


ПРИЛОЖЕНИЕ № 35
к приказу ректора
Московского гуманитарного университета
от «27» октября 2023 г. № 529

**Автономная некоммерческая организация высшего образования
«МОСКОВСКИЙ ГУМАНИТАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной и
воспитательной работе

 А. В. Костина

«27» октября 2023 г.

**ПРОГРАММА ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ
В МАГИСТРАТУРУ ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ
43.04.02 ТУРИЗМ**

Москва 2023

Программа вступительного испытания в магистратуру составлена на основе требований к обязательному минимуму содержания и уровню подготовки бакалавров в соответствии с действующим федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 43.03.02 «Туризм» и рабочим учебным планом, утвержденным ректором АНО ВО «Московский гуманитарный университет».

- Авторы:** Путрик Ю.С., д-р ист. наук, доцент, заведующий кафедрой туризма и гостиничного дела АНО ВО «Московский гуманитарный университет»
Григорьева Т.И., заместитель заведующего кафедрой туризма и гостиничного дела АНО ВО «Московский гуманитарный университет»
Ефимова Г.Н. – канд. техн. наук, доцент кафедры туризма и гостиничного дела АНО ВО «Московский гуманитарный университет»
- Эксперты:** Дусенко С. В. – д-р социол. наук, доцент, заведующий кафедрой «Туризм и гостиничное дело» Института туризма, рекреации, реабилитации и фитнеса ФГБОУ ВО «Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)»

ОБСУЖДЕНО

на заседании кафедры туризма и гостиничного дела «19» сентября 2023 г.
протокол № 1

ОДОБРЕНО

Методической комиссией факультета экономики, управления и международных отношений «05» октября 2023 г., протокол № 2

Общие положения

1. Программа вступительного испытания в магистратуру сформирована на основе требований к обязательному минимуму содержания и уровню подготовки бакалавров в соответствии с действующим федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 43.03.02 «Туризм».

2. В программу включены вопросы для подготовки к вступительному испытанию с указанием основных дидактических единиц и список основной и дополнительной рекомендуемой литературы.

3. Вступительное испытание проводится в письменной форме, по вопросам, утвержденным выпускающей кафедрой туризма и гостиничного дела. Всего 50 вопросов. Поступающий однократно сдает вступительное испытание.

4. На выполнение вступительного испытания отводится 2 академических часа (90 минут). Во время проведения вступительного испытания их участникам и лицам, привлекаемым к их проведению, запрещается иметь при себе и использовать средства связи. Участникам вступительных испытаний не разрешается иметь при себе и использовать справочные материалы и электронно-вычислительную технику.

5. Ход вступительного испытания и итоговый балл отражаются в протоколе вступительного испытания.

Шкала оценивания результатов и минимальное количество баллов вступительного испытания

1. Результаты вступительного испытания оцениваются по 100-балльной шкале. Верный ответ на вопрос оценивается в 2 балла.
2. Минимальное количество баллов, подтверждающее успешное прохождение вступительного испытания – 60 баллов. При получении менее 60 баллов вступительное испытание считается не сданным.

Примерные вопросы и программа вступительного испытания

География туризма

1. Туристские ресурсы: классификация и принципы выделения. Оценка и методы исследования туристских ресурсов.

Понятие туристских ресурсов. Предмет и задачи туристского ресурсоведения, его теоретическое и практическое значение. Классификация и принципы выделения туристских ресурсов. Природные, культурно-исторические, экономические ресурсы туризма: методы их исследования и оценки.

2. Туристские регионы мира (по UNWTO), их краткая характеристика. География туристских центров мира. Туристские территории мира, их иерархия и типология. Туристский регион. Страноведческий подход к определению туристского региона. Туристские регионы мира, их характеристика. Туристское районирование. Туристские зоны. Туристские центры. Неравномерность развития туризма в мире. Понятие туристского центра. Типология туристских центров. Специализированные и многофункциональные туристские центры. Условия и факторы формирования туристских центров. Виды туристских центров. География туристских центров мира и России.

