

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Казанский (Приволжский) федеральный университет»
Институт международных отношений, истории и востоковедения

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по
образовательной деятельности



ПРОГРАММА ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ

Направление подготовки: 43.04.02 «Туризм»

Профиль обучения: «Международный туризм»

Форма обучения: очная, заочная

Лист согласования программы вступительного испытания

Разработчики программы:

Заведующий кафедрой всемирного культурного наследия _____ (Л.Р.Галимзянова)

Председатель экзаменационной комиссии _____ (О.Л.Панченко)

Программа вступительного испытания обсуждена и одобрена на заседании кафедры всемирного культурного наследия Института международных отношений, истории и востоковедения **Протокол № 1 от «5» сентября 2024 г.**

Решением Учебно-методической комиссии Института международных отношений, истории и востоковедения Программа вступительного испытания рекомендована к утверждению Ученым советом, **Протокол №1 от «25» сентября 2024 г.**

Программа вступительного испытания утверждена на заседании Ученого совета Института международных отношений, истории и востоковедения **Протокол №3 от «2» октября 2024г.**

Содержание

Раздел I. Вводная часть.....	4
1.1 Цель и задачи вступительных испытаний	5
1.2 Общие требования к организации вступительных испытаний.	5
1.3 Описание формы проведения вступительных испытаний.	5
1.4 Продолжительность вступительных испытаний в минутах	5
Раздел II. Содержание программы	5
Раздел III. Фонд оценочных средств	13
3.1 Инструкция по выполнению работы.....	13
3.2 Примерные вопросы для подготовки к экзамену	13
Раздел IV. Список литературы.....	17

Раздел I. Вводная часть

Вступительные испытания по направлению 43.04.02 – Туризм профиль Международный туризм проводятся для лиц, желающих освоить программу магистратуры по вышеуказанному направлению.

1.1 Цель и задачи вступительных испытаний

Цель вступительного испытания заключается в определении соответствия уровня подготовки абитуриента требованиям, необходимым для освоения программы магистратуры в области туризма.

1.2 Общие требования к организации вступительных испытаний. Программа вступительного испытания составлена на основе требований федерального государственного образовательного стандарта высшего образования к минимуму содержания и уровню подготовки магистра по направлению 43.04.02 Туризм.

Лица, желающие освоить программу магистратуры, должны иметь высшее образование (диплом бакалавра, или диплом специалиста), независимо от специальности и направления подготовки и успешно прошедшие вступительное испытание.

1.3 Описание формы проведения вступительных испытаний.

Формой вступительного испытания для поступающих в магистратуру является письменный экзамен, которое будет проходить очно и (или) с использованием дистанционных технологий.

1.4 Продолжительность вступительных испытаний в минутах
Время на прохождение экзамена – 60 минут.

Раздел II. Содержание программы

1. Определение туризма. Классификация туризма

Понятие «туризм», «турбизнес», «турпродукт», «туриндустрия», «турдеятельность», «турресурсы», «турист». Туризм как социально-экономическая наука. Классификация туризма. Виды туризма, их характеристика и перспективы развития. Основные функции туризма. Международный, внутренний, национальный туризм. Активный, пассивный. Деловой туризм. Организованный и неорганизованный туризм.

2. Международный туризм: понятие и классификация

Развитие международного туризма. Организация международного туристического бизнеса. Международное сотрудничество в сфере туризма. ЮНВТО: место, роль и значение в системе международных туристских организаций. Перспективы развития международного туризма. Международные туристские организации – их роль и значение в развитии

мирового туризма. Концепция устойчивого развития туризма. Основные направления развития интеграции в туризме. Международные туристские альянсы: определение и краткая характеристика. Вертикальная и горизонтальная интеграция в туризме: сущность и виды.

