и турагенты на международном туристском рынке. Рынок внутреннего и въездного туризма. Особенности туристского рынка.

### **Тема 6. Туристские формальности в туризме.**

Сущность и виды туристских формальностей. Формальности. Визовый и безвизовый въезд российских граждан на территорию иностранных государств. Визовый и безвизовый въезд иностранных граждан на территорию Российской Федерации. Таможенные формальности. Медикосанитарные формальности. Страхование в туризме. Правовой статус иностранных граждан на территории Российской Федерации.

### **Тема 7. Безопасность туризма.**

Травмоопасность. Факторы воздействия окружающей среды. Физические перегрузки и нервно-психические факторы. Биологические факторы. Личная безопасность и безопасность имущества. Нарушения туристами установленных правил. Чрезвычайные ситуации.

### **Тема 8. Организация процесса продажи туристского продукта.**

Направления продвижения туристского продукта. Эффективная реклама

турфирмы и турпродукта. Стимулирование сбыта в турфирме. Личные продажи. Связи с общественностью. Эффективное управление ассортиментом туристских услуг. Поиск потенциальных клиентов. Эффективность реализации туристского продукта. Реализация сбытовой политики организации в индустрии туризма.

#### **Тема 9.** Договорные отношения в туризме.

Общая характеристика договора. Требования к составлению договоров. Договорные отношения между туроператором и турагентом. Договорные отношения между туристским предприятием и потребителями туристских услуг. Договорные отношения между туроператором и поставщиками туристских услуг. Договорные отношения между рецептивным и инициативными туроператорами.

#### **Тема 10.** Правовые основы туристской деятельности.

##### Управление туристской отраслью.

Правовое регулирование отношений в сфере туризма. Нормативная база туристской индустрии. Стандартизация и сертификация услуг. Требования к банковской гарантии для различных типов туроператоров. Роль государства в развитии туристской индустрии. Основные законы. Структура управления туристской отраслью в РФ.

#### **Тема 11.** Современное состояние и перспективы развития туризма в РФ.

Современное состояние туризма в РФ. Ресурсы и материальная база туризма. Потребительский рынок российского туристского продукта. Общественные организации на российском туррынке. Международные туристские организации и иностранный капитал на внутреннем рынке России. Выездной туризм. Туристский баланс по экспорту и импорту туристских услуг. Въездной туризм.

#### **Тема 12.** Перспективы развития мирового туризма.

Региональная структура международного туристского рынка. Дифференциация туристского рынка. Место туризма в межотраслевом балансе национальной экономики. Тенденции развития мирового туризма: туристский баланс, динамика въездного и выездного туризма в странах мира. Организация международных контактов в области унификации законодательных актов. Факторы глобализации и перспективы развития туристского бизнеса.

#### **Тема 13.** География туристских центров.

География туризма. Центр туризма, туристский центр. Типология. Источ-

ники информации. Основные туристские регионы. Характеристика туристского центра. Географическое положение, природные ресурсы, культурно-исторические ресурсы, туристско-рекреационные объекты.

#### **Тема 14.** Авиаперевозки в туризме.

Авиаперевозки, регулярные и чартерные рейсы. Организация чартерных рейсов. Рынок авиаперевозок. Правила перевоза групп, детей, правила перевоза багажа. Международные правила авиаперевозок. Обзор авиакомпаний. Система продаж авиабилетов. Система SABRE.

#### **Тема 15.** Железнодорожные и автобусные перевозки в туризме.

Железная дорога. Организация железнодорожных перевозок. Железнодорожный туризм. Организация продаж билетов. Групповые перевозки на железной дороге. Правила железнодорожных перевозок. Автобусные перевозки в туризме. Автобусные туры.

### **3.2 Туристско-рекреационное проектирование**

#### **Тема 1.** Туристские ресурсы.

Понятия – ресурсы, рекреационные ресурсы, туристские ресурсы. Классификация туристских ресурсов. Свободное время, отдых. Свойства рекреационных ресурсов. Типы и виды туристских рекреационных ресурсов. Природные и культурно-исторические ресурсы.

#### **Тема 2.** Туристско-рекреационное проектирование.

Проектирование в туризме. Туристские услуги. Туристский продукт, пакет, туристские дополнительные услуги, товары. Тур и его потребители. Выбор вида турпродукта. Основные потребительские свойства турпродукта. Разновидности создаваемых турпродуктов. Подходы в выборе исходного рекреационного турпродукта.

#### **Тема 3.** Туристско-рекреационные особенности территории.

Туристско-рекреационное районирование, районные планировки. Понятие туристско-рекреационный потенциал и туристско-рекреационные ресурсы. Туристская территория. Критерии выбора территории для туристских целей. Достаточность и комплексность выявленных рекреационных ресурсов и достопримечательностей. Транспортно-географическое положение относительно основных центров спроса, рекреационных ресурсов, коммуникаций и инфраструктуры.

**Тема 4.** Природные и культурно-исторические рекреационные ресурсы.

Природные рекреационные ресурсы. Свойства, классификация природных рекреационных ресурсов. Культурно-исторические рекреационные ресурсы. Национальные парки в культурном пространстве России: потенциал, ресурсы, направления туристского использования. Особо охраняемые природные территории и экологический, сельский туризм.

**Тема 5.** Туристско-рекреационное проектирование в системе разработки и реализации региональной туристской политики.

Этапы разработки региональных туристско-рекреационных программ. Структура и содержание региональной программы поддержки и развития туристского региона. Проектирование рекреационных комплексов. Современное рекреационное районирование России.

## **Блок 2**

### **3.3 МЕНЕДЖМЕНТ В ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ**

**Тема 1.** Понятие и сущность менеджмента. Функции менеджмента.

Основные подходы к определению понятия «менеджмент». Краткая историческая справка о становлении и развитии менеджмента. Роль менеджмента в современном обществе. Функции менеджмента: организации. Специфические особенности реализации функций управления в сфере сервиса и туризма.

**Тема 2.** Структура управления в туризме.

Формы управления туристским предприятием.

Понятие «Организационная структура предприятия». Типы организационных структур туристского предприятия (линейная, функциональная, линейно-функциональная, дивизиональная). Делегирование полномочий и ответственности, вертикальные и горизонтальные связи. Факторы, влияющие на структуру турфирмы. Примеры структур туристских фирм. Характеристика и роль взаимодействия отдельных служб турфирмы.

Управление через договор франчайзинга. Причины расторжения договора. Преимущества и недостатки франчайзинга. Управление по контракту. Преимущества и недостатки управления по контракту для владельца турфирмы. Индивидуальное предприятие.

**Тема 3.** Организация процесса принятия

управленческого решения на туристском предприятии.

Диагностика проблемы, прогнозирование. Формулировка критериев принятия решения. Определение альтернатив. Выбор решения. Реализация управленческого решения в гостиничном предприятии. Роль контроля выполнения принятых решений в гостинице. Понятие и классификация управленческих решений. Стадии процесса принятия управленческих решений. Характеристика основных методов разработки и принятия решений (экспертный метод, метод аналогий, метод мозгового штурма и др.). Особенности разработки и принятия решений в группе. Принятие решений в условиях неполной и неточной информации.

#### **Тема 4. Методы и стиль управления туристской фирмой.**

Характеристика методов управления. Организационно-административные методы, экономические методы, социально-психологические методы управления. Стиль управления: авторитарный, демократический, либеральный. Зависимость эффективности работы персонала фирмы от стиля управления.

#### **Тема 5. Управление персоналом туристской фирмы.**

Планирование, отбор и найм персонала. Адаптация и мотивация сотрудников отеля. Аттестация персонала: цели, методы оценки. Профессиональное развитие и обучение персонала гостиницы. Основные задачи деятельности службы персонала гостиницы.

#### **Тема 6. Мотивация персонала туристской фирмы.**

Определение понятия «мотивация». Мотивация – как функция управления отелем. Система материальной мотивации персонала. Система нематериальной мотивации труда персонала турфирмы.

#### **Тема 7. Система коммуникаций**

и ее роль в управлении предприятием в сфере туризма.

Система коммуникация, виды коммуникаций (внутренние и внешние). Роль и значение коммуникаций для формирования информационных баз данных. Особенности коммуникативного процесса в туризме.

#### **Тема 8. Стратегический менеджмент в сфере туризма.**

Стратегия и тактика в деятельности предприятий туризма: основные понятия и принципы разработки и реализации стратегических и тактических решений. Примеры стратегий современных предприятий туризма.

### **Тема 9.** Внутренняя и внешняя среда бизнеса в сфере туризма.

Характеристика факторов внутренней и внешней среды предприятия туризма: рынки, клиенты, конкуренты, внутренние и внешние контактные аудитории и др. Методы изучения и анализа факторов внешней среды.

### **Тема 10.** Модель менеджера в сфере туризма.

Современный менеджер в сфере туризма, его роль и значение в системе управления организацией. Основные требования к знаниям, умениям и навыкам менеджера в туризме.

## **3.4 Маркетинг в туристической индустрии**

### **Тема 1.** Маркетинг в индустрии туризме.

Понятие и особенности маркетинга гостиничного предприятия в современных условиях рыночной экономики. Социально-экономическая сущность маркетинга. Содержание маркетинга и основные категории. Современные концепции маркетинга. Основные принципы маркетинга, сущность, значение. Задачи и цели маркетинга. Виды целей, примеры. Виды маркетинга в зависимости от спроса на продукцию гостиничного предприятия. Функции маркетинга, классификация, особенности. Организация деятельности маркетинговой службы на предприятии.

### **Тема 2.** Информационное обеспечение маркетинговой деятельности.

Система маркетинговой информации. Информация первичная и вторичная. Информация внутренняя и внешняя. Источники маркетинговой информации. Методы сбора маркетинговой информации: наблюдение, эксперимент, моделирование, опрос. Формы и методы маркетинговых исследований. Понятие маркетингового исследования. Цели и задачи исследований. Кабинетные и полевые исследования. Качественные и количественные исследования.

