

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
**ПЕРМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ**  
**ГЕОГРАФИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ**

**ПРОГРАММА**

вступительного экзамена для поступающих на направление магистратуры 43.04.02 **ТУРИЗМ**  
(*профиль Проектирование туристско-рекреационных комплексов и управление ими*)

Лица, желающие освоить программу подготовки магистра по направлению «Туризм» (43.04.02), допускаются к конкурсу на основании результатов сдачи вступительного экзамена по основам туризма и туристской деятельности в форме теста, задания которого составлены в соответствии с разделами данной программы.

Время выполнения теста – 60 минут.

Тест состоит из 35 заданий разной сложности. Максимальный суммарный первичный балл – 75, минимальный положительный первичный балл – 20.

**1. ОРГАНИЗАЦИЯ ТУРИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в РФ». Основные понятия туристская индустрия, туристская деятельность, туроператор, турагент, туристский продукт, формирование туристского продукта, продвижение туристского продукта, реализация туристского продукта в редакции ФЗ «Об основах туристской деятельности». Государственное регулирование туристской деятельности. Условия осуществления туроператорской деятельности в РФ. Единый Федеральный реестр туроператоров. Финансовое обеспечение туроператоров. Объединения туроператоров. Объединение туроператоров в сфере выездного туризма «Турпомощь».

Основные направления деятельности туроператоров и их функции. Место туроператора на туристском рынке. Классификации туроператоров. Характеристика туроператоров: туроператоры лидеры мирового туризма. Туроператоры России: характеристика федерального реестра туроператоров. Туроператоры лидеры российского туризма. Туроператоры массового туризма. Специализированные туроператоры.

Понятие и особенности туристского продукта. Проектирование туристского продукта: этапы, результат. Технологическая документация на туристский продукт. Нормативные документы РФ, регламентирующие состав и содержание технологической документации. ГОСТ Р 50681-2010 «Туристские услуги. Проектирование туристских услуг». Технологическая карта туристского путешествия, программа туристского путешествия.

Страхование туристов и профессиональной ответственности туроператора. Условия страхования туристов, отправляющихся в зарубежную поездку. Дополнительные виды страхования туристов. Страхование внутреннего и выездного туризма. Страхование профессиональной ответственности туроператора. Финансовые гарантии туроператоров.

Основные направления деятельности и функции турагентов. Сотрудничество туроператоров и турагентов. Роль турагентов в туризме. Процесс организации деятельности турагента: критерии выбора организационно-правовой формы; основание для работы турагентов, штат турагентства. Формы работы турагентов с туроператорами; комиссионное вознаграждение. Должностные обязанности сотрудников турагентства. Правила оказания услуг по реализации туристского продукта. Технология обслуживания клиента в турагентстве. Системы подбора и бронирования туров. Способы привлечения потенциальных покупателей. Постпродажное сопровождение клиента. Дополнительные услуги турагента. Претензия туриста к качеству туристского продукта: основание для подачи претензии, документы необходимые для подачи претензии, процедура и сроки подачи претензии.

Основные туристские направления и туристские продукты, представленные на российском рынке. Топ-10 стран по посещаемости российскими туристами. Основные направления выездного туризма: страны и курорты.

### ***Литература:***

1. Ильина Е.Н. Туроперейтинг: организация деятельности: учебник. М.: Финансы и статистика, 2014. 240 с.
2. Кусков А.С., Голубева В.Л. Туроперейтинг: учебник. М.: ФОРУМ, 2011.
3. Федеральный закон от 24.11.1996 N 132-ФЗ (ред. от 08.06.2020) "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации"
4. ГОСТ Р 50681-2010 Туристские услуги. Проектирование туристских услуг
5. Перечень стран имеющих визовый и безвизовый режим с РФ (источник [www.mid.ru](http://www.mid.ru))
6. Официальный сайт Федерального агентства по туризму РФ – [www.russiatourism.ru](http://www.russiatourism.ru)
7. Тонкости туризма (источник [www.tonkosti.ru](http://www.tonkosti.ru))
8. Официальный сайт Ассоциации туроператоров РФ (источник [www.atorus.ru](http://www.atorus.ru))
9. Официальный сайт Profi.Travel (источник <https://profi.travel>)
10. Официальные сайты туроператоров по направлениям.

## **2. МАРКЕТИНГ В ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ**

Основные понятия маркетинга в туризме. Уровни и координация маркетинга в туризме. Содержание маркетинга туристских предприятий (туроператоров и турагентов), производителей туристских услуг, общественных туристских организаций, территорий и регионов. Маркетинговые задачи государственных и местных органов управления туризмом. Маркетинг туризма на национальном уровне. Туристская политика государства; условия определяющие развитие туристской индустрии; формирование имиджа страны.

