

## **ПРОГРАММА**

### **вступительных испытаний для поступающих на обучение по программе магистратуры по направлению 43.04.02 «Туризм»**

Программа утверждена заседанием кафедры предпринимательства, сервиса и туризма факультета бизнеса и управления. Протокол №2 от 26.09.2018 г.

Вступительные испытания для поступающих на обучение по программе магистратуры проводятся в форме собеседования. Собеседование включает в себя 2 вопроса:

1. Вопрос из блока: Общая теория туризма и туристской индустрии.
2. Вопрос из блока: Организация деятельности предприятий индустрии туризма и гостеприимства. Внутренний и въездной туризм

Ответ оценивается по 100-балльной системе:

Максимальная сумма набранных баллов – 100 баллов

Минимальная сумма набранных баллов – 51 балл

#### **Направление 43.04.02 «Туризм»**

Программа подготовки: «Управление в туристской индустрии».

#### **Вопросы для собеседования:**

##### **Блок: Общая теория туризма и туристской индустрии**

1. Определение туризма, классификация туризма.
2. Виды рекреационной деятельности людей. Основные виды туризма.
3. Особенности функционирования туристского рынка (туристская услуга, туристский спрос).
4. Туристское районирование России.
5. Методы исследования и оценки туристско-рекреационного потенциала территории.
6. Понятие и структура туристской индустрии.
7. Государственное регулирование туристского рынка.
8. Туристский рынок: сущность, особенности, тенденции развития.
9. Понятие туристского продукта и его особенности.
10. Туристские предприятия: особенности функционирования и управления.
11. Транспортное обеспечение в туризме.
12. Инновации в развитии индустрии туризма.
14. Специфика менеджмента в сфере туризма: цели и задачи управления, организация работы по управлению предприятием.
15. Маркетинговые исследования в туризме.
16. Формирование маркетинговой стратегии туристского предприятия.

17. Разработка туристского продукта и управление им.
18. Экономическое значение индустрии туризма и гостеприимства.
19. Деловая этика работников сферы туризма.
20. Стандартизация и классификация туристских услуг. Обозначьте основные стандарты на туристские услуги и их значение.
21. Комплекс маркетинга в туризме: микс 4-х и 7-ми «пи». Основные цели, принципы и функции маркетинга.
22. Планирование и формирование программы обслуживания туристов.
23. Ценовая политика туристской фирмы. Основные факторы, влияющие на уровень цен на туруслуги. Уровни ценообразования. Методы ценообразования. Особенности ценообразования в индустрии туризма.
24. SWOT-анализ как метод маркетингового исследования. Назначение и использование в деятельности туристских организаций.
25. Понятие сегмента рынка. Необходимость и порядок сегментирования. Использование результатов сегментирования в решениях туристических фирм.
26. Предмет, сущность и задачи рекламы в туризме.
27. Структура туристского продукта, специфические черты услуги как товара и их влияние на особенности рекламы.
28. Классификация каналов распространения рекламы в туризме.
29. Фирменный стиль туристского предприятия.
30. Факторы конкурентоспособности туристского продукта.

**Блок: Организация деятельности предприятий индустрии туризма и гостеприимства. Внутренний и въездной туризм**

1. Индустрия гостеприимства: история, современное состояние, перспективы развития.
2. Охарактеризуйте сервисную деятельность как основной процесс в индустрии гостеприимства. Назовите виды сервиса.
3. Затраты предприятий и себестоимость туристского продукта.
4. Гостиничный комплекс. Особенности функционирования. Типы гостиниц. Модели организации гостиничного дела.
5. Туристская супраструктура и инфраструктура.
6. Турагент и туроператор: понятие, функции.
7. Визовая поддержка российских и иностранных туристов со стороны отечественных туроператоров.
8. Стратегические аспекты деятельности туристского предприятия.
9. Персонал. Организационная культура и имидж турфирмы.
10. Страхование туристов и профессиональной ответственности туроператора.
11. Курортный фонд РФ, назовите основные рекреационные зоны, особенности их функционирования.

12. Значение экскурсионного обслуживания в привлекательности туристской территории.
13. Рекреационные потребности и мотивы. Типы потребителей туристского продукта и их общая характеристика.
14. Основные проблемы и перспективы развития международного туризма в России.
15. Классификация туров. Формирование конкурентоспособного туристского продукта.
16. Индустрия развлечений и отдыха, её значение в формировании привлекательности туристской территории.
17. Авиаперевозки (разновидности). Основные тарифы на авиаперевозки пассажиров.
18. Особенности организации железнодорожного путешествия.
19. Разновидности и особенности водных путешествий.
20. Туризм как социально-экономическая система.
21. Характеристика внешних факторов, влияющих на развитие туризма.
22. Анализ внутренних факторов, воздействующих на туризм.
23. Назначение визы при выездном и въездном туризме. Понятие «шенгенской» визы.
24. Форс-мажорные обстоятельства в туризме.
25. Этапы проектирования тура. Буквенное обозначение туров в международной практике.
26. Особенности оздоровительного туризма.
27. Особенности экстремального туризма.
28. Особенности образовательного туризма.
29. Особенности религиозного туризма.
30. Информационные технологии в туризме.

И.О. заведующего кафедрой

Декан факультета бизнеса и управления



*Handwritten signature in blue ink.*

Г.Туаев

А.Илаев