### **Тема 3.** Комплекс маркетинга туристского продукта.

Программа маркетинга. Этапы процесса внутрифирменного маркетинга. Непрерывность, цикличность и последовательность маркетинговой деятельности. Четыре стратегических направления программы маркетинга: продуктовая стратегия, ценовая стратегия, стратегия продвижения, сбытовая стратегия. Изучение спроса и анализ рынка. Особенности внутренней и внешней маркетинговых сред предприятия. Цели, задачи и методы анализа маркетинговой



среды. Сегментация туристского рынка. Характеристика и оценка туристского спроса. Потребители. Определение целевого рынка. Конкуренты. Оценка рыночной конъюнктуры. Позиционирование. Формирование гостиничного продукта с учетом потребностей целевой аудитории. Определение сильных и слабых сторон в деятельности туристской фирмы, позиции на рынке.

#### **Тема 4.** Исследование маркетинговой среды туристского предприятия.

Понятие маркетинговой среды туристского предприятия. Анализ внутренней среды туристской фирмы. Исследование внешней среды туристского предприятия. Определение маркетинговых возможностей туристской фирмы (SWOT-анализ).

#### **Тема 5.** Потребитель гостиничных услуг, как объект маркетингового исследования.

Цели исследования потребителей туристских услуг. Сегментация потребителей по различным критериям: социально-демографическим, географическим, психографическим. Определение целевого рынка потребителей туристских услуг. Психо-демографический портрет гостя отеля. Оценка степени удовлетворенности потребителей туристских услуг.

#### **Тема 6.** Конкуренция в индустрии гостеприимства.

Понятие конкурентоспособности товара и услуги. Оценка конкурентной среды гостиничного предприятия. Виды конкуренции: функциональная, видовая, предметная. Ценовая и неценовая конкуренция. Оценка конкурентоспособности предприятий гостеприимства. Критерии конкурентоспособности. Методы маркетингового исследования конкурентов. Формирование конкурентной карты дифференциации, особенности, значение. Методы повышения конкурентоспособности гостиничных услуг.

#### **Тема 7.** Политика ценообразования в туристском бизнесе.

Цены и ценовая политика – важнейшее средство маркетинговой стратегии туристского предприятия. Факторы, влияющие на ценообразование. Основные методы ценообразования: издержки, спрос, конкуренты, качество туристских услуг. Основные ценовые стратегии. Политика цен формирования тура.

#### **Тема 8.** Продвижение туристских услуг.

Формирование спроса на услуги туристского предприятия и стимулирование сбыта. Коммуникационные связи и продвижение туристского продукта.

Основные каналы продвижения туристских услуг: реклама, прямой маркетинг, связь с общественностью, стимулирование продаж. Определение целей продвижения, выбор каналов коммуникаций, исследование рынка рекламы, анализ эффективности.

#### **Тема 9. Реклама туристских услуг.**

Классификационные признаки рекламы. Средства информирования целевой аудитории. Медиа-планирование. Интерактивная реклама. Работа на выставках. Сувенирная продукция. Полиграфическая продукция. Дизайн помещения и реклама. Направления деятельности подразделения маркетинга и продаж в структуре турфирмы. Требования к сотрудникам отдела маркетинга и продаж.

#### **Тема 10. Сбытовая политика туристского предприятия.**

Определение понятия «сбытовая политика». Формирование сбытовой политики. Проектирование каналов сбыта. Выбор посредников и организация взаимодействия с ними. Реализация туристского продукта. Сеть сбыта. Принципы организации сбытовой сети. Основные каналы сбыта. Участники сбытовых операций. Франчайзинг.

### **Блок 3**

## **3.5 ПРОГРАММНЫЙ ТУРИЗМ**

#### **Тема 1. Основы программно туризма.**

Программа обслуживания. Программный туризм: основные понятия, классификация. Рекреационные потребности и формирование программ обслуживания туристов. Виды туризма и программы обслуживания туристов.

#### **Тема 2. Особенности организации спортивного туризма.**

Особенности организации спортивного туризма: характеристика основных и вспомогательных мотиваций выбора программ спортивного туризма. Основные подвиды – горнолыжный туризм, дайвинг, серфинг, экстремальный и др.

Потребители – социальные и психологические характеристики. Место на международном рынке. Основные мировые и российские центры развития спортивного туризма. Организационные особенности (на основе договорных обязательств). Современное состояние, проблемы и прогноз развития.

#### **Тема 3. Особенности организации круизного туризма.**

Особенности организации круизного туризма: характеристика основных и вспомогательных мотиваций выбора программ круизного туризма. Потребители

тели – социальные и психологические характеристики. Основные подвиды – морские экскурсионные круизы, морские развлекательные круизы, речные экскурсионные круизы. Место на международном рынке. Основные морские акватории и речные районы развития круизного туризма. Организационные особенности (на основе договорных обязательств). Современное состояние, проблемы и прогноз развития.

#### **Тема 4. Особенности организации лечебно-оздоровительного туризма.**

Особенности организации лечебно-оздоровительного туризма: характеристика основных и вспомогательных мотиваций выбора программ лечебно-оздоровительного туризма. Потребители – социальные и психологические характеристики. Место лечебно-оздоровительного туризма на международном рынке. Классификация и характеристика лечебно-оздоровительных курортов. Основные курортные регионы мира и РФ. Организационные особенности (на основе договорных обязательств). Современное состояние, проблемы и прогноз развития.

#### **Тема 5. Особенности организации образовательного туризма.**

Особенности организации образовательного туризма: характеристика основных и вспомогательных мотиваций выбора программ образовательного туризма. Потребители – социальные и психологические характеристики. Основные виды образовательных программ – языковые программы, дополнительное образование, повышение квалификации. Основные дестинации образовательного туризма. Организационные особенности (на основе договорных обязательств). Современное состояние, проблемы и прогноз развития.

#### **Тема 6. Особенности организации экологического туризма.**

Особенности организации экологического туризма: характеристика основных и вспомогательных мотиваций выбора программ экологического туризма. Основные принципы развития мирового экологического туризма. Разнообразие форм и способов организации экологического туризма. Потребители – социальные и психологические характеристики. Основные мировые и российские дестинации. Организационные особенности (на основе договорных обязательств). Современное состояние, проблемы и прогноз развития.

#### **Тема 7. Особенности организации пляжного туризма.**

Особенности организации пляжного туризма: характеристика основных и вспомогательных мотиваций выбора программ пляжного туризма. Потребители

– социальные и психологические характеристики. Место на международном рынке. Организационные особенности (на основе договорных обязательств). Основные мировые и российские дестинации. Современное состояние, проблемы и прогноз развития.

#### **Тема 8.** Особенности организации делового туризма.

Особенности организации делового туризма: характеристика основных и вспомогательных мотиваций выбора программ делового туризма. География бизнес-поездки. Конгрессно-выставочный туризм. Инcentив туризм. Событийный туризм. Организационные особенности (на основе договорных обязательств).

#### **Тема 9.** Особенности организации культурно-познавательного туризма.

Особенности организации культурно-познавательного туризма: характеристика основных и вспомогательных мотиваций выбора программ культурно-познавательного туризма. Создание маршрутов по историческим путям. Формирование туров по литературным местам. Развитие археологического туризма. Этнографический туризм. Организационные особенности (на основе договорных обязательств).

#### **Тема 10.** Особенности организации горнолыжного туризма.

Особенности организации горнолыжного туризма: характеристика основных и вспомогательных мотиваций выбора программ горнолыжного туризма. Популярные мировые горнолыжные курорты. Особенности климата, которые необходимо учитывать при выборе горнолыжного курорта. Организационные особенности (на основе договорных обязательств).

### **3.6 Технологии**

#### **Тема 1.** Теоретические основы формирования, продвижения и реализации туристского продукта.

Теоретические основы методики разработки турпродукта. Технология продажи. Особенности деятельности туроператоров внутреннего, въездного и выездного туризма по продвижению и реализации туристского продукта.

#### **Тема 2.** Технологии в туризме.

#### **Тема 3.** Технологии туроператорской деятельности на туристском рынке.

Организационно-технологические схемы взаимодействия туроператора с иностранными партнерами. Организационно-технологические схемы взаимо-

действия с поставщиками услуг: гостиницей, предприятием питания, транспортными компаниями, музеем, экскурсионной фирмой.

**Тема 4.** Технологии турагентской деятельности на туристском рынке.

Понятие и определение турагентской деятельности. Виды турагентств. Многопрофильные и монопрофильные агентства. Функции турагентств. Агентское соглашение. Обязанности турагента. Построение агентской сети. Разнообразности агентских сетей. Технология бронирования туров турагентством. Эффективность агентской сети. Стимулирование агентской сети: виды и их сущность.

**Тема 5.** Технологии продвижение и реализация турпродукта.

Каталог туроператора. Генеральные и служебные каталоги. Основные требования к каталогу: степень информативности, достоверность информации, удобство пользования, условия и форма сотрудничества с партнерами. Основное содержание каталогов. Основная цель и способы организации.

**Тема 6.** Этапы деятельности туроператора: Тур-планирование.

Схемы взаимоотношений туроператора и перевозчиков – авиакомпании, железнодорожные компании, судовладельцы, автотранспортные предприятия. Взаимоотношения туристического оператора и экскурсионной компании. Взаимоотношения туроператора и страховых компаний.

**Тема 7.** Выставочная деятельность туроператора и турагента.

Цели выставочной деятельности. Этапы выставочной деятельности. Виды выставочных мероприятий в туризме. Стимулирование потребителей. Цели и средства стимулирование потребителей.

**Тема 8.** Организация работы туроператора с турагентом.

Формы взаимоотношений туристских фирм-туроператоров с турагентами. Основы договорных отношений и виды договоров туроператоров с турагентами. Формирование сети турагентств.

**Тема 9.** Организация работы турфирмы с клиентом.

Основы договорных отношений с клиентом. Туристская путевка. Работа с клиентом после завершения путешествия. Порядок рассмотрения претензий.

**Тема 10.** Основы экскурсионной деятельности.

Экскурсия. Организация экскурсионного обслуживания.

### **Тема 11. Анимация в туристском обслуживании.**

Понятие анимации. Анимация в туризме. Виды и формы анимационных программ.

