



**Федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение высшего образования  
«Северо-Осетинский государственный университет  
имени Коста Левановича Хетагурова»  
(ФГБОУ ВО «СОГУ»)**

**ПРОГРАММА ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ  
ПО ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ  
ПРОГРАММЕ  
ПОДГОТОВКИ МАГИСТРА**

**Направление подготовки – 43.04.02 ТУРИЗМ  
Программа – «МЕНЕДЖМЕНТ ТУРИСТСКИХ ДЕСТИНАЦИЙ»**

**Составитель:**

**Калоева З.Ю., к.г.н.,  
доцент кафедры менеджмента,  
маркетинга и туризма**

**Владикавказ, 2026**

## **Содержание**

### **Раздел I. Вводная часть**

- 1.1. Цель и задачи вступительных испытаний
- 1.2. Общие требования к организации вступительных испытаний
- 1.3. Описание формы проведения вступительных испытаний
- 1.4. Продолжительность вступительных испытаний в минутах
- 1.5. Структура вступительных испытаний

### **Раздел II. Содержание программы вступительных испытаний**

Раздел 1. Туризм в современном рынке услуг

Раздел 2. Туризм как вид деятельности

Раздел 3. Индустрия туризма

Раздел 4. География туризма

Раздел 5. Маркетинг в индустрии туризма

Раздел 6. Менеджмент в индустрии туризма

Раздел 7. Техника и технологии в туристской индустрии

### **Раздел III. Фонд оценочных средств**

3.1. Вопросы вступительного испытания

3.2. Шкала оценивания вступительного испытания

### **Раздел IV. Список литературы**

## **Раздел I. Вводная часть**

### **1.1. Цель и задачи вступительного испытания**

Настоящая программа вступительного испытания соответствует требованиям, предъявляемым к образовательным программам Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 43.04.02 Туризм (уровень магистратуры), утвержденным Приказом Минобрнауки России от 06 июня 2017 года №556.

К лицам, поступающим на магистерские программы по направлению подготовки 43.04.02 Туризм, предъявляются общие требования для поступления на магистерские программы ФГБОУ ВО «Северо-Осетинский государственный университет имени К.Л. Хетагурова». Вступительное испытание проводится в очном формате и в дистанционной форме с использованием дистанционных образовательных технологий.

**Цель** вступительного испытания – выявление уровня теоретической подготовки абитуриентов, поступающих на программу магистратуры по направлению 43.04.02 туризм на базе ВО.

**Задачи** вступительного испытания:

- установить уровень знаний абитуриентов;
- произвести отбор абитуриентов, наиболее способных и подготовленных к освоению программы магистратуры.

### **1.2. Общие требования к организации вступительного испытания**

К участию во вступительном испытании допускаются лица, подавшие документы в СОГУ, при наличии документа, удостоверяющего личность (в том числе паспорт гражданина Российской Федерации, удостоверяющий личность гражданина Российской Федерации за пределами территории Российской Федерации). При отсутствии документа, удостоверяющего личность, поступающий не допускается к участию во вступительном испытании. Допуск к очному вступительному испытанию поступающий получает после предъявления оригинала документа, удостоверяющего личность поступающего представителю приемной комиссии/дежурному по аудитории. В случае опоздания на очное вступительное испытание или в случае задержки с подключением к

дистанционному вступительному испытанию поступающий может быть допущен к участию при условии опоздания не более 30 минут с момента начала вступительного испытания, без продления времени выполнения заданий.

### **1.3. Описание формы проведения вступительного испытания**

Вступительные испытания проводятся в устной форме очно или дистанционно с использованием дистанционных образовательных технологий и включают тестовые задания.

### **1.4. Продолжительность вступительного испытания**

На выполнение заданий вступительного испытания отводится 4 академических часа.

### **1.5. Структура вступительного испытания**

Экзаменационная работа включает ответ на билет экзамена, состоящий из двух вопросов. На вступительном испытании не допускается использование учебной, справочной, художественной литературы, любых видов электронных и переговорных устройств. Вступительные испытания (вступительный экзамен) принимается сформированной и утвержденной приказом ректора ФГБОУ ВО «Северо-Осетинский государственный университет имени К.Л. Хетагурова» приемной комиссией, только при наличии необходимого кворума в присутствии председателя комиссии. Вступительный экзамен проводится в заранее подготовленной и определенной аудитории Северо-Осетинского государственного университета имени К.Л. Хетагурова, в которой оборудуются места для экзаменационной комиссии и индивидуальные места для студентов. Во время экзамена члены комиссии наблюдают за самостоятельной подготовкой к ответу.