4. Туристское районирование России. География туристских центров России, их характеристика.

Общая характеристика туристских зон России: Европейский Север, Центр, Юг России, Сибирь и Дальний Восток. Основные туристские предпочтения россиян. Особые туристско-рекреационные зоны России. География туристских центров России, их характеристика.

5. Перспективы развития мирового туристского рынка.

Прогнозы развития международного туризма. Направления роста наиболее перспективных туристских потоков по регионам мира. Характеристика регионов мира: Европа, Америка, Южная Азия, Ближний Восток, страны Восточной Азии и Тихоокеанского бассейна. Вклад туризма в сохранение мира. Важнейшие тенденции будущего развития российской географии туризма.

Туристско-рекреационное проектирование

6. Рекреационное проектирование в современном туризме.

Рекреация как социокультурный феномен. Уровни туристско-рекреационного пространства. Особые экономические зоны туристско-рекреационного типа (ОЭЗ ТРТ) РФ.

7. Виды рекреационной деятельности.

Зоны туристского интереса. Пространство для отдыха: выбор и формирование; объекты и элементы, их роль в осуществлении рекреационного процесса. Экологические тропы и их роль в рекреации.

8. Туристско-рекреационные комплексы (ТРК).

Важнейшие объекты и структура туристско-рекреационного комплекса (ТРК), персонал для его обслуживания. Инфраструктура курортного и других видов ТРК. Организация работы ТРК. Экскурсионная и анимационная работа в ТРК. Рыночное продвижение туристско-рекреационных услуг.

Организация туристской деятельности

9. Туристская индустрия: понятие и содержание.

Основные положения Федерального закона «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации». Использование в практической деятельности профессиональной терминологии для организации туристского обслуживания. Трактовка «туризма» как вида деятельности.

10. Характеристика туроператорской и турагентской деятельности. Определения понятий «туроператор» и «турагент». Виды и формы организации туроператорской и турагентской деятельности. Основные отличия между туроператором и турагентом. Тенденции развития туроператорской и турагентской деятельности.

11. Договорные отношения в туризме.

Формы сотрудничества туроператоров со средствами размещения и транспортными компаниями. Регламент договорных отношений между туроператором и турагентом, договорных отношений между туристским предприятием и потребителями туристских услуг. Договорные отношения между туроператором и поставщиками туристских услуг. Договор о реализации туристского продукта. Разработка документов, регламентирующих отношения с поставщиками, с агентами, партнерами, туристами.

12. Понятие туристского продукта.

Понятие туристского продукта. Составляющие туристского продукта. Пакет услуг, основные и дополнительные услуги в составе турпродукта. Технология формирования турпродукта.

13. Организация и технология обслуживания туристов.

Организация и технология обслуживания туристов в рецептивном туроперейтинге. Технология обслуживания индивидуальных и групповых туров. Организация конгресс и инсентив-туров. Технология продаж.

14. Организация въездного и внутреннего туризма.

Договор между инициативным и рецептивным туроператором. Организация внутреннего туризма. Туристские формальности. Организация размещения туристов. Организация питания туристов. Организация транспортного обслуживания туристов.

Информационные технологии в туристской индустрии

15. Информационные технологии и информационные системы в туристской индустрии

Преобразование информации в данные. Классификация информационных технологий. Структура и состав информационной системы. Глобальные системы резервирования и бронирования. Российские системы бронирования. Взаимодействие глобальных и региональных систем.

16. Глобальная сеть Интернет в сервисе и туризме

Поисковые системы туров. Системы, позволяющие пользователям самостоятельно создавать и приобретать турпродукт. Системы бронирования и резервирования. Использование Интернет-технологий для организации работы в туриндустрии. Поиск и реализация турпродукта с помощью Интернет. Создание нового турпродукта с помощью Интернет.