### **Тема 12. Технологии туристского проектирования.**

Туристское проектирование и управление проектами. Особенности туроперейтинга: функции туроператора. Цикл работ туроператора. Составляющие туристского проекта. Календарный план. Составление бизнес-плана туристско-рекреационного проекта. Понятие бизнес-планирования в туристской деятельности.

## **4 ПРИМЕРНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К ГОСУДАРСТВЕННОМУ ЭКЗАМЕНУ.**

### **Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

#### **1 Блок. Основы туристской деятельности.**

##### **Организация туристской деятельности.**

##### **1. Понятие туризма и туриста. Классификация туризма.**

Понятие туризма. Классификация туризма по типам туризма согласно закону РФ. Классификация туризма по категориям согласно документам ЮНВТО. Классификация туризма по целям туристской деятельности. Классификация туризма по дальности путешествия, по продолжительности путешествия, по возрастному составу туристов и др.

##### **2. Туроператор и турагент как субъекты туристского рынка. Виды туристских агентств.**

Понятие туроператора. Классификация туроператоров. Понятие турагента. Основные различия: по принадлежности туристского продукта, по формированию цены и доходов. Виды и типы турагентств. Их основные задачи. Схема туристского рынка с определением места и роли турагентства и туроператорской компании, их взаимодействие.

##### **3. Туристский продукт. Факторы производства и продвижения туристского продукта. Параметры качества туристского продукта.**

Понятие туристского продукта. Состав туристского продукта. Туристский продукт как товарная единица. Этапы формирования туристского продукта.

Факторы, влияющие на производство туристского продукта: ресурсы, поставщики услуг, спрос, кадры. Продвижение туристского продукта: рекламные и нерекламные методы.

Основные специфические свойства турпродукта. Понятия: качество продукта, качество обслуживания, качество туристского обслуживания. Агентский и потребительский подходы к качеству работы туроператора. Показатели качества туристского продукта. Основные направления работы по обеспечению качества туристского продукта туроператора: функциональное соответствие услуг сегменту спроса, технология обслуживания, гарантии, безопасность, кадры, анимация.

#### **4. Международные туристские организации, их классификация и роль в развитии мирового туризма.**

Понятие общественных организаций. Классификация их по признакам: национально-территориальному; общественно-государственному; по сфере деятельности. Основные организации: ЮНВТО (всемирная туристская организация); IATA (международная ассоциация воздушного транспорта); ICAO (международная организация гражданской авиации) и др.

#### **5. Влияние индустрии туризма на экономику стран и регионов.**

Основные сферы влияния туризма в экономике стран: Местный доход; Новые рабочие места; Развитие новых отраслей; Социальная и производственная инфраструктура; Центры народных промыслов; Уровень жизни местного населения; Валютные поступления. Мультипликативный эффект. Положение России на международном туристском рынке.

#### **6. Правовое регулирование туристской деятельности в Российской Федерации.**

Закон РФ «Об основах туристской деятельности». Структура закона. Характеристика основных разделов. Эволюция закона. Иные законодательные акты определяющие развитие туризма в РФ. Федеральная целевая программа развития въездного и внутреннего туризма.

#### **7. Туризм как социокультурное явление.**

Туризм как явление культуры. Роль туризма в сохранении и развитии мировой культуры. Социопсихологические аспекты международного туризма. Воздействие туризма на жизнь местного населения. Положительные аспекты. Отрицательные аспекты. Конфликт интересов. Социальный конфликт. Иллюзия «легких» денег. Межкультурные коммуникации и их роль в современном об-

ществе.

## **8. Туристский рынок: структура, особенности. Современное состояние и тенденции развития.**

Понятие туристского рынка. Структура туристского рынка. Особенности туристского рынка и их влияние на специфику деятельности по производству и продвижению туристского продукта. Современный туристский рынок – рынок покупателей. Современное состояние туристского рынка и тенденции развития: влияние информационных технологий, конкуренция, дифференциация продукта и сегментация потребителей, концентрация капиталов и интеграция, унификация технологий и обслуживания. Место и роль туроператора и турагента на современном туристском рынке. Примеры.

## **9. Современное состояние туризма в мире. Прогнозы развития международного туризма. Перспективные туристские дестинации XXI века.**

Современное состояние туризма. Статистика международных туристских потоков. Статистика доходов. Современные тенденции туристского спроса. Самые перспективные туристские направления XXI века. Наиболее перспективные туристские дестинации.

## **10. Классификация подвидов и разновидностей туризма.**

Деление туризма на типы, категории, виды и формы. Разное сочетание типов туризма, определяющее категории туризма. Функциональная классификация видов туризма, определяемых целью поездок. Деление туризма по продолжительности путешествий; по использованию транспортных средств, задействованных в ходе путешествия; по интенсивности посещения (постоянный и сезонный); в зависимости от возрастной категории туристов.

## **11. Экскурсия: сущность понятия, виды экскурсий.**

Экскурсия как мастерство, средство воспитания и просветительская деятельность. Понятие экскурсии и классификация по разным признакам: содержанию, характеру группы, объектам показа и пр. Характеристика этапов разработки экскурсии, виды экскурсий.

**12. Анимация в туризме.** Понятие анимации в туризме. Виды и типы анимации. Виды анимационных предприятий и мероприятий в туризме. Шоу-музеи, тематические парки, карнавалы и мистерии, костюмированные туры, анимация в отелях. Формула анимации в туризме: использование интереса,



оживление экспозиции, включение туристов в действие, разнообразие развлечений. Цели и задачи анимационного обслуживания туристов. Примеры

### **13. Безопасность туризма.**

Общее понятие безопасности и направления ее организации. Природные и техногенные катастрофы и предотвращение рисков для туристов. Безопасность туристов во время перевозки. Туристская полиция. Правовое регулирование безопасности.

### **14. Этика партнерских отношений в сфере туризма.**

Этические нормы во взаимоотношениях с партнерами и коллегами в сфере туризма. Способы повышения этичности поведения руководителей и рядовых работников. Специфика этики предпринимательства. Этикет в деятельности специалиста социально-культурного сервиса и туризма. Требования современного этикета. Этикет делового человека

## **Программный туризм**

### **1. Особенности организации спортивного туризма**

Особенности организации спортивного туризма: характеристика основных и вспомогательных мотиваций выбора программ спортивного туризма. Основные подвиды спортивного туризма – пеший, водный, горный и др. Потребители – социальные и психологические характеристики. Место на международном рынке. Организационные особенности (на основе договорных обязательств). Современное состояние, проблемы и прогноз развития.

### **2. Особенности организации круизного туризма**

Особенности организации круизного туризма, характеристика основных и вспомогательных мотиваций выбора программ круизного туризма. Потребители – социальные и психологические характеристики. Основные подвиды – морские круизы, морские развлекательные круизы, речные экскурсионные круизы. Место на международном рынке. Основные морские акватории и речные районы развития круизного туризма. Организационные особенности (на основе договорных обязательств). Современное состояние, проблемы и прогноз развития.

### **3. Особенности организации лечебно-оздоровительного туризма**

Особенности организации лечебно-оздоровительного туризма: характеристика основных и вспомогательных мотиваций выбора программ лечебно-оздоровительного туризма. Потребители – социальные и психологические ха-

рактеристики. Место лечебно-оздоровительного туризма на международном рынке. Классификация и характеристика лечебно-оздоровительных курортов.

Основные курортные регионы мира и РФ. Организационные особенности (на основе договорных обязательств). Современное состояние, проблемы и прогноз развития.

#### **4. Особенности организации образовательного туризма**

Особенности организации образовательного туризма: характеристика основных и вспомогательных мотиваций выбора программ образовательного туризма.

Потребители – социальные и психологические характеристики. Основные виды образовательных программ – языковые программы, дополнительное образование, повышение квалификации. Основные дестинации образовательного туризма. Организационные особенности (на основе договорных обязательств).

Современное состояние, проблемы и прогноз развития.

#### **5. Особенности организации экологического туризма.**

Особенности организации экологического туризма: характеристика основных и вспомогательных мотиваций выбора программ экологического туризма.

Основные принципы развития мирового экологического туризма. Разнообразие форм и способов организации экологического туризма. Потребители – социальные и психологические характеристики. Основные мировые и российские дестинации. Организационные особенности (на основе договорных обязательств). Современное состояние, проблемы и прогноз развития.

#### **6. Особенности организации пляжного туризма**

Особенности организации пляжного туризма: характеристика основных и вспомогательных мотиваций выбора программ пляжного туризма. Потребители – социальные и психологические характеристики. Место на международном рынке. Организационные особенности (на основе договорных обязательств).

Основные мировые и российские дестинации. Современное состояние, проблемы и прогноз развития.

#### **7. Особенности организации делового туризма.**

Особенности организации делового туризма: характеристика основных и вспомогательных мотиваций выбора программ делового туризма. География бизнес-поездки. Конгрессно-выставочный туризм. Инсентив туризм. Событийный туризм. Организационные особенности (на основе договорных обязательств).

## **8. Особенности организации горнолыжного туризма.**

Особенности организации горнолыжного туризма: характеристика основных и вспомогательных мотиваций выбора программ горнолыжного туризма.

Популярные мировые горнолыжные курорты. Особенности климата, которые необходимо учитывать при выборе горнолыжного курорта. Организационные особенности (на основе договорных обязательств).

## **9. Особенности организации приключенческого/экстремального туризма.**

Понятие об экстремальном/приключенческом туризме. Особенности организации приключенческого/экстремального туризма: характеристика основных и вспомогательных мотиваций выбора программ приключенческого /экстремального туризма. Водные виды экстремального туризма. Наземные виды экстремального туризма. Горные виды экстремального туризма. Воздушные виды экстремального туризма. Экзотические виды экстремального туризма. Организационные особенности (на основе договорных обязательств).

## **10. Особенности организации культурно-познавательного туризма.**

Особенности организации культурно-познавательного туризма: характеристика основных и вспомогательных мотиваций выбора программ культурно-познавательного туризма. Создание маршрутов по историческим путям.

Формирование туров по литературным местам. Развитие археологического туризма. Этнографический туризм. Организационные особенности (на основе договорных обязательств).

