

ПРИЛОЖЕНИЕ № 26

к приказу ректора

Московского гуманитарного университета

от «27» 09 2019 г. № 442

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



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе

Н. А. Михайличенко

«27» 09 2019 г.

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

Москва 2019

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».

Автор: Путрик Ю.С. - доктор исторических наук, доцент, заведующий кафедрой туризма и гостиничного дела АНО ВО «Московский гуманитарный университет».

Ефимова Г.Н. – кандидат технических наук, доцент, заместитель заведующего кафедрой туризма и гостиничного дела АНО ВО «Московский гуманитарный университет».

ОБСУЖДЕНО

на заседании кафедры туризма и гостиничного дела «29» августа 2019 г.,
протокол № 1

ОДОБРЕНО

Методической комиссией факультета международных отношений и туризма
«19» сентября 2019 г., протокол № 1

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 ВТО), 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 средств размещения. Организация питания туристов. Организация транспортного обслуживания туристов.

Информационные технологии в туристской индустрии

15. Глобальные системы бронирования.

Глобальные системы (Amadeus); Региональные системы (Сирена); Взаимодействие глобальных и региональных систем. Концепция on - line работы пользователя в Интернет. On – line и Off – line работа в сетях; Примеры On – line (Renfe.es).

16. Поисковые системы туров (Tury.ru, Сайты туроператоров).

Системы, позволяющие пользователям самостоятельно создавать и приобретать турпродукт (iGlobe.ru). Системы бронирования и резервирования.

17. Использование Интернет-технологий для организации работы в туристской индустрии.

Поиск и реализация турпродукта с помощью Интернет. Создание нового турпродукта с помощью Интернет.

Менеджмент в туристской индустрии

18. Основы менеджмента и специфика менеджмента в туризме.

Понятие и сущность менеджмента. Виды и функции менеджмента предприятий туризма. Понятие и классификация методов менеджмента. 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. Понятие плана и его виды. Структура планирования. Технология планирования деятельности туристского предприятия. Способы и методы планирования. Принципы планирования. Классификация планов. Уровни 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. Эффективное «формирование» менеджера. Содержание работы руководителя. Классификация стилей руководства. Эффективность различных стилей работы руководителя. Оценка менеджера в сфере услуг.

22. Система мотивации в менеджменте. Смысл и эволюция понятия «мотивация». Системы мотивации труда персонала индустрии туризма. Формы оплаты и стимулирования труда. Функционально-стоимостный подход к организации и стимулированию труда на предприятиях туристической индустрии.

23. Организация контроля за деятельностью подчиненных на предприятиях туризма.

Понятие, функции и концепция управления персоналом. Специфика управления человеческими ресурсами в сфере туризма. Концепция управления персоналом. 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. Услуга, её специфика и составные элементы. Разработка комплекса маркетинга в туризме. Сегментация рынка в туризме. Маркетинговые исследования рынка услуг. Организация, управление и планирование маркетинговой деятельностью в сфере услуг. Формирование продуктово-рыночной стратегии в сфере услуг. Ценовая стратегия на предприятиях сервиса. Сбытовая стратегия на предприятиях сервиса. Продвижение услуги.

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». Формы и методы оплаты труда. Мотивация труда и ее значение на предприятиях туризма.

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 (бизнес-план).

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. Технологии создания культуры обслуживания на предприятиях туризма и гостеприимства. Контактные и коммуникационные зоны обслуживания.

34. Основные положения и область применения «Правил оказания услуг по реализации туристского продукта».

Основные положения документа «Правила оказания услуг по реализации туристского продукта». Обязанности туроператора и турагента по предоставлению информации о туристской услуге. Использование положения правил для разработки справочно-информационных материалов для потребителей о работе турфирмы. Использование информации об основных документах, необходимых для въезда и выезда из страны временного пребывания, а также информацию о возможных рисках для жизни и здоровья туриста для организации безопасного туристского

обслуживания. Правилами оформления договора между продавцом и потребителем туристских услуг.

35. 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. 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.

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

Основные цели и задачи Системы классификации гостиниц и других средств размещения. «Об утверждении порядка классификации объектов туристской индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы, пляжи». 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).