17. Информационные системы комплексной автоматизации туристского бизнеса.

Информационные системы менеджмента туроператорского, гостиничного и ресторанного бизнеса. Информационные системы в маркетинговой деятельности. Структура платежных систем в Интернете. Выбор и внедрение информационных систем.

18. Туристский информационный центр (ТИЦ) как компонент туриндустрии.

Понятие, функции. Нормативно-правовая основа создания и функционирования ТИЦ. Требования к местоположению ТИЦ, предоставлению информации, источникам информации, инфраструктуре, помещению и оборудованию, взаимоотношениям с потребителем.

Менеджмент в туристской индустрии

18. Основы менеджмента и специфика менеджмента в туризме.

Понятие и сущность менеджмента. Виды и функции менеджмента предприятий туризма. Методы управления. Особенности туризма как объекта управления. Организация управления туристским комплексом за рубежом и в России. Организация управления индустрией туризма в России. Классификация туристских предприятий.

19. Стратегическое и текущее планирование предприятий туризма.

Содержание и виды планирования. Принципы планирования. Уровни планирования деятельности туристского предприятия. Структура бизнес-планирования. Технология планирования деятельности туристского предприятия.

20. Основы производственного менеджмента.

Понятие целей и задач предприятия туризма. Классификация целей. Система целей и задач организации: общие и специфические цели, миссия туристского предприятия. Понятие и виды организационных структур управления предприятием туризма.

21. Модель современного менеджера.

Сущность понятия «менеджер». Задачи и основные правила деятельности менеджера. Критерии-требования к современному менеджеру. Содержание работы руководителя. Классификация стилей руководства. Эффективность различных стилей работы руководителя. Ключевые показатели эффективности менеджера в сфере услуг.

22. Система мотивации в менеджменте.

Система мотивации труда персонала предприятий индустрии туризма. Формы оплаты и стимулирования труда. Функционально-стоимостный подход к организации и стимулированию труда на предприятиях туристической индустрии. Формы неценового стимулирования труда.

23. Организация контроля за деятельностью подчиненных на предприятиях туризма.

Понятие, функции и концепция управления персоналом. Концепция управления персоналом. Специфика управления человеческими ресурсами в сфере туризма. Технология подбора персонала. Аттестация персонала. Текучесть кадров.

24. Риск-менеджмент.

Сущность, основные элементы и виды риска. Основные причины предпринимательских рисков в сфере туризма. Система внешних факторов, влияющих на уровень предпринимательского риска. Механизм управления рисками. Элементы, характеризующие сущность риска. Классификация рисков. Управление рисками предприятий сферы туризма.

Маркетинг туристского предприятия

25. Современная концепция маркетинга.

Понятие и цели маркетинга. Современный маркетинг и масштабы его применения. Целевая ориентация и комплексность. Функции (аналитическая, производственная, сбытовая, функция управления и контроля) и подфункции маркетинга.

26. Структура макро- и микросред маркетинга.

Понятие маркетинговой среды и её структура. Структура микросреды: поставщики, посредники, конкуренты, контактные аудитории, клиенты. Разновидность контактных аудиторий (государственные учреждения, СМИ, широкая публика, местные контактные аудитории, гражданские группы действий, внутренние контактные аудитории, финансовые круги). Структура макросреды: экономические факторы, политические и правовые факторы, демографические факторы, природно-географические факторы, научно-технические факторы, социально-культурные факторы. Структура социально-культурной среды маркетинга.

27. Особенности маркетинга в туризме.

Маркетинг туристского продукта. Тенденции и перспективы развития сферы услуг. Маркетинговые исследования рынка услуг. Разработка комплекса маркетинга туристского предприятия. Сегментация рынка в туризме. Туристский продукт, туристские услуги: специфика и составные элементы. Организация и управление маркетинговой деятельностью в сфере услуг. Формирование продуктово-рыночной стратегии в сфере услуг. Ценовая стратегия на индустрии гостеприимства. Сбытовая стратегия. Стратегия продвижения.