## **11. Подготовка и участие в туристских выставках.**

Виды выставочных мероприятий в туризме. Крупнейшие туристские выставки мира и России. Цели выставочной деятельности. Цели туристских организаций при участии в выставках. Классификация выставочных мероприятий: по целям проведения, по частоте проведения, по характеру предложения экспонатов, по составу участников. Затраты и выгоды от участия в выставочном мероприятии. Этапы выставочной работы. Выбор выставки. Подготовка к выставке: организация и оплата стенда и оборудования; работа по предварительному каталогу; работа с оргкомитетом выставки; подготовка выставочной документации и рекламы, подготовка выставочной команды. Работа на стенде: место стенда на выставке; привлечение посетителей; планирование экспозиций; дизайн стенда; методы показа экспозиции; требования к стендовой (выставочной) команде. Основные правила выставочной работы. Работа после выставки: рабо-

та с журналом контактов, с прессой, действующими и потенциальными партнерами, клиентами. Отчет и аналитическая записка по работе на выставке.

## **12. Программы развития туризма в Российской Федерации. Кластерный подход при организации туризма.**

Основные цели и задачи развития туризма в России. Федеральные программы регулирующие развитие туризма. Задачи целевых программ. Понятие туристских кластеров. Принципы государственно-частного партнерства.

### **География**

#### **1. Туристские регионы России и их характеристика.**

Дать краткую общую характеристику географического положения, рельефа, вод суши, климата, народонаселения России.

Дать характеристику Европейскому Северу России, Центру России, Югу России, Сибири и Дальнему Востоку, Азиатскому Северу. Указать виды туризма, которые развиты в этих зонах.

#### **2. Туристские ресурсы. Классификация туристских ресурсов.**

Что такое туристские ресурсы. Виды рекреационных туристских ресурсов, природные ресурсы, культурно-исторические ресурсы, рекреационная сеть. Свойства ресурсов. Виды антропогенных туристских ресурсов.

### **Организация гостиничной деятельности.**

#### **1. Развитие индустрии гостеприимства.**

Понятие индустрии гостеприимства. Характеристика и особенности гостиничных услуг, классификация средств размещения. Основные службы гостиничного предприятия (Контактные и неконтактные. Контактные: служба бронирования и расчетная часть, служба обслуживания, служба приема и размещения, служба эксплуатации номерного фонда. Неконтактные службы: служба безопасности, коммерческая, финансово экономическая, бухгалтерская, инженерно техническая и прочие службы).

### **Безопасность питания и пищевых продуктов**

#### **2. Оказание услуг питания в туризме.**

Классификация и типизация предприятий питания в РФ. Прогрессивные технологии обслуживания. Концептуальные, виртуальные предприятия общественного питания. Особенности организации питания для туристов. Основные и специальные формы обслуживания на предприятиях питания. Виды условий

питания, предоставляемых гостиничными предприятиями, их характеристика (ВВ, НВ, НВ и т.д.).

## **2 блок. Технологии туроператорской и турагентской деятельности**

### **Организация туристской деятельности**

#### **1. Менеджмент туроперейтинга.**

Понятие туроперейтинга. Функции. Две главные рыночные задачи туроператора. Работа с поставщиками услуг. Формирование системы продвижения продукта туроператора. Схема туристского рынка. Современные тенденции развития туроператорского предпринимательства: конкуренция, интеграция, компьютеризация, дифференциация, унификация и др.

#### **2. Виды деятельности туроператоров. Инициативный и рецептивный туроперейтинг.**

Понятие «профиль работы туроператора». Примеры различной специализации туроператоров, достоинства и недостатки монопрофильных и многопрофильных туроператоров. Характеристика основных функций инициативного и рецептивного туроператора.

#### **3. Туроператор и турагент как субъекты туристского рынка. Виды туристских агентств.**

Понятие турагента. Основные различия: по принадлежности туристского продукта, по формированию цены и доходов. Виды и типы турагентств. Их основные задачи. Схема туристского рынка с определением места и роли турагентства и туроператорской компании. Взаимодействие.

#### **4. Формирование сбытовой сети туроператора.**

Формирование сбытовой сети туроператора: внутренние и внешние каналы сбыта; собственные бюро продаж и агентская сеть; традиционные и нетрадиционные формы продажи; розничные и оптовые агентства. Схемы рыночных каналов продвижения продукта туроператора. Традиционные и нетрадиционные формы продаж турпродукта. Агентское соглашение. Показатели надежности партнера по сбыту: правоспособность, кредитоспособность, дееспособность. Страхование профессиональной ответственности партнера по сбыту. Авансовые платежи. Факторы, принимаемые во внимание при подборе турагентов. Условия заключения и атрибуты агентского соглашения.

## **5. Агентские сети и франчайзинг в туризме и гостеприимстве.**

Понятие франчайзинга. Характеристика факторов экономической эффективности франчайзинга для франчайзи. Агентские сети туроператора. Типичные условия работы турагентства в сети туроператора. Права и обязанности туроператора и турагента по договору франчайзинга. Франчайзинговый пакет.

## **6. Обслуживание клиента при продаже туров.**

Психология продаж. Мотивы клиентов при покупке. Социально-психологический портрет туристов. Типы продавцов, типы покупателей. Методы формирования заинтересованности в покупке туристского продукта. Тактика продаж. Общение с клиентом по телефону.

## **7. Страхование в туризме. Страхование профессиональной ответственности туроператора.**

Виды страхования в туризме. Страхование профессиональной ответственности туроператора. Нормативно-правовая база страхования профессиональной ответственности туроператора. Основные пункты договора страхования ответственности туроператора

## **8. Характеристика рынка выездного туризма в РФ.**

Понятие выездного туризма. Характеристика рынка выездного туризма в РФ: становление и особенности формирования рынка выездного туризма в РФ. Основные виды туризма и туристские дестинации (регионы, страны), представленные на российском рынке выездного туризма. Региональные особенности формирования рынка выездного туризма в РФ. Современное состояние, проблемы и перспективы развития рынка выездного туризма в РФ.

## **9. Характеристика рынка внутреннего туризма в РФ.**

Понятие внутреннего туризма. Становление и особенности формирования рынка внутреннего туризма в РФ. Основные виды туризма и туристские дестинации (регионы, города), представленные на российском рынке внутреннего туризма, статистика путешествий российских граждан в России. Современное состояние, проблемы и перспективы развития рынка внутреннего туризма в РФ.

## **10. Въездной туризм как вид международной туристической деятельности.**

Понятие «въездной туризм», характеристика современного состояния въездного туризма в мире и в России. Основные направления развития въездного туризма.

## **11. Технология организации тура в рамках въездного туризма (на конкретном примере).**

Особенности формирования турпакета, основные этапы формирования, определить особенности организации турпродукта в рамках въездного туризма: поставщики услуг, элементы турпродукта и пр.

## **12. Туристская документация.**

Технологическая документация тура: технологическая карта туристского путешествия по маршруту; график загрузки туристского предприятия; информационный листок к туристской путевке; памятка туриста; туристская путевка; электронная путевка, лист бронирования ; договор с клиентом; договора с агентами; договора с партнерами – поставщиками услуг; калькуляция или расчет стоимости тура (ценовые таблицы); описание маршрута; график движения по маршруту; карта-схема маршрута; описание технологических особенностей организации тура; справочные материалы по маршруту: буклеты, каталоги. Документация обслуживания: заявка на бронирование, подтверждение бронирования; подтверждение заезда, ваучер, лист согласования. Туристский пакет.

## **13. Организационно-правовые формы юридических лиц, осуществляющих деятельность в сфере туризма.**

(Особенности образования туроператорской и турагентской фирм. Виды коммерческих организаций. Регистрация ИП и юридических лиц. Порядок ликвидации.)

## **14. Туристские формальности.**

Паспортно-визовые формальности. Виды паспортов, порядок их получения. Виды виз, туристская виза. Виды туристских виз и порядок их получения. Шенгенская виза. Визовая поддержка рецептивного туроператора: референс и порядок его получения, подтверждение о приеме, документы иностранного туриста для получения российской визы.

Таможенные формальности: таможенный контроль, таможенная декларация.

Санитарные формальности. Эпидемиологический контроль. Памятка для туристов, выезжающих в эндемичные страны.

## **Основы экскурсионной деятельности**

### **1. Организация и технология экскурсионной деятельности.**

Организация экскурсии: встреча туристов, определение ключевых позиций экскурсионной программы, техника ведения экскурсий, определение особых потребностей экскурсантов, техника безопасности во время экскурсии.

## **Информационные технологии в туризме**

### **1. Информационные и телекоммуникационные системы в туризме.**

Виды информационных технологий и программ, используемых в туризме. Системы бронирования: локальные, национальные, корпорационные, ГКС. Офисные технологии. Системы бронирования туристских услуг. Информационные системы. Рекламная деятельность в туризме.

## **Технологии проектирования туристского продукта**

### **1. Проектирование туристского продукта.**

Выбор вида тура, взаимодействие туроператоров с поставщиками услуг по перевозке, размещению, питанию туристов, предоставлению программных услуг. Выбор оптимального туристского маршрута. Программа обслуживания.

Класс обслуживания. Технологическая документация туристского продукта.

### **2. Договорные отношения в туризме.**

Общая характеристика договора. Требования к составлению договоров.

Договорные отношения между туроператором и турагентом. Договорные отношения между туристским предприятием и потребителями туристских услуг.

Договорные отношения между туроператором и поставщиками туристских услуг. Договорные отношения между рецептивными и инициативными туроператорами.

### **3. Проектирование цены на туристские продукты и услуги на основе применения различных методов ценообразования.**

Цена на туристские продукты и услуги: основные понятия, структура, виды. Методы и стратегии ценообразования в туризме. Правила применения скидок на туристские продукты и услуги. Дисконтная политика туристского предприятия.

### **4. Туристское предприятие как объект проектирования: типы, виды и форматы туристских предприятий.**



Туристская фирма как объект проектирования, характеристика функций туристского предприятия, анализ состояния и перспектив развития туристского предприятия как проектируемого объекта. Формат туристских предприятий, основные показатели, характеризующие его.

## **Туристско-рекреационное проектирование**

### **1. Туризм и туристская деятельность как объект проектирования. Уровни турпроектирования.**

Сущность туристского проектирования, его территориальный аспект. Типы и виды туристского пространства. Характеристика уровней туристско-рекреационного проектирования: международный, национальный, местный.