## **Раздел II. Содержание программы**

### **I. Элементы содержания, проверяемые заданиями контрольно-измерительных материалов**

**Раздел 1. Туризм в современном рынке услуг.** Сфера услуг в современном обществе. Понятия «постиндустриальное», «информационное» общество и место в нем сферы услуг. Сервисная экономика как атрибут постиндустриального общества. Клиентоориентированный характер постиндустриальной экономики. Секторы экономики. Формирование и особенности рынка услуг. Факторы, определяющие развитие рынка услуг. Классификация услуг. Виды услуг и их основные группы. Рекреационные услуги – услуги туризма и отдыха. Туризм и его значение для развития общества. Социально-экономическое значение туризма. Основные функции туризма. Туризм и повышение уровня жизни населения. Концепция благосостояния и политика развития туризма. Туризм и социальные проблемы общества. Влияние туризма на оздоровление общества. Туризм как культурологическое явление. Туризм и процессы глобализации. Национальная экономика, инвестиции и туризм.

### **Раздел 2. Туризм как вид деятельности**

Категории «туризм» и «путешествие». Туризм и его виды. Въездной, выездной и внутренний туризм. Основные виды туризма по Российскому законодательству. Взаимосвязь различных видов туризма.

Туристский бизнес. Характерные черты туристского бизнеса. Основные факторы, влияющие на развитие туристского бизнеса. Занятость в туристской сфере. Количественные и качественные параметры занятости. Занятость и развитие туристских регионов. Туристский продукт и его потребительские свойства. Затраты на производство турпродукта. Характерные черты туристского рынка. Основные компоненты туристского рынка. Показатели спроса на туристский продукт. Предложение турпродукта. Поведение

туристской фирмы на рынке. Организация туристских путешествий. Создание привлекательного турпродукта. Туристские ресурсы. Классификация туристских ресурсов. Окружающая среда и туризм. Национальные парки и их использование в туристской деятельности. Туристский регион. Признаки туристского региона. Факторы, влияющие на развитие туристского региона.

### **Раздел 3. Индустрия туризма**

Роль индустрии туризма в развитии национальной экономики. Основные компоненты современной индустрии туристского бизнеса. Специфика и особенности индустрии туризма, факторы роста. Экономическое значение развития индустрии туристского бизнеса. Предприятия организации туризма. Туроператоры и турагенты: оперативная деятельность и полномочия.

Обеспечение безопасности в туризме. Стандартизация и сертификация туристских услуг. Страхование в туризме.

Предприятия транспорта. Качество транспортного обслуживания. Воздушный и водный транспорт. Круизный бизнес на мировом и российском туристском рынке. Железнодорожный транспорт. Организация и особенности туристских путешествий на железнодорожном транспорте. Автомобильный и автобусный транспорт. Организация туристских путешествий на внутренних и международных маршрутах автомобильным транспортом. Комплексное использование различных видов транспорта при организации путешествия.

Предприятия размещения туристов. Современная гостиничная индустрия. Гостиничные цепи. Международные гостиничные ассоциации. Гостиничная услуга: характер и особенности.

Предприятия питания в индустрии туризма. Функции предприятий питания.

Экскурсионное обслуживание в туристской индустрии. Роль учреждений культуры в развитии туризма.

Предприятия досуга и развлечений. Аттрактивная и анимационная деятельность в туристской практике.

## **Раздел 4. География туризма**

Значение и роль физико-географических факторов и ресурсов. Природные рекреационные ресурсы. Экономико-географические факторы и ресурсы. Уровень развития туристской инфраструктуры. Этнические факторы и ресурсы. Культурно-исторические факторы и ресурсы. Туристско-рекреационное районирование как особое направление в географии туризма. Значение районообразующих факторов в формировании туристских районов. Туристские регионы РФ и мира. География деловых поездок. Паломнический туризм. Экотуризм. Лечебно-оздоровительный туризм. Курорт: понятие и признаки. Требования, предъявляемые к современным курортам. Классификация курортов. Учреждения лечебно-оздоровительного отдыха на курортах. Санатории и их профили. Пансионаты. Сеть учреждений отдыха. Туризм и рекреация: общее и различия.

**Туристский рынок: сущность, особенности, тенденции развития.** Определение понятия туристского рынка. Предпосылки возникновения туристского рынка. Виды рынков и их структура. Функции рынка. Ценообразующая функция. Информационная функция. Регулирующая функция. Посредническая функция. Санирующая функция. Понятие конкуренции. Защита конкурентной среды. Особенности объектов и субъектов рыночных отношений в туризме. Механизм функционирования рынка туристских и гостиничных услуг. Процессы глобализации в международном туризме и гостеприимстве. Правовое регулирование туристской деятельности. Основные законодательные акты, регулирующие туристскую деятельность в РФ.