3. Планирование деятельности и ликвидация туристского предприятия

Выбор организационно-правовой формы турпредприятия. Выбор фирменного наименования. Юридический адрес предприятия. Учредительные документы и требования к ним, определенные Гражданским кодексом РФ. Государственная регистрация предприятия и предпринимателя, осуществляющего индивидуальную трудовую деятельность. Особенности государственной регистрации предприятий с иностранными инвестициями. Документы, необходимые для работы фирмы. Профессиональные стандарты и требования для специалистов турбизнеса. Оформление места деятельности туристской фирмы (наружное и внутреннее).

4. Технологии проектирования туристического продукта

Понятия тур и туристская услуга. Установление нормируемых характеристик услуги. Установление технологии процесса обслуживания туристов. Последовательность разработки туристского маршрута. Разработка технологической документации. Составление технологических карт, инструкций, правил, регламентов и др. Определение методов контроля качества. Анализ проекта. Представление проекта на утверждение. Обеспечение безопасности услуги для туристов, их имущества, обслуживающего персонала и окружающей среды. Принципы формирования турпакета, как основного продукта туроператорской деятельности. Общая характеристика процесса формирования и реализации турпакета.

5. Стандартизация и контроль качества услуг в сфере туризма

Понятие стандартизации. Законодательство РФ о стандартизации. Государственное управление стандартизацией. Организация работ по стандартизации. Нормативные документы по стандартизации и требования к ним. Соотношения Государственных стандартов России и международных договоров. Соотношения Государственных стандартов и законодательных актов РФ. Понятие сертификации. Законодательство РФ о сертификации. Участники сертификации и их полномочия, права и обязанности в области сертификации продукции и услуг. Сертификат соответствия и Знак соответствия. Обязательная и добровольная сертификация. Основные цели и принципы сертификации. Определение категорий коллективных средств размещения. Правила проведения работ в области сертификации. Инспекционный контроль за сертифицированной продукцией.

Приостановление или аннулирование действия сертификата соответствия. Оплата работ по сертификации. Рассмотрение апелляций.

6. Страхование в туризме

Понятие страхования, участники страхования, основные определения. Состояние страхового бизнеса в России на современном этапе. Правовые основы страхования в РФ. Основные виды страхования в туризме. Обязательное и добровольное страхование. Компенсационное и сервисное страхование. Страхование туриста и его имущества. Страхование рисков туристских фирм. Страхование туристов в зарубежных поездках. Страхование иностранных туристов. Страхование гражданской ответственности. Страхование от несчастных случаев. Возмещение расходов туристов при несовершеннолетней поездке.

7. Паспортно-визовые формальности при осуществлении туристских путешествий

Виды паспортов, удостоверяющих личность гражданина РФ при въезде и выезде из страны. Документы, необходимые для получения паспорта в ОВИРе. Отличительные особенности новых загранпаспортов. Срок действия паспорта. Порядок получения паспорта и выезда за границу несовершеннолетних.

Понятие визы. Классификация виз. Права туриста, получившего визу. Организации, занимающиеся выдачей виз. Документы, необходимые для получения визы и порядок ее получения. Сроки выдачи визы. Шенгенское соглашение. Типы шенгенских виз.

8. Таможенные формальности при осуществлении туристских путешествий

Нормативно-правовые документы, регулирующие таможенные отношения в РФ. Таможенная декларация, ее функции и атрибуты. Порядок перемещения товаров через таможенную границу РФ. Государственное законодательство по перемещению товаров и туристского багажа. Порядок, величина и условия внесения сбора за пограничное оформление перемещения через границу физических лиц, товаров, грузов и транспортных средств. Товары, перевозимые через таможенную границу без уплаты таможенных платежей. Перемещение через таможенную границу транспортных средств. Режим реэкспорта. Ответственность за нарушение таможенного законодательства.

9. Туроператорская и турагентская деятельность

Туристские предприятия и их формы. Место туроператоров и турагентов на туристском рынке. Организационно-правовые формы юридических лиц: коммерческие организации и некоммерческие организации. Факторы,

определяющие выбор организационно-правовой формы туристского предприятия. Туристское предприятие. Туристская фирма. Классификация туристских фирм.