### **Программный туризм. Технологии в туристской деятельности**

1. Основы программного туризма.
2. Особенности организации спортивного туризма.
3. Особенности организации круизного туризма.
4. Особенности организации лечебно-оздоровительного туризма.
5. Особенности организации образовательного туризма.
6. Особенности организации экологического туризма.
7. Особенности организации пляжного туризма.
8. Особенности организации делового туризма.
9. Особенности организации культурно-познавательного туризма.
10. Особенности организации горнолыжного туризма.
11. Технология туроператорской деятельности на туристском рынке.
12. Технология турагентской деятельности на туристском рынке.
13. Технология продвижения и реализация турпродукта.
14. Этапы деятельности туроператора.
15. Выставочная деятельность туроператора, турагента.
16. Организация работы туроператора с турагентом.
17. Организация работы турфирмы с клиентом.
18. Основы экскурсионной деятельности.
19. Анимация в туристском обслуживании.
20. Технологии проектирования туристского продукта.

## **Технологии продаж**

### **1. Эффективные продажи: основные понятия и виды продаж турист-**

**ских продуктов и услуг.**

Определение понятия продаж как сложного многоступенчатого процесса, позволяющего удовлетворить потребности потребителей и обеспечить продавцам запланированную прибыль. Виды продаж: оптовые и розничные продажи.

**2. Основы технологий продаж, особенности офисной технологии продаж.**

Технологические особенности успешных продаж. Подготовка сделки – купля-продажа. Особенности офисной технологии, технологическая документация сопровождения продаж. Активные продажи, в том числе через Интернет.

**3. Сайт туристской компании как элемент продаж, особенности проектирования структуры, содержания и дизайна сайта.**

Электронные каналы сбыта: основные понятия и значение. Сайт туристского предприятия, характеристика основных типов сайтов.

**4. Реклама в туризме. Роль и задачи. Средства распространения рекламы в туризме.**

Определение понятия «реклама». Цели рекламной деятельности. Отличительные черты туристской рекламы. Принципы рекламы. Структура и состав рекламного обращения. Рекламный слоган. Брендинг. Ненадлежащая реклама и ответственность. Средства рекламы, их преимущества и недостатки. Выбор средств рекламы. Факторы, влияющие на выбор средств рекламы. Принятие решений об основных параметрах рекламы – охват, частота, сила воздействия. График выхода рекламных материалов.

## **Менеджмент транспортных услуг**

**1. Организация авиаперевозок в туризме. Виды и формы взаимодействия туристской фирмы и авиакомпании при организации туристских перевозок.**

Нормативная база взаимоотношений туристской фирмы и авиакомпании: национальное, международное, межправительственное регулирование. Виды взаимодействия. Текущее бронирование, консолидация рейсов, квоты мест на консолидированных рейсах, блоки мест на регулярных авиарейсах, агентское соглашение, чартер.

Бронирование через ГКС. Характеристика особенностей каждого вида взаимодействия. Виды поездок и авиарейсов.

Бронирование авиабилета. Информация, необходимая для бронирования

авиабилета. Требования профессиональной этики при бронировании авиабилетов. Виды тарифов, выписка авиабилета.

## **2. Организация чартерных перевозок.**

Понятие «чартер». Примеры чартерных перевозок на различных видах транспорта: воздушном, железнодорожном, автомобильном, водном. Характеристика авиачартеров с коммерческой точки зрения и с точки зрения использования воздушного судна. Содержание договора о чартерной перевозке на воздушном судне. Особенности организации VIP-чартеров.

## **3. Организация обслуживания туристов на железнодорожном транспорте.**

Классификация пассажирских железнодорожных вагонов в России и за рубежом. Классификация пассажирских поездов в России по различным признакам (расстояние, скорость движения, регулярность, уровень обслуживания). Особенности обслуживания пассажиров в фирменных, туристско-экскурсионных и чартерных поездах. Способы перевозки организованных групп туристов на железнодорожном транспорте.

## **4. Особенности организации автомобильных перевозок. Схемы взаимоотношений туроператора и автотранспортных предприятий.**

Особенности автобусных путешествий. Классификация автобусов по различным признакам. Формы использования услуг автоперевозчиков (приобретение оператором собственного автобуса и сотрудничество с владельцами автобусов). Паспорт маршрута. Права и обязанности перевозчика, туроператора и пассажира.

## **5. Правовая ответственность перед туристами при международных перевозках** (основные определения: перевозка, пассажир, билет, основные положения Варшавской конвенции и Воздушного кодекса РФ, ответственность при задержке и отмене рейса. Компенсация за потерянный багаж и ручную кладь).

# **3 блок. Управление**

## **Менеджмент в туристской индустрии**

### **1. Теория управления.**

Управление как потребность и как фактор успеха деятельности. Сущность и содержание управления. Место теории управления в системе совре-

менных знаний. Специфика управленческой деятельности. Современные проблемы управления.

## **2. Цели и целеполагание в управлении в туризме.**

Роль цели в организации и осуществлении процессов управления. Классификация целей, построение дерева целей. Сочетание разнообразия целей и функций менеджмента. Соответствие целей управления целям организации. Система управления по целям. Стратегия и тактика управления.

## **3. Система управления**

Понятие системы управления. Распределение функции, полномочий и ответственности. Принципы построения систем управления. Факторы формирования систем управления. Понятие звена управления. Разработка комплекса функций обособляемого звена системы управления, типология систем управления.

## **4. Процесс и механизм управления в туризме.**

Понятие процесса управления. Операции процесса управления. Свойства, характеристики и основные этапы процесса управления. Типология процессов управления. Понятие механизма управления. Стихийное и сознательное формирование механизма управления. Нравственные ограничения в использовании средств управления. Экономические методы управления. Административно-правовые методы управления. Социально-психологические методы управления.

## **5. Стратегия и тактика менеджмента в туризме.**

Элементы и основные понятия функции «планирование». Содержание, цели и задачи внутрифирменного планирования, виды планов. Принципы и методы планирования. Перспективное и текущее внутрифирменное планирование. Прогнозирование как основной элемент планирования. Стратегическое планирование и реализация стратегического плана. Планирование и успех организации. Бизнес-планирование. Сущность и особенности бизнес-плана, основное содержание и порядок разработки.

## **6. Мотивация деятельности в туризме.**

Мотивы деятельности человека и их роль в управлении. Основные понятия и логика процесса мотивации. Факторы формирования мотивов труда. Использование мотивации в практике менеджмента. Факторы эффективности мотивации. Современные концепции мотивации.

## **7. Разработка управленческих решений**

Сущность управленческого решения. Подходы к принятию решений. Классификация управленческих решений. Этапы рационального принятия решения. Факторы, влияющие на процесс принятия решения. Организация проведения совещания. Модели и методы принятия управленческих решений, реализация управленческих решений.

**8. Стили управления в менеджменте:** авторитарный; демократический; либеральный. Лидерство, как особое управленческое взаимодействие с подчиненными. Стили управления в менеджменте: авторитарный; демократический; либеральный. Сравнительная характеристика основных стилей руководства, их преимущества и недостатки. Лидерство, как особое управленческое взаимодействие с подчиненными.

## **9. Управление межличностными отношениями в туристской организации. Управление конфликтами и стрессами.**

Межличностные отношения в организации. Понятия «конфликт» и «стресс». Источники и виды конфликтов. Основные стереотипы поведения руководителя в конфликтных ситуациях; их характеристика.

## **10. Конкурентоспособность туристской организации. Стратегии создания конкурентных преимуществ. Концепция конкурентных сил рыночных отношений по М. Портеру.**

Определение понятия «конкурентоспособность». Стратегия лидерство в издержках. Стратегия дифференциации. Стратегия фокусировки на интересах конкретных потребителей.

Силы конкуренции по Портеру: конкурентные силы производителей аналогичной продукции, конкурентная сила поставщиков, конкурентная сила покупателей, конкурентная сила потенциальных производителей, конкурентная сила товаров-заменителей.

## **11. Риск – менеджмент в сфере туризма.**

Понятие риска, его виды. Риски в туризме и способы их предупреждения и преодоления. Способы управления риском.

## **12. Методы анализа среды. Методология проведения SWOT-анализа.**

Роль анализа среды предприятия. Суть SWOT-анализа как комплексного анализа внешней и внутренней среды. Методология этого анализа. Построение матрицы SWOT – анализа, установление связей между квадратами и выбор

стратегии развития бизнеса.

### **13. Миссия организации. Носители интересов. Факторы выработки миссии. Цели формулирования миссии.**

Определение понятия «миссия». Собственники организации. Сотрудники организации. Покупатели продукта. Деловые партнеры. Местное сообщество. Общество в целом. Пять факторов выработки миссии. Роль миссии в деятельности организации.

### **14. Организационная культура как объект стратегических изменений. Факторы, влияющие на организационную культуру.**

Содержание понятия «организационная культура». Роль организационной культуры в организации. Характеристика основных факторов, влияющих на организационную культуру.

### **15. Менеджер как субъект управления. Имидж менеджера.**

Менеджер как профессиональный руководитель. Деятельность менеджеров. Роли менеджера в современной организации. Межличностные роли. Информационные роли. Принципиальная модель современного менеджера. Требования к современному менеджеру. Предпринимательство и менеджер. Факторы поведения менеджера, влияющие на эффективность управления. Квалификационные требования к менеджерам, компетенции. Оценка личности и деловых качеств менеджера. Имидж менеджера. Основные факторы, влияющие на создание имиджа менеджера. Характерные черты менеджера XXI века.

## **Маркетинг в туристской индустрии**

### **1. Понятие, сущность и принципы маркетинга.**

Маркетинг как научная дисциплина и как область практической деятельности. Цели и задачи курса. Особенности современного этапа общественно-экономического развития России, вызвавшие потребность в изучении и применении маркетинга. Предмет исследования маркетинга. Причины возникновения маркетинга. Эволюция маркетинга. Цели и принципы маркетинга. Основные понятия и категории маркетинга: нужда, потребность, сделка, обмен, товар, рынок и другие. Комплекс маркетинга. Функции маркетинга. Пути использования мирового опыта развития маркетинга в России. Отечественный и зарубежный опыт маркетинга.