Экономика туристского рынка

28. Экономические условия и формы осуществления предпринимательской деятельности в туризме.

Экономические условия осуществления предпринимательства в туризме, внешняя и внутренняя среда предприятия. Объединения и ассоциации предприятий туристской индустрии, их задачи. Организационные и государственно-правовые формы предпринимательской деятельности в сфере туризма, малые предприятия. Проблемы и перспективы малого предпринимательства. Государственная поддержка малого предпринимательства.

29. Имущество туристского предприятия.

Основные средства: понятие и элементы. Оценка основных средств, физический и моральный износ, амортизация основных средств. Показатели эффективности использования основных средств. Оборотные средства предприятия как условия осуществления предпринимательской деятельности, особенности их воспроизводства, их влияние на эффективность работы предприятия. Показатели эффективности использования оборотных средств.

30. Кадры предприятий туризма.

Персонал предприятия – как условие осуществления предпринимательской деятельности и как фактор повышения конкурентоспособности предприятий в туризме. Трудовые ресурсы и кадры предприятия. Вертикальная и горизонтальная структура персонала на предприятиях туристской индустрии. «Квалификационные требования (профессиональные стандарты) к основным должностям работников туристской индустрии». Мотивация труда и ее значение на предприятиях туризма. Формы и методы оплаты труда.

31. Затраты и себестоимость услуг туристской индустрии.

Понятие затрат и себестоимости услуг. Общие принципы формирования себестоимости. Элементы себестоимости. Формирование себестоимости на предприятиях туристской индустрии: методика формирования и расчета себестоимости, статьи затрат, калькуляция.

32. Ценообразование и финансовые результаты деятельности предприятий туризма.

Ценообразование на предприятиях туристской индустрии, виды и система цен, дифференциация цен. Методы ценообразования. Корпоративная ценовая политика. Формирование финансовых результатов предприятий туристской индустрии. Выручка, прибыль, формирование и распределение прибыли. Основные виды налогов. Оценка финансового состояния предприятия.

Организация обслуживания

33. Технологии и новые подходы к осуществлению процесса обслуживания в туризме и гостеприимстве.

Особенности организации обслуживающей деятельности. Основные этапы оказания услуг и их характеристика. Базовый уровень обслуживания. Фирменное обслуживание. Разработка и создание процессов качественного обслуживания потребителей в контактных и коммуникативных зонах на основе анализа процесса взаимодействия потребителя и исполнителя услуг. Перспективные направления развития сферы сервиса в современных условиях. Культура обслуживания на предприятиях туризма и гостеприимства.

34. Стандартизация, сертификация и классификация как инструменты обеспечения безопасности и качества в сфере туризма и гостеприимства. Нормативные документы по стандартизации в области туризма: стандарты, правила, классификаторы. Стандарты как особый вид нормативно-правовых документов. Сущность и классификация стандартов в соответствии с законом «О стандартизации в РФ». Особенности разработки туристских продуктов на основе требований нормативных документов по

стандартизации, сертификации и классификации объектов туризма. Способы достижения и сохранения высокого качества обслуживания туристов и экскурсантов, обеспечения безопасности путешествий, повышения конкурентоспособности, рационального использования ресурсов, технической и информационной совместимости результатов исследований, сопоставимости результатов исследований, технических и экономико-статистических данных.

35. Действующие правила классификации объектов туристской индустрии на территории РФ.

Основные цели и задачи Системы классификации гостиниц и других средств размещения. Подготовка документации для аккредитации объектов туризма. Методики оценки соответствия объектов туристской индустрии, гостиниц, включающих гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы и пляжи установленным требованиям.