Понятие и основные функции туроператора. Туроператор – субъект предпринимательской деятельности и туристского рынка. Функции туроператора: планирующая функция, функция ценообразования, функция продвижения турпродукта, информативная функция, новаторская функция, бюджетообразующая функция, интегрирующая функция, операторское лобби.

Классификация и виды туроперейтинга и туроператоров. Особенности работы инициативного (аутгоингового) оператора. Особенности работы рецептивного (инкамингового) оператора. Инсайд-туроператоры (инсайдинг). Профили работы туроператора. Монопрофильные и многопрофильные операторы. Туроператоры массового рынка. Специализированные туроператоры. Круизный туризм, речной и морской круизный туризм. Основные компании в круизном туризме. Другие виды классификации туроператоров.

Основные технологии операторского бизнеса. Основные этапы цикла работы туроператора. Сущность и содержание проектирования туров. Разработка программ туристского обслуживания. Планирование туров. Основные формы сотрудничества туроператора с поставщиками туристских услуг. Договорный план тура.

Особенности и процедуры агентского бизнеса. Турагент – субъект предпринимательской деятельности. Функции турагента. Основные направления деятельности турагента. Классификация и виды турагентов. Виды агентской деятельности.

Технологии взаимоотношений туроператора с турагентами. Процедура подбора агентов. Агентская сеть и особенности ее функционирования. Основные виды агентских сетей. Стратегии создания агентских сетей.

Экскурсионная деятельность и ее основные характеристики. Основные критерии, лежащие в основе классификации экскурсий. Этапы подготовки экскурсии. Основные методики проведения экскурсий. Техника и технология проведения экскурсии. Организация работы с музеями, выставками и театрами.

10. Санитарно-эпидемиологический контроль при осуществлении туристских путешествий

Понятие санитарных формальностей. Цель и задачи санитарно-эпидемиологического контроля при осуществлении путешествий. Государственное регулирование санитарно-профилактической деятельности для предотвращения распространения опасных заболеваний. Вакцинация

туристов, выезжающих в страны, входящие в группу риска. Требования к оформлению медицинского сертификата. Нормы предоставления сертификата на отсутствие ВИЧ-инфекции. Требования к туристам, перевозящим животных. Требования к туристам при въезде в зарубежные страны и при возвращении на родину во время вирусной и другого вида пандемии. Требования к туристам во время пребывания в стране где введены определенные санитарно-эпидемиологические ограничения.

11. Транспортное обслуживание в туризме

Правовые основы обслуживания туристов железнодорожным транспортом. Технология перевозки туристов по железной дороге. Роль и место автомобильных перевозок в туристских путешествиях. Классификация туристских автобусов. Организация туристских путешествий на внутренних маршрутах. Паспорт автомобильного маршрута и его атрибуты. Специфика организации транспортных путешествий на международных маршрутах. Требования к безопасности транспортных путешествий. Новые виды экологически чистых транспортных средств.

Нормативно-правовое регулирование воздушных перевозок в России и в международном сообщении. Документы, удостоверяющие личность пассажира. Перевозка туристского багажа. Права и обязанности пассажира. Атрибуты сервиса при обслуживании пассажиров авиационным транспортом. Технология обслуживания туристов на международных авиалиниях. Перевозка туристов чартерными рейсами. Предоставление туристскими фирмами услуг бронирования и продажи авиационных билетов.

12. Маркетинг в туристской индустрии

Сущность и содержание маркетинга в туризме. Функции маркетинга в туризме (установление контактов с клиентами; развитие; контроль). Социально-экономическая сущность маркетинга. Специфика маркетинга услуг. Рекламная деятельность в туризме. Понятие рекламы в туризме, ее цели и функции. Особенности рекламы в туризме (неличный характер, односторонняя направленность и т.д.). Реклама в прессе. Печатная реклама. Аудиовизуальная реклама. Радио- и телереклама. Выставки и ярмарки. Рекламные сувениры. Прямая почтовая реклама. Наружная реклама. Компьютерная реклама.