### **2. Концепции управления маркетингом в туризме.**

Исторические этапы эволюции концепции маркетинга (концентрация производства, кризис перепроизводства, маркетинговая концепция управления, система глобального маркетинга). Основные концепции управления маркетингом на предприятии: концепция совершенствования производства, концепция совершенствования товара, концепция интенсификации коммерческих усилий, концепция маркетинга, концепция социально-этического маркетинга. Причины возникновения концепции социально-этического маркетинга. Пирамида социально-этического маркетинга.

### **3. Сегментирование рынка.**

Понятие сегментирования рынка, цель и необходимость сегментирования рынка. Условия и принципы сегментирования рынка. Способы сегментирования рынка.

Массовый маркетинг. Товарно-дифференцированный маркетинг. Целевой маркетинг. Основные мероприятия целевого маркетинга: сегментирование рынка, выбор целевых сегментов, позиционирование товара. Основные этапы сегментирования рынка: выбор критериев и признаков сегментирования рынка, выбор метода сегментирования, позиционирование товара, разработка комплекса маркетинга. Отечественная практика компаний по сегментированию рынка в России.

### **4. Стратегическое планирование маркетинга в туризме.**

Система планирования маркетинга: стратегическая маркетинговая программа, план маркетинга. Основные блоки стратегической маркетинговой программы: цели фирмы, анализ хозяйственного портфеля фирмы, выбор стратегии роста фирмы. Понятие, роль и значение маркетинговой стратегии. Разработка стратегии как главная задача для функционирования механизма маркетинга. Различные маркетинговые стратегии. Их характеристика. Выбор стратегии маркетинга. Механизм реализации маркетинговой стратегии. Планирование маркетинга. Основные этапы разработки плана маркетинга. Маркетинговый раздел бизнес-плана. Ее общая характеристика и структура. Бюджет маркетинга.

### **5. Модель покупательского поведения потребителей туристского продукта.**

Значение исследований покупательского поведения. Модель покупательского поведения потребителей. Побудительные факторы, «черный ящик» сознания покупателя, ответная реакция на побудительные факторы маркетинга. Основные характеристики покупателей. Процесс принятия решения о покупке. Классификация покупателей. Теория человеческой мотивации З. Фрейда и А.

Маслоу.

## **6. Товарная политика предприятия.**

Товарная политика – стратегия управления товаром. Формирование товарного ассортимента. Рыночная атрибутика товара. Марка и марочная политика. Упаковка. Классификация товаров. Концепция жизненного цикла товара. Новый товар в системе маркетинга. Этапы разработки нового товара. Управление ассортиментом. Оценка конкурентоспособности товара.

## **7. Разработка ценовой политики.**

Ценообразование в качестве одного из основных направлений в маркетинге. Виды цен и особенности их применения. Факторы ценообразования и ценовая политика. Ценообразование на различных типах рынка. Основные этапы и методы расчета цен. Разработка стратегии ценообразования. Рыночная корректировка цен. Формы государственного регулирования свободы ценообразования. Виды скидок и условия их применения.

## **8. Формирование спроса и стимулирование сбыта туристских предприятий.**

Система маркетинговых коммуникаций. Средства маркетинговых коммуникаций. Реклама как составная часть маркетинговой деятельности и инструмент управления поведением покупателей. Основные виды рекламных обращений. Средства рекламы. Методы оценки эффективности рекламы. Формирование рекламного бюджета. Средства стимулирования сбыта. Пропаганда как средство маркетинговых коммуникаций. Личная продажа как средство маркетинговых коммуникаций. Паблик рилейшенз (связи с общественностью). Средства и задачи паблик рилейшенз.

## **9. Особенности брендинга туристских территорий.**

Основные понятия в области брендинга туристских территорий, характеристика видов брендов. Географические бренды. Процесс формирования бренда, характеристика.

## **10. Маркетинг туристских территорий.**

Основные цели маркетинга туристских территорий. Система маркетинга туристских территорий, круг важнейших практических задач. Характеристика основных элементов характеризующих маркетинговую деятельность туристских территорий.



## **Управление человеческими ресурсами**

### **1. Сущность и принципы управления персоналом в организации. Формирование кадровой политики в организации.**

Сущность и соотношение понятий «человеческие ресурсы», «трудовые ресурсы», «персонал». Значение персонала организации на современном этапе. Персонал как объект управления. Цели и направления деятельности по управлению персоналом. Управление персоналом в функциональном и организационном отношении. Закономерности и принципы управления персоналом. Кадровая политика организации, ее содержание. Требования к содержанию кадровой политики, нормативная база. Последовательность и содержание этапов разработки кадровой политики. Принципы, виды кадровой политики. Механизмы реализации кадровой политики.

### **3. Методы управления персоналом в организации. Подбор и расстановка персонала.**

Методы управления персоналом. Экономические методы управления персоналом (материальное стимулирование и санкции, финансирование и кредитование, зарплата, себестоимость, прибыль, цена). Организационно-распорядительные методы (основаны на дисциплине, ответственности, власти, принуждении, нормативно-документальном закреплении функций) управления персоналом. Социально-психологические методы управления персоналом (мотивация, моральное поощрение, социальное планирование). Подбор и расстановка персонала. Социализация, профориентация и адаптация персонала. Понятия и виды адаптации. Организация процесса адаптации. Управление деловой карьерой. Виды, цели и этапы деловой карьеры. Организация перемещения кадров. Резерв для замещения руководящих должностей и работа с ним. Горизонтальная карьера. Управление кадровым резервом. Профессиональное развитие работника и законодательные основы подготовки и переподготовки кадров.

## **Инновационный менеджмент**

### **1. Инновационные процессы в туризме.**

Инновации в туризме: основные понятия, роль и значение. Инновационные процессы, пути совершенствования и развития. Примеры инноваций в туризме.

## **Бизнес-планирование**

### **1. Бизнес–план как элемент стратегического планирования.**

Бизнес-план в системе стратегического планирования. Понятие, цели и задачи бизнес-плана. Структура бизнес-плана. Содержание основных разделов бизнес-плана: резюме, общее описание фирмы, виды товаров (услуг), рынки сбыта товаров (услуг), конкуренция на рынках сбыта, план маркетинга, юридический план, организационный план, оценка риска и страхование, финансовый план.

## **Управление качеством**

### **1. Показатели качества в туризме. Стандартизация: сущность, методы и принципы.**

Понятия качества продукции. Требования к качеству. Функции органов технического контроля качества продукции. Показатели качества в различных сферах. Причины брака. Понятие стандарта. Принципы стандартизации. Государственная система стандартизации. Виды нормативных документов по стандартизации. Методы стандартизации.

## **Перечень вопросов**

1. Понятие туризма и туриста. Классификация туризма.
2. Туроператор и турагент как субъекты туристского рынка. Виды туристских агентств.
3. Туристский продукт. Факторы производства и продвижения туристского продукта. Параметры качества туристского продукта.
4. Международные туристские организации, их классификация и роль в развитии мирового туризма.
5. Влияние индустрии туризма на экономику стран и регионов.
6. Правовое регулирование туристской деятельности в Российской Федерации.
7. Туризм как социокультурное явление.
8. Туристский рынок: структура, особенности. Современное состояние и тенденции развития.
9. Современное состояние туризма в мире. Прогнозы развития международного туризма. Перспективные туристские дестинации XXI века.
10. Классификация подвидов и разновидностей туризма.
11. Экскурсия: сущность понятия, виды экскурсий.
12. Анимация в туризме.

13. Безопасность туризма.
14. Этика партнерских отношений в сфере туризма.
15. Особенности организации спортивного туризма.
16. Особенности организации круизного туризма.
17. Особенности организации лечебно.оздоровительного туризма.
18. Особенности организации образовательного туризма.
19. Особенности организации экологического туризма.
20. Особенности организации пляжного туризма.
21. Особенности организации делового туризма.
22. Особенности организации горнолыжного туризма.
23. Особенности организации приключенческого/экстремального туризма.
24. Особенности организации культурно-познавательного туризма.
25. Подготовка и участие в туристских выставках.
26. Программы развития туризма в Российской Федерации. Кластерный подход при организации туризма.
27. Туристские регионы России и их характеристика.
28. Туристские ресурсы. Классификация туристских ресурсов.
29. Развитие индустрии гостеприимства.
30. Оказание услуг питания в туризме.
31. Менеджмент туроперейтинга.
32. Виды деятельности туроператоров. Инициативный и рецептивный туроперейтинг.
33. Туроператор и турагент как субъекты туристского рынка. Виды туристских агентств.
34. Формирование сбытовой сети туроператора.
35. Агентские сети и франчайзинг в туризме и гостеприимстве.
36. Обслуживание клиента при продаже туров.
37. Страхование в туризме. Страхование профессиональной ответственности туроператора.
38. Характеристика рынка выездного туризма в РФ.
39. Характеристика рынка внутреннего туризма в РФ.
40. Въездной туризм как вид международной туристической деятельности.
41. Технология организации тура в рамках въездного туризма (на конкретном примере).
42. Туристская документация.
43. Организационно-правовые формы юридических лиц, осуществляющих деятельность в сфере туризма.

44. Туристские формальности.
45. Организация и технология экскурсионной деятельности.
46. Информационные и телекоммуникационные системы в туризме.
47. Проектирование туристского продукта.
48. Договорные отношения в туризме.
49. Проектирование цены на туристские продукты и услуги на основе применения различных методов ценообразования.
50. Туристское предприятие как объект проектирования: типы, виды и форматы туристских предприятий.
51. Туризм и туристская деятельность как объект проектирования. Уровни турпроектирования.
52. Эффективные продажи: основные понятия и виды продаж туристских продуктов и услуг.
53. Основы технологий продаж, особенности офисной технологии продаж.
54. Сайт туристской компании как элемент продаж, особенности проектирования структуры, содержания и дизайна сайта.
55. Реклама в туризме. Роль и задачи. Средства распространения рекламы в туризме.
56. Организация авиаперевозок в туризме. Виды и формы взаимодействия туристской фирмы и авиакомпании при организации туристских перевозок.
57. Организация чартерных перевозок.
58. Организация обслуживания туристов на железнодорожном транспорте.
59. Особенности организации автомобильных перевозок. Схемы взаимоотношений туроператора и автотранспортных предприятий.
60. Правовая ответственность перед туристами при международных перевозках.
61. Теория управления.
62. Цели и целеполагание в управлении в туризме.
63. Система управления.
64. Процесс и механизм управления в туризме.
65. Стратегия и тактика менеджмента в туризме.
66. Мотивация деятельности в туризме.
67. Разработка управленческих решений.
68. Стили управления в менеджменте.
69. Управление межличностными отношениями в туристской организации. Управление конфликтами и стрессами.
70. Конкурентоспособность туристской организации. Стратегии создания

конкурентных преимуществ. Концепция конкурентных сил рыночных отношений по М. Портеру.