## **Раздел 5. Маркетинг в индустрии туризма**

Сущность и цели туристского маркетинга. Основные функции маркетинга. Виды маркетинга. Характеристика потребительского поведения туриста. Миссия, видение и уникальное туристское предложение. Разработка новых туристских товаров и услуг. Стадии разработки турпродукта. Жизненный цикл

турпродукта. Продвижение туристских товаров и услуг. Определение стратегии продвижения на рынке. Особенности продвижения турпродукта на международных рынках. Товарная марка в туризме: марочный знак и его качество. Туристский бренд. Способы оценки бренда. Пирамида ценностей туристского бренда. Маркетинговое исследование в туризме. Исследование потребителей туруслуг. Исследование конкурентов. Исследование цен на турпродукт. Системы стимулирования сбыта. Внутренний маркетинг туристской компании. Маркетинговый подход к управлению кадрами. Системы поощрения. Территориальный маркетинг. Стратегии маркетинга туристских территорий. Имидж туристской территории. Маркетинговая привлекательность. Маркетинг развития туристской инфраструктуры.

## **Раздел 6. Менеджмент в индустрии туризма**

Специфика туризма как объекта управления. Методы управления туристским предприятием. Принципы эффективного менеджмента туризма. Стратегическая роль управления человеческими ресурсами в сфере туризма. Воздействие внешних факторов на управление персоналом в туризме. Современные способы организации труда. Привлечение эффективного персонала. Подбор и подготовка персонала. Управление персоналом на предприятиях индустрии туризма. Развитие персонала и профессиональное обучение. Организационное поведение. Личность и поведение. Природа и типы профессиональных конфликтов. Деятельность туристских менеджеров. Принятие решений. Типы решений. Модели принятия решений. Влияние личности турменеджера на принятие решений. Управление кризисами и неожиданными событиями.

## **Раздел 7. Техника и технологии в туристской индустрии**

Техника и технологии в туристском бизнесе. Техническое оснащение современного офиса туристской фирмы. Основные требования к офису туристской фирмы. Информационно-справочное обеспечение офиса

турфирмы. Материально-техническая база гостиничных предприятий и туристских комплексов. Санитарно-технические системы. Технологическое оборудование гостиниц. Информационные технологии в туристской отрасли. Структура информационных технологий. Основные тенденции развития информационных технологий на рынке социально-культурного сервиса и туризма. Средства коммуникации и связи. Системы автоматизации деловых процессов в туристском бизнесе. Интернет-технологии в туризме. Поставщики интернет-услуг. Размещение информации в интернете. Классификация и специфика туристских интернет-порталов.

### **Раздел III. Фонд оценочных средств**

#### **3.1. Перечень вопросов для вступительных испытаний**

##### ***Организация и технологии туристского обслуживания***

1. Туристское обслуживание: понятие и определение, виды. Этапы туристского обслуживания. Комплексность и специфичность туристского обслуживания.
2. Туристские услуги: понятие и определение, основные и дополнительные. Туристские услуги в составе турпакета
3. Пакет услуг, заказной и инклюзив-турпакет. Порядок формирования турпакета. Особенности состава пакета услуг в зависимости от вида тура.
4. Предпродажное и послепродажное туристское обслуживание.
5. Качество туристского обслуживания. Критерии качества. Способы обеспечения и контроля.
6. Безопасность туристского обслуживания. Меры по обеспечению безопасности туристского обслуживания со стороны туристской фирмы.
7. Предоставление полной и достоверной информации об организации туристского путешествия и стране пребывания.
8. Классы обслуживания туристов на предприятиях туристской индустрии (транспорте, гостинице, ресторане и т.д.).
9. Особенности обслуживания туристов в офисе туристской фирмы при

продаже туристского продукта.

10. Базовая схема организации туристского путешествия (международного и внутреннего).

11. Понятие рынка выездного туризма. Становление, современное состояние и особенности рынка выездного туризма в России

12. Понятие туристского рынка въездного туризма. Становление, современное состояние и особенности рынка въездного туризма в России

### ***Менеджмент и маркетинг в туризме***

1. Сущность методов управления туристской фирмой.

2. Туризм как социально-экономическая сфера деятельности.

3. Влияние политической, экономической и социальной обстановки на развитие туризма.

4. Комплексный подход при государственном планировании развития туризма.

5. Роль человеческих ресурсов в индустрии туризма.

6. Основные характеристики обслуживания, влияющие на маркетинг в индустрии туризма.

### ***Туроперейтинг***

1. Определение туроперейтинга. Возникновение бизнеса туроперейтинга на туристском рынке.

2. Туроператоры и турагенты на рынке туристских услуг. Основные различия между туроператором и турагентом.

6. Тенденции развития современного туристского рынка.

7. Определение тура. Особенности индивидуального и группового туров.

8. Определение турпродукта. Основные потребительские свойства туристского продукта и их характеристика.