13. Методы маркетинговых исследований в туризме

Понятие и сущность маркетинговых исследований. Цели и задачи организации и проведения маркетинговых исследований в туризме. Виды маркетинговых исследований. Поиск и оценка маркетинговой информации, источники информации, информационное обеспечение маркетинга. Анализ оценок потребителя. Конкурентные преимущества в сфере туризма.

Организация и оценка эффективности маркетинговой деятельности. Основные показатели оценки эффективности маркетинговой деятельности. Виды и система маркетингового контроля. Совершенствование управления маркетингом по результатам оценки его эффективности. Бренды в организации индустрии туризма. Формирование конкурентоспособного бренда Татарстана в сфере туризма. Туристские ресурсы и туристский потенциал Татарстана.

14. Основы предпринимательской деятельности в туризме

Понятие и формы предприятия. Коммерческое предпринимательство. Консультативное предпринимательство. Сущность и этапы консультативных услуг. Организация и развитие собственного дела. Порядок (этапы) создания нового предприятия. Состав технико-экономического обоснования предприятия. Управление новым предприятием. Стадии развития. Выбор структуры управления. Порядок образования туристической фирмы. Выбор организационно-правовой формы. Протокол намерений участников. Разработка проектов учредительных документов. Проведение учредительного собрания. Подготовка учредительных документов для регистрации. Правовая регистрация фирмы. Постановка предприятия на учет, последующие организационные процедуры. Порядок ликвидации туристской фирмы.

15. Бизнес-планирование на предприятиях туризма

Понятие планирования в туризме. Планирование как одна из функций менеджмента. Виды планирования в туризме (классификация, характеристика). Принципы планирования. Понятие бизнес-плана как комплексного документа, цели и функции бизнес-плана. Этапы разработки и реализации бизнес-плана (подготовка программ; планирование рынка; оформление документа). Структура и содержание бизнес-плана (план производства, план маркетинга, организационный план, финансовый план, план исследований и разработок).

16. Туристические особенности стран и регионов мира

Европейский туристский макрорегион: состав, общая характеристика природы, населения и туристских ресурсов. Шенгенская зона и виза. Анализ туристской статистики.

Туризм с целью отдыха и развлечений: основные центры и их анализ. Лечебно-оздоровительный, деловой, религиозный, спортивный и экологический туризм: основные центры и их анализ.

Ближневосточный туристский макрорегион: состав, общая характеристика природы, населения и туристских ресурсов. Анализ туристской статистики. Туризм с целью отдыха и развлечений: основные

центры и их анализ. Лечебно-оздоровительный, деловой, религиозный, спортивный и экологический туризм: основные центры и их анализ.

Южно-Азиатский туристский макрорегион: состав, общая характеристика природы, населения и туристских ресурсов. Анализ туристской статистики. Туризм с целью отдыха и развлечений: основные центры и их анализ. Лечебно-оздоровительный, деловой, религиозный, спортивный и экологический туризм: основные центры и их анализ.

Африканский туристский макрорегион: состав, общая характеристика природы, населения и туристских ресурсов. Анализ туристской статистики. Туризм с целью отдыха и развлечений: основные центры и их анализ. Лечебно-оздоровительный, деловой, религиозный, спортивный и экологический туризм: основные центры и их анализ.

Азиатско-Тихоокеанский туристский макрорегион: состав, общая характеристика природы, населения и туристских ресурсов. Анализ туристской статистики. Туризм с целью отдыха и развлечений: основные центры и их анализ. Лечебно-оздоровительный, деловой, религиозный, спортивный и экологический туризм: основные центры и их анализ.

Американский туристский макрорегион: состав, общая характеристика природы, населения и туристских ресурсов. Анализ туристской статистики. Туризм с целью отдыха и развлечений: основные центры и их анализ. Лечебно-оздоровительный, деловой, религиозный, спортивный и экологический туризм: основные центры и их анализ.