71. Риск – менеджмент в сфере туризма.

72. Методы анализа среды. Методология проведения SWOT-анализа.

73. Миссия организации. Носители интересов. Факторы выработки миссии. Цели формулирования миссии.

74. Организационная культура как объект стратегических изменений. Факторы, влияющие на организационную культуру.

75. Менеджер как субъект управления. Имидж менеджера.

76. Понятие, сущность и принципы маркетинга.

77. Концепции управления маркетингом в туризме.

78. Сегментирование рынка.

79. Стратегическое планирование маркетинга в туризме.

80. Модель покупательского поведения потребителей туристского продукта.

81. Товарная политика предприятия.

82. Разработка ценовой политики.

83. Формирование спроса и стимулирование сбыта туристских предприятий.

84. Особенности брендинга туристских территорий.

85. Маркетинг туристских территорий.

86. Сущность и принципы управления персоналом в организации. Формирование кадровой политики в организации.

87. Методы управления персоналом в организации. Подбор и расстановка персонала.

88. Инновационные процессы в туризме.

89. Бизнес–план как элемент стратегического планирования.

90. Показатели качества в туризме. Стандартизация: сущность, методы и принципы.

## **5 КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ СТУДЕНТОВ НА ИАК**

**Знания студентов по каждому вопросу билета оцениваются:**

– «отлично», если студент глубоко, полно, правильно и в логической последовательности ответил на поставленный вопрос, показал в ходе ответа теоретические знания по вопросу билета, соответствующие требованиям Федерального Государственного образовательного стандарта высшего образования, проявил творческий подход и самостоятельность суждений по данному вопро-

су, подкрепил ответ примерами из практической деятельности;

– **«хорошо»**, если ответ в целом отвечает требованиям к оценке «отлично», но студент допустил отдельные неточности, не показал достаточной глубины знаний, что вызвало необходимость задавать ему дополнительные вопросы;

– **«удовлетворительно»**, если студент показал знания основного учебного материала, но не подтвердил теоретические положения конкретными примерами и не обосновал их, затруднялся в обобщениях и выводах;

– **«неудовлетворительно»**, если не выполнены условия для получения оценки «удовлетворительно», ответы на теоретические вопросы не соответствуют требованиям Федерального Государственного образовательного стандарта высшего образования.

**Оценка за теоретические знания экзаменуемого  
определяется по оценкам за ответы на вопросы билета,  
дополнительные вопросы и выставляется по следующим критериям:**

– **«отлично»**, когда ответы на все вопросы билета оцениваются «отлично» или не более одного ответа «хорошо», а другие ответы «отлично»;

– **«хорошо»**, когда ответы на вопросы билета и на дополнительные вопросы оцениваются «отлично» или «хорошо», а при наличии одной «удовлетворительной» оценки она компенсируется не менее, чем одной «отличной» оценкой;

– **«удовлетворительно»**, когда условия для получения оценки «хорошо» не выполнены, но средний балл оценок за ответы на вопросы составляет не менее трех (при условии, что «неудовлетворительно» оценен ответ не более чем на один вопрос билета);

– **«неудовлетворительно»**, если пятьдесят и более процентов ответов на вопросы билета оценены на «неудовлетворительно».

## 6 СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

*Нормативные документы:*

1. Закон Российской Федерации «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24 ноября 2007 г. № 132.
2. Правила оказания услуг по реализации туристского продукта. Постановление Правительства РФ от 18 июля 2007 г. № 452.
3. О порядке выезда из Российской Федерации и въезда в Российскую Федерацию: Федеральный закон от 15.08.1996 г. № 114-ФЗ (в редакции Федерального закона от 21.04.2011 г. № 80-ФЗ) // СЗ РФ. – 1996. – № 34. –

- Ст. 4029.
4. Об основах туристской деятельности в Российской Федерации: Федеральный закон от 24.11.1996 г. № 132-ФЗ (в редакции Федерального закона от 30.07.2010 г. №242-ФЗ) // СЗ РФ.– 1996. – № 49. – Ст. 5491.
  5. О валютном регулировании и валютном контроле: Федеральный закон от 10.12.2003 г. № 173-ФЗ (в редакции Федерального закона от 15.11.2010 г. № 294) // СЗ РФ.– 2003. – № 50. – Ст. 4859.
  6. Положение о Федеральном агентстве по туризму: Постановление Правительства РФ от 31.12.2004 г. № 901 (в редакции Постановления Правительства РФ от 24.03.10.11 г. № 210) // СЗ РФ.– 2005. – № 2. – Ст.159.
  7. Об утверждении правил оказания услуг по реализации туристского продукта: Постановление Правительства РФ от 18.07.2007 г. № 452 // РГ.– 2007. – № 159.
  8. Об утверждении Инструкции о порядке оформления и выдачи паспорта гражданина Российской Федерации, дипломатического паспорта и служебного паспорта, являющихся основными документами, удостоверяющими личность гражданина Российской Федерации за пределами территории Российской Федерации, содержащих электронные носители информации: Приказ Министерства внутренних дел РФ, Министерства иностранных дел РФ, Федеральной службы безопасности РФ от 06.10.2006 г. № 785/14133/461 // РГ.– 2006. – № 4206.
  9. Об утверждении административного регламента Федерального агентства по туризму по предоставлению государственной услуги по информированию в установленном порядке туроператоров, турагентов и туристов об угрозе безопасности туристов в стране (месте) временного пребывания: Приказ Федерального агентства по туризму от 19.12.2007 г. №141 // Бюллетень нормативных актов федеральных органов исполнительной власти. – 2008. – № 19.
  10. Закон РФ «О защите прав потребителей» от 07.02.1992 г. № 2300-1 с изменениями от 25.10.2007 г.

*Основная литература:*

1. Абабков, Ю. Н. Маркетинг в туризме [Электронный ресурс] : учебник / Ю. Н. Абабков, М. Ю. Абабкова, И. Г. Филиппова ; под ред. Е. И. Богданова. – М. : НИЦ ИНФРА-М, 2015. – 214 с. – (Высшее образование : Бакалавриат). – Режим доступа : <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=484840>. – Загл. с экрана.
2. Баранов, А. С. Информационно-экскурсионная деятельность на предприятиях туризма [Электронный ресурс] : учебник / А. С. Баранов, И. А.

- Бисько, под ред. Е. И. Богданова. – М. : НИЦ ИНФРА-М, 2016. – 383 с. – (Высшее образование : Бакалавриат). – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=519575>. – Загл. с экрана.
3. Барчуков, И. С. Санаторно-курортное дело [Электронный ресурс] : учеб. пособие для студентов вузов / И. С. Барчуков. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 303 с. – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=391265>. – Загл. с экрана.
  4. Бердяева, Т. В. Управление персоналом на предприятии туризма [Электронный ресурс] : учебник / Т. В. Бердяева, А. С. Захаров ; под ред. проф. Е. И. Богданова. – М. : НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 180 с. – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=369965>. – Загл. с экрана.
  5. Бикташева, Д. Л. Менеджмент в туризме [Электронный ресурс] : учебное пособие / Д. Л. Бикташева, Л. П. Гиевая, Т. С. Жданова. – М. : Альфа-М : НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 272 с. – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread.php?book=445652>. – Загл. с экрана.
  6. Богданов, Е. И. Экономика отрасли туризм [Электронный ресурс] : учебник / Е. И. Богданов, Е. С. Богомолова, В. П. Орловская ; под ред. проф. Е. И. Богданова. – М. : НИЦ Инфра-М, 2013. – 318 с. – (Высшее образование : Бакалавриат). – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=362895>. – Загл. с экрана.
  7. Джум, Т. А. Организация сервисного обслуживания в туризме [Текст] : учебное пособие / Т. А. Джум, С. А. Ольшанская. – М. : Магистр : НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 368 с. – (Бакалавриат).
  8. Дурович, А. П. Маркетинг в туризме [Электронный ресурс] : учебное пособие / А. П. Дурович. – М. : НИЦ ИНФРА-М, 2015. – 316 с. – (Высшее образование : Бакалавриат). – Режим доступа : <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=478256>. – Загл. с экрана.
  9. Ермошина, Г. П. Региональная экономика [Электронный ресурс] : учебное пособие / Г. П. Ермошина, В. Я. Поздняков. – М. : НИЦ ИНФРА-М, 2015. – 576 с. – (Высшее образование: Бакалавриат) – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=512041#>. – Загл. с экрана.
  10. Жукова, Т. Н. Управление и организация маркетинговой деятельности [Электронный ресурс] : учебное пособие / Т. Н. Жукова. – М. : НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 197 с. – (Высшее образование : Бакалавриат). – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=437963>. – Загл. с экрана.
  11. Зайцева, Н. А. Практикум по менеджменту туризма. Ситуации и тесты [Электронный ресурс] : учебное пособие / Н. А. Зайцева. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Форум, 2011. – 168 с. – (Высшее образование). – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=260449>. – Загл. с экрана.