9. Определение понятия «пакет услуг» и факторы, влияющие на его комплектацию.

10. Проектирование тура. Этапы проектирования услуги «туристское путешествие» согласно ГОСТ Р 50681-94.

12. Проектирование тура. Содержание документации, детализирующей требования к процессу обслуживания туристов.
13. Проектирование услуги «туристское путешествие». Документы для оформления данного тура.
14. Технологическая карта тура. Информационный листок к путевке туристского путешествия.
15. Общие требования к туристской услуге согласно ГОСТ Р 50690-2000. Рекомендуемые требования к туристской услуге.
16. Программа обслуживания. Порядок составления программы обслуживания.
17. Уровень обслуживания туристов. Оптимальная программа обслуживания.
18. Организации и предприятия, участвующие в обслуживании туристов на туре. Мера ответственности туроператора за обслуживание туристов на маршруте тура.
19. Выбор поставщика услуги. Оформление взаимоотношения с партнерами - поставщиками услуг.
20. Договор с поставщиками услуг. Правила оформления. Необходимые приложения к договору туроператора с поставщиками услуг.
21. Нормативно-правовые документы национального уровня, регулирующие договорные отношения в туризме.
22. Правовые документы международного уровня, регулирующие контрактные взаимоотношения в туризме.
23. Виды договоров с гостиничными предприятиями, их особенности.
24. Нормативные акты РФ и международные документы, регламентирующие авиаперевозки туристов и договорные взаимоотношения с авиакомпаниями.
25. Виды договоров с авиакомпанией. Агентское соглашение с авиакомпанией и его особенности.
26. Виды договоров с авиакомпанией. Продажа мест на регулярных

авиарейсах, особенности такого договора. Организации чартерных программ.  
Стоимость чартерного авиарейса и всей цепочки.

27.Документы (российские и международные), которыми регламентируется организация автобусных перевозок туристов.

28.Виды договоров между туроператором и железной дорогой.

29.Существенные условия договора в соответствии с ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»?

30.Виды приглашений и виз для поездки в другую страну. Данные анкеты для получения зарубежной визы.

31.Туристская виза. Порядок оформления и сроки действия туристской визы для выезда российских граждан за рубеж.

32.Шенгенская виза. Типы шенгенских виз. Правила получения шенгенской визы.

33.Туристский ваучер, правила его получения в туристских организациях.

34.Основные каналы реализации туристского продукта. Отличия внутренних и внешних каналов сбыта. Правила их использования.

35.Канал продвижения. Схемы рыночных каналов продвижения туристского продукта туроператора.

36.Агентское соглашение. Нормативные акты РФ, регламентирующие заключение агентских соглашений между туроператором и турагентом.

37.Порядок оформления агентского соглашения. Предмет и объект агентского соглашения. Необходимые условия агентского соглашения.

38.Форс-мажорным обстоятельства: их сущность и содержание.

### **3.2. Шкала оценивания вступительного испытания**

Оценка знаний абитуриентов проводится по 100 - балльной шкале по **критериям**, представленных в нижеследующей таблице:

<b>Дисциплина раздела программы вступительных испытаний</b>	<b>Максимальное количество баллов за ответ</b>
Вопрос 1	50
Вопрос 2	50
<b>Итого</b>	<b>100</b>

## Минимальное количество баллов - 50.

Форма проведения экзамена: устная; очная/или дистанционная

Таблица оценивания вступительного испытания

Оценка	Неудовлетворительно	Удовлетворительно	Хорошо	Отлично
Баллы	0-49	50-70	71-85	86-100

### Раздел IV. Список литературы

- *Ветитнев, А. М.* Информационные технологии в туристской индустрии : учебник для вузов / А. М. Ветитнев, В. В. Коваленко, В. В. Коваленко. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 340 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07375-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/561772>
- *Емелин, С. В.* Организация турагентской деятельности : учебник для вузов / С. В. Емелин. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 310 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18434-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/589602>
- *Емелин, С. В.* Организация туроператорских услуг : учебник для вузов / С. В. Емелин. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 517 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18517-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/589620>
- *Коль, О. Д.* Маркетинг в туристской индустрии : учебник и практикум для вузов / О. Д. Коль. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 342 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16269-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/583687>
- *Севастьянов, Д. В.* Страноведение и международный туризм : учебник для вузов / Д. В. Севастьянов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва :

Издательство Юрайт, 2025. — 317 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08873-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/564802>

- *Скобкин, С. С.* Менеджмент в туризме : учебник и практикум для вузов / С. С. Скобкин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 366 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07713-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/598756>
- *Суворова, Г. М.* Безопасность в туризме : учебник для вузов / Г. М. Суворова. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 397 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14404-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/588705>