Рекомендуемая литература

1. Нормативно-правовые акты:

1. Закон РФ «О защите прав потребителей» (от 07.02.1992 г. № 2300-1).
2. Федеральный закон РФ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (от 24.11.1996 г. № 132-ФЗ).
3. Федеральный закон РФ 162 «О стандартизации в Российской Федерации» от 19.06.2015 (с изменениями на 30.12.2020)
4. Приказ Минкультуры России от 11.07.2014 N 1215 «Об утверждении порядка классификации объектов туристской индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы, пляжи»
5. Постановление Правительства РФ от 18 ноября 2020 г. № 1860 «Об утверждении Положения о классификации гостиниц»

2. Основная:

6. Березовая, Л. Г. История туризма и гостеприимства : учебник для среднего профессионального образования / Л. Г. Березовая. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 477 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03693-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/426833> (дата обращения: 20.09.2021).
7. Восколович, Н. А. Маркетинг туристских услуг : учебник и практикум для вузов / Н. А. Восколович. — 3-е изд., перераб. и доп. —

- Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 191 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08265-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450596> (дата обращения: 20.09.2021).
8. Джанджугазова, Е. А. Туристско-рекреационное проектирование : учебное пособие для вузов / Е. А. Джанджугазова. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 257 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13120-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/449239> (дата обращения: 20.09.2021).
9. Коль, О. Д. Маркетинг в туристской индустрии : учебник и практикум для вузов / О. Д. Коль. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 355 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04332-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450891> (дата обращения: 20.09.2021).
10. Лукьянова Н. С. География туризма: туристские регионы мира и России. практикум. учеб. пособие для вузов. Н. С. Лукьянова. М.. КНОРУС. 2017. 167 с.
11. Морозов, М. А. Экономика туризма : учебник для среднего профессионального образования / М. А. Морозов, Н. С. Морозова. — 5-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 291 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10543-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/456728> (дата обращения: 20.09.2021).
12. Скобкин, С. С. Менеджмент в туризме : учебник и практикум для вузов / С. С. Скобкин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 366 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07713-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/453849> (дата обращения: 20.09.2021).
- 3. Дополнительная:**
13. Боголюбов, В. С. Туристско-рекреационное проектирование. Оценка инвестиций : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. С. Боголюбов, С. А. Быстров, С. А. Боголюбова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 256 с. — (Университеты России). — ISBN 978-5-534-06549-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/434705> (дата обращения: 20.09.2021).
14. Бугорский, В. П. Правовое и нормативное регулирование в индустрии гостеприимства : учебник и практикум для вузов / В. П. Бугорский. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 165 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9313-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/452708>

(дата обращения: 20.09.2021).

15. 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, 2020. — 340 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07375-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/452006> (дата обращения: 20.09.2021).
16. Глазков, В. Н. Методы научных исследований в сфере туризма и гостиничного дела : учебное пособие для вузов / В. Н. Глазков. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 177 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13427-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/459077> (дата обращения: 20.09.2021).
17. Золотовский, В. А. Правовое регулирование в сфере туризма : учебное пособие для вузов / В. А. Золотовский, Н. Я. Золотовская. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 247 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02425-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/453374> (дата обращения: 20.09.2021).
18. Кобяк, М. В. Управление качеством гостиничного предприятия : учебник для вузов / М. В. Кобяк, С. С. Скобкин ; под редакцией С. С. Скобкина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 518 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12759-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/448273> (дата обращения: 20.09.2021).
19. Ковалева, Л. В. Инвестиционная региональная политика : учебное пособие для вузов / Л. В. Ковалева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 317 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12411-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/457258> (дата обращения: 20.09.2021).
20. Маркетинг и брендинг туристских дестинаций : учебное пособие для вузов / Л. Г. Кирьянова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 264 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9266-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/451797> (дата обращения: 20.09.2021).
21. Христов, Т. Т. География туризма : учебник для вузов / Т. Т. Христов. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 273 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13905-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/467217> (дата обращения: 20.09.2021).