12. Зайцева, Н. А. Финансовый менеджмент в туризме и гостиничном бизнесе [Электронный ресурс] : учебное пособие / Н. А. Зайцева, А. А. Ларионова. – М. : Альфа-М : НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 320 с. – Режим доступа : <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=424026>. – Загл. с экрана.
13. Киседобрев, В. П. Менеджмент в туризме [Электронный ресурс] : учебник / В. П. Киседобрев, О. Н. Кострюкова, А. В. Киседобрев ; под ред. проф. Е. И. Богданова. – М. : НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 152 с. – (Высшее образование : Бакалавриат). – Режим доступа : <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=369961>. – Загл. с экрана.
14. Котлер, Филип. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм [Электронный ресурс] : учебник для студентов вузов : пер. с англ. / Ф. Котлер, Дж. Боуэн, Дж. Мейкенз. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 1071 с. – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=391834>. – Загл. с экрана.
15. Лысенко, Д. В. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности [Электронный ресурс] : учебник для вузов / Д. В. Лысенко. – М. : ИНФРА-М, 2013. – 320 с. – (Высшее образование). – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=407438>. – Загл. с экрана.
16. Орловская, В. П. Технология и организация предприятия туризма [Электронный ресурс] : учебник / В. П. Орловская ; под общ. ред. проф. Е. И. Богданова. – М. : НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 176 с. – (Высшее образование : Бакалавриат). – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread.php?book=369959>. – Загл. с экрана.
17. Романова М. В. Управление проектами [Электронный ресурс] : учебное пособие / М. В. Романова. – М. : ИД ФОРУМ : НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 256 с. – (Высшее образование). – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=417954>. – Загл. с экрана.
18. Романович, Ж. А. Сервисная деятельность [Электронный ресурс] : учебник / Ж. А. Романович, С. Л. Калачев ; под общ. ред. проф. Ж. А. Романовича. – 6-е изд., перераб. и доп. – М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2013. – 284 с. – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=430365>. – Загл. с экрана.
19. Скобкин, С. С. Менеджмент в туризме [Электронный ресурс] : учебное пособие / С. С. Скобкин. – М. : Магистр : НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 448 с. – Режим доступа : <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=389982>. – Загл. с экрана.
20. Скобкин, С. С. Практика сервиса в индустрии гостеприимства и туризма [Электронный ресурс] : учебное пособие / С. С. Скобкин. – М. : Магистр : НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 496 с. – Режим доступа : <http://znanium.com/>

- bookread2.php?book=468869. – Загл. с экрана.
21. Степанова, С. А. Экономика предприятия туризма [Электронный ресурс] : учебник / С. А. Степанова, А. В. Крыга. – М. : НИЦ Инфра-М, 2013. – 346 с. – (Высшее образование : Бакалавриат). – Режим доступа : <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=339110>. – Загл. с экрана.
  22. Технологии и методы оздоровительного сервиса [Электронный ресурс] : учебное пособие / Е. А. Сигида [и др.] ; под ред. Е. А. Сигиды – М. : НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 190 с. – (Высшее образование : Бакалавриат). – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=461914>. – Загл. с экрана.
  23. Тимохина, Т. Л. Организация приема и обслуживания туристов [Электронный ресурс] : учебное пособие / Т. Л. Тимохина. – 3-е изд., перераб. и доп. – М. : ИД ФОРУМ : НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 352 с. – (Высшее образование). – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=400614>. – Загл. с экрана.
  24. Яковлев, Г. А. Организация предпринимательской деятельности [Электронный ресурс] : учебное пособие / Г. А. Яковлев. – 2-е изд. – М. : НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 313 с. – (Высшее образование : Бакалавриат). – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=400559#>. – Загл. с экрана.

*Дополнительная литература:*

1. Баранова, А. Ю. Организация предпринимательской деятельности в сфере туризма [Электронный ресурс] : учебное пособие / А. Ю. Баранова. – М. : НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 180 с. – (Высшее образование : Бакалавриат). – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=447214>. – Загл. с экрана.
2. Баумгартен, Л. В. Стандарты качества проведения экскурсий [Электронный ресурс] : учебное пособие / Л. В. Баумгартен – М. : Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М, 2015. – 96 с. – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=495762>. – Загл. с экрана.
3. Быстров, С. А. Организация туристской деятельности. Управление турфирмой [Электронный ресурс] : учебное пособие / С. А. Быстров. – М. : Форум: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 400 с. – (Высшее образование : Бакалавриат). – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=423744>. – Загл. с экрана.
4. Виноградова, М. В. Бизнес-планирование в индустрии гостеприимства [Электронный ресурс] : учебное пособие / М. В. Виноградова, З. И. Панина, А. А. Ларионова и др. – 4-е изд., испр. – М. : Дашков и К, 2013. – 280

- с. – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread.php?book=430340>. – Загл. с экрана.
5. Волгин, В. В. Открываю микропредприятие [Электронный ресурс] : практическое пособие / В. В. Волгин. – 2-е изд. – М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2012. – 584 с. – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=430572>. – Загл. с экрана.
  6. Дурович, А. П. Реклама в туризме [Электронный ресурс] : учебное пособие / А. П. Дурович. – 5-е изд., перераб. и доп. – М. : НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 158 с. – (Высшее образование : Бакалавриат). – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=414298>. – Загл. с экрана.
  7. Клейман, А. А. Инфраструктура туризма: стратегия развития [Электронный ресурс] / А. А. Клейман, О. Б. Евреинов. – М. : НИЦ ИНФРА-М, 2015. – 386 с. – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=515226#>. – Загл. с экрана.
  8. Колесова, Ю. А. Туристско-рекреационное проектирование [Электронный ресурс] : учебное пособие / Ю. А. Колесова. – М. : КУРС, НИЦ ИНФРА-М, 2015. – 352 с. – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=512520>. – Загл. с экрана.
  9. Кусков, А. С. Туроперейтинг [Электронный ресурс] : учебник / А. С. Кусков, В. Л. Голубева. – М. : Форум : НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 400 с. – (Высшее образование). – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=420366>. – Загл. с экрана.
  10. Левченко, Т. П. Управление инвестиционной привлекательностью в туристско-рекреационной сфере [Электронный ресурс] : монография / Т. П. Левченко, В. А. Янюшкин, А. А. Рябцев. – М. : НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 162 с. – (Научная мысль; Туризм). – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=424145#>. – Загл. с экрана.
  11. Менеджмент в индустрии спорта : сб. ст. Вып. 1 [Электронный ресурс] / под ред. В. А. Леднева. – М. : МФПУ Синергия, 2012. – 200 с. – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=451311>. – Загл. с экрана.
  12. Моисеева, Н. К. Международный маркетинг и бизнес [Электронный ресурс] : учебное пособие / Н. К. Моисеева. – М. : КУРС : НИЦ Инфра-М, 2013. – 272 с. – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=390294>. – Загл. с экрана.
  13. Морозов, Ю. В. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности [Электронный ресурс] : учебник / Ю. В. Морозов ; под ред. проф. Ю. В. Морозова, доц. В. Т. Гришиной. – 8-е изд. – М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2012. – 448 с. – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=415400>. – Загл. с экрана.

14. Овчаров, А. О. Экономика туристских предприятий [Электронный ресурс] : учебное пособие / А. О. Овчаров. – М. : НИЦ Инфра-М, 2013. – 176 с. – (Высшее образование : Бакалавриат). – Режим доступа : <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=337251>. – Загл. с экрана.
15. Розанова, Т. П. Маркетинг услуг гостеприимства и туризма [Электронный ресурс] : Практикум / Т. П. Розанова, Т. В. Муртузалиева. – М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2012. – 132 с. – Режим доступа : <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=430296>. – Загл. с экрана.
16. Современные проблемы сервиса и туризма [Электронный ресурс] : периодическое издание. – Режим доступа : <http://znanium.com>. – Загл. с экрана.
17. Федорова, Т. А. Управление рисками и страхование в туризме [Электронный ресурс] : монография / Т. А. Федорова. – М. : Магистр : НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 192 с. – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=397355>. – Загл. с экрана.
18. Шимова, О. С. Основы устойчивого туризма [Электронный ресурс] : учебное пособие / О. С. Шимова. – М. : НИЦ ИНФРА-М ; Минск : Нов. знание, 2013. – 190 с. – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=406118>. – Загл. с экрана.
19. Экскурсионная деятельность в индустрии гостеприимства [Электронный ресурс] : учеб. пос. для вузов / Ю. Б. Башин [и др.] ; под общ. ред. проф. Ю. Б. Башина – М. : Вузов. учеб. : НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 204 с. – Режим доступа : <http://znanium.com/bookread2.php?book=420317>. – Загл. с экрана.

*Информационные ресурсы:*

1. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов – <http://www.fcior.edu.ru>
2. Клуб научного туризма – [www.sgu/ogis/club](http://www.sgu/ogis/club)
3. Национальная академия туризма – [www.nat-moo.ru](http://www.nat-moo.ru)
4. Сервер «Музеи России» – [www.museum.ru](http://www.museum.ru)

Учебно-методическое издание

**Пирогова Ольга Вячеславовна**

ПРОГРАММА  
ИТОГОВОГО ЭКЗАМЕНА

по направлению подготовки

43.03.02 «ТУРИЗМ»

квалификация (степень) выпускника  
Бакалавр

Редактор Е.Ю. Базаров  
Компьютерная верстка Я.С. Кожакина

**Учредитель, издатель:** Академия туризма и международных отношений

**E-mail:** [uralinsttur@yandex.ru](mailto:uralinsttur@yandex.ru)

**Сайт:** [www.uralinsttur.ru](http://www.uralinsttur.ru)

**Почтовый адрес издательства:** 620034, Екатеринбург, ул. Марата, 17

**Главный редактор:** Пирогова Ольга Вячеславовна

**E-mail редакции:** [uralinsttur@yandex.ru](mailto:uralinsttur@yandex.ru)

Оригинал-макет изготовлен в издательском центре

Академия туризма и международных отношений

**Тел/Факс:** (343) 245-36-51

Подписано в печать 18.01.2016 г. Форма 60x84 1/16.

Бумага для множительных аппаратов.

Печать на ризографе. Гарнитура Times New Roman

Усл. Печ. л. 1,8

Тираж 300 экземпляров. Заказ №2.

Академия туризма и международных отношений

620034, Екатеринбург, ул. Марата, 17

[uralinsttur@yandex.ru](mailto:uralinsttur@yandex.ru)

© Академия туризма и международных отношений, 2016