Туристское предприятие – основное звено реализации концепции маркетинга. Современные тенденции развития маркетинга туристских предприятий. Технология реализации концепции маркетинга на туристском предприятии. Анализ рыночных возможностей: определение перспективного целевого сегмента; выбор маркетинговой стратегии (продуктовая, ценовая, сбытовая, коммуникационная); разработка основных элементов комплекса маркетинга. Концепция маркетинга взаимоотношений на предприятиях туризма: содержание, принципы, условия. Уровни взаимоотношений с потребителями.

Классификация маркетинговой информации туристского предприятия. Система внутренней и внешней маркетинговой информации: источники, условия поступления; классификации, значение для оценки ситуации на рынке, выявления потенциальных потребителей и конкурентов.

Маркетинговые исследования туристского рынка: структура, оценка конъюнктуры, определение емкости и доли.

### ***Литература:***

- Безрутенко Ю. В. Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме: учебное пособие. Саратов: Корпорация «Диполь», Ай Пи Эр Медиа, 2013.

## **3. МЕНЕДЖМЕНТ В ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ**

Основные положения теории социального управление: понятие, категории менеджмента; принципы и законы управления. Туристская организация как объект управления: специфические особенности, внешняя и внутренняя среда организации. Миссия, цель и задачи организации. Планирование на предприятиях туризма: стратегический, тактический и оперативный уровень планирования. Стратегическое управление: понятие и типы стратегий; методика разработки и формирование стратегии; методы анализа альтернатив.

Организация как функция менеджмента: уровни управления, проектирование и строительство организационных структур предприятий туристской индустрии. Полномочия,

делеги́рование и отве́тственность. Мотивация персонала организации: содержательные и процессные теории мотивации; особенности мотивации персонала на предприятиях туристской индустрии. Корпоративная культура: понятие, содержание, основные элементы. Контроль как функция менеджмента: принципы, типы, методы контроля; организация контроля над деятельностью подчиненных на предприятиях туризма.

#### ***Литература:***

1. Удалова И.Б. Менеджмент в туристской индустрии: учебное пособие. М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2014.
2. Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент: учебник. М.: Магистр, 2013. 574 с.
3. Теория менеджмента: учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим направлениям и специальностям/Моск. гос. ун-т экономики, статистики и информатики. М.: Юрайт, 2013. 287 с.

### **4. ГЕОГРАФИЯ ТУРИЗМА**

*Теоретические основы географии туризма.* Туристские ресурсы: виды, структура, принципы и особенности размещения и использования. Туристский потенциал и методы его оценки. Туристское районирование. Туристско-рекреационная система: понятие, структура, характеристика элементов.

*География туризма России.* Туристские ресурсы России: особенности размещения и использования. Основные районы и центры: историко-культурного, лечебно-оздоровительного, активного (природо-ориентированного), горнолыжного, круизного видов туризма. Туристские центры и маршруты регионов России: Европейская часть, Азово-Черноморье, Урал, Западная и Восточная Сибирь, Дальний Восток.

*География туризма зарубежных стран.* Туристские ресурсы зарубежных стран: особенности размещения и использования. Основные районы и центры: историко-культурного, лечебно-оздоровительного, природо-ориентированного, горнолыжного, круизного видов туризма, агротуризма, событийного видов туризма. Туристские центры и маршруты регионов: стран СНГ, Северной, Центральной и Южной Америки, Европы и Средиземноморья, Зарубежной Азии, Африки, Австралии и Океании.

#### ***Литература:***

1. География туризма: учебник для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки 100200 (специальности 100201) «Туризм» / под ред. А.Ю. Александровой. М.: Кнорус, 2013.
2. Самойленко А.А. География туризма: учебное пособие. Ростов н/Д: Феникс, 2006.
3. Бессараб Д.А., Штефан Л.В. География международного туризма: учебное пособие: в 2-х ч. Ч. 2. География видов туризма. Минск: ТетраСистемс, 2011.
4. География международного туризма: Страны СНГ и Балтии: учебное пособие для студентов вузов по спец. «Менеджмент» / Авт.-сост. Л. М. Гайдукевич и др. Минск: Аверсэв, 2004.

### **II. ПРАКТИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В ТУРИЗМЕ**

Практическая часть теста состоит в составлении калькуляции полной себестоимости туристского продукта. На основе исходных данных необходимо выполнить расчет полной себестоимости продукта, выделить прямые и косвенные затраты.

*Составители программы: профессор А.И. Зырянов, доцент Н.В. Харитонова, доцент С.Э. Мышлянцева, ст.преподаватель И.О. Щепеткова.*

*Программа одобрена Ученым советом географического факультета Пермского государственного национального исследовательского университета.*