2. Основная:

1. Березовая Л.Г. История туризма и гостеприимства. Учебник для академического бакалавриата. Л. Г. Березовая. М.. Юрайт. 2014. 303 с.. ил.
2. Богданов Е.И., Богомолова Е.С., Орловская В.П., Богданов Е.И. Экономика отрасли туризм. Учебник: Рек. Учебно-метод. объединением по образованию в обл. произв. менеджмента М-ва образования и науки РФ в качестве учеб. для студ. вузов, обучающихся по спец. 080502 "Экон. и упр. на предприятии туризма". Е. И. Богданов, Е. С. Богомолова, В. П. Орловская. Под ред. Е. И. Богданова. М.. ИНФРА-М. 2014. 317 с. ил.
3. Бутко И.И., Ситников В. А., Ситников Е.А. Маркетинг в туризме. учеб. пособие. И. И. Бутко, В. А. Ситников, Е. А. Ситников. М.. "Дашков и К". Наука-Спектр. 2012. 411 с.. ил.
4. Джанджугазова Е.А. Туристско-рекреационное проектирование. Рек. ФГОУ ВПО "Гос. ун-т управления" в качестве учебника для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки "Туризм" (квалификация "бакалавр"). Е. А. Джанджугазова. М.. Академия. 2014. 271 с.
5. Ильина Е.Н. Туроперейтинг. Стратегия обслуживания [Электронный ресурс]: учебник/ Ильина Е.Н.— Электрон. текстовые данные.— М.: Финансы и статистика, 2014.— 160 с.
6. Зайцева Н.А. Менеджмент в сфере услуг : туризм и гостиничное дело. учеб. пособие. рекомендовано УМО учеб. заведений РФ по образованию в области сервиса и туризма в качестве учеб. пособия для студентов вузов обучающихся по направлениям подготовки "Туризм", "Гостиничное дело" и "Сервис". Н. А. Зайцева. М.. Академия. 2013. 287 с. табл.
7. Лукьянова Н. С. География туризма: туристские регионы мира и России. практикум. учеб. пособие для вузов. Н. С. Лукьянова. М.. КНОРУС. 2017. 167 с.

3. Дополнительная:

8. Косолапов А. Б. География российского внутреннего туризма. учеб. пособие для вузов. А. Б. Косолапов. 3-е изд., стер. М.. КНОРУС. 2010. 270 с.
9. Кузнецова И.В. Документационное обеспечение управления персоналом [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Кузнецова И.В.,

Хачатрян Г.А.— Электрон. текстовые данные. М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2014.— 220 с

10. Кусков А.С., Джаладян Ю.А. Основы туризма. [учебник для вузов]. А. С. Кусков, Ю. А. Джаладян. 3-е изд., стер.. М.. КНОРУС. 2011. 387, [1] с.

11. Кусков А.С., Сирик Н.В. Правовое обеспечение сферы туризма. Учеб. пособие. А. С. Кусков, Н. В. Сирик. М.. ФОРУМ : ИНФРА-М. 2014. 399 с

12. Можаяева, Н. Г. Организация туристской индустрии и география туризма: Рек. федер. гос. бюджет. образовательным учрежд. высш.проф. образования "Гос. ун-т упр." в качестве учеб. для студ. сред. учеб. заведений / Н. Г. Можаяева, Г. В. Рыбачек. - М. : ФОРУМ, 2014. - 335 С. - (Профессиональное образование). - ISBN 978-5-91134-828-1.

13. Писаревский Е.Л. Правовое обеспечение туризма. Электронный ресурс. Учебник. Рек. УМО учебных заведений РФ по образованию в области сервиса и туризма в качестве учебника для обучения студентов вузов по направлению подготовки "Туризм". под общ. ред. Е.Л. Писаревского. М.. Федеральное агентство по туризму. 2014. 329 с.

14. Рябова И. А., Забаева Ю.В., Драчева Е. Л. Экономика и организация туризма: международный туризм. учеб. пособие. под ред. И. А. Рябовой, Ю. В. Забаевой, Е. Л. Драчёвой. Моск. акад. турист. и гостинично-ресторанного бизнеса. 4-е изд., испр. и доп.. М.. КНОРУС. 2015.

15. Сарафанова, Е. В. Маркетинг в туризме [Текст] : Доп. Минобрнауки РФ в качестве учеб. пособия для студ. образовательных учрежд. СПО, обучающихся по спец. "Туризм" / Е. В. Сарафанова, А. В. Яцук. - М. : Альфа-М : Инфра-М, 2015. - 239 с.

16. Жукова М. А. Менеджмент в туристском бизнесе. Доп. Советом УМО вузов России по образов. в области менеджмента в кач. уч. пос. по дисц. "Менеджмент туризма" специализ. "Гостиничный и туристский бизнес" спец. "Менеджмент организации". М. А. Жукова. 2-е изд., перераб. и доп.. М.. КноРус. 2014. 192 с.