17. Туристское ресурсоведение

Понятия «туристские ресурсы» и «природные ресурсы». Объекты туристского интереса. Культурно-исторические ресурсы. Туристские центры. Формы организации охраняемых территорий: курорт, национальный парк, биосферные заповедники.

18. Туристические особенности России

Перечень основных туристских и курортных зон федерального значения. Зоны развития туризма; специализация по видам туризма; города и районы, рекомендуемые для развития туризма.

Понятие туристского региона. Туристско-рекреационная зона, туристский макрорайон, туристский мезорайон, туристский микрорайон, туристский объект.

19. Организация гостиничного дела и гостиничный менеджмент

История развития гостиничной индустрии. Современные тенденции.

Развитие гостиничной индустрии в Европе. Эволюция американской индустрии гостеприимства. Гостиничная и ресторанная индустрия России. Классификация средств размещения в дореволюционной России. Индустрия

гостеприимства в советский период. Глобальные тенденции и перспективы развития гостиничного дела. Способы развития современных гостиничных предприятий: расширение, интеграция, стратегические альянсы, диверсификация гостиниц.

Гостиничные цепи, история их развития. Российские гостиничные цепи. Франчайзинг, механизм функционирования, франчайзинговые отчисления. Преимущества и недостатки франчайзинга для франчайзера и для франчайзи. Особенности управления и формы деятельности в мировой гостиничной индустрии. Модель Цезаря Ритца. Модель Кемонса Уильсона. «Добровольные» гостиничные цепочки: гостиничные консорциумы, ассоциации и семейства. Объединения независимых гостиниц. Качество гостиничных услуг. Проблемы, вызывающие недовольство клиентов и способы их решения.

Основные службы гостиничного предприятия.

Контактные и неконтактные гостиничные службы. Требования к персоналу контактных служб. Служба бронирования, функции службы. Способы бронирования. Служба приема и размещения. Требования, предъявляемые к службе, функции службы и ее структура. Служба обслуживания и эксплуатации номерного фонда. Состав службы и ее функции. Примерная инструкция по уборке номера в отеле. Служба безопасности. Функции службы и требования, предъявляемые к работникам. Инженерно-техническая служба. Состав и функции службы.

Прием и размещение гостей. Обслуживание в период проживания. Выезд гостя.

Правила гостеприимства. Встреча и прием гостя. Демонстрация и назначение номера. Вселение в номер. Обслуживающий персонал в униформе. Предоставление услуг питания. Дополнительные услуги в отеле. Основные этапы завершающей стадии обслуживания гостя. Порядок расчета платы за проживание. Ночной аудит.

Работа персонала гостиничного предприятия и предприятия питания с клиентами.

Профессиональная этика работников гостиничных предприятий. Особенности характера, необходимые работнику гостиницы. Обслуживание VIP гостей. Предоставление услуг консьержей. Служба дворцовых в высококлассных отелях. Конфликтные ситуации и их разрешение. Работа с жалобами клиентов.

20. Инновации в развитии индустрии туризма

Программы и стратегии развития международного и российского туризма. Инновационные подходы к регулированию туристской деятельности.

Новейшие методы и способы стимулирования развития различных видов туризма. Использование инновационных технологий в развитии предприятий индустрии туризма.

21. Менеджмент в туристской индустрии

Специфика менеджмента туризма: цели и задачи управления предприятием, внутренняя и внешняя среда бизнеса в сфере туризма. Основные понятия и управленческие категории туризма. Цели и задачи управления предприятием туризма. Внутренняя и внешняя среда бизнеса в сфере туризма. Основы производственного менеджмента.

22. Системы бронирования и резервирования в сфере туризма

Общая характеристика глобальных компьютерных систем бронирования и резервирования (GDS), используемых на российском рынке: преимущества, конкуренция, услуги. Системы бронирования Amadeus, Galileo, Worldspan, Sabre. Другие зарубежные системы бронирования. Российские компьютерные системы бронирования. Принципы работы и подключение к системам бронирования и резервирования.

23. Анимационная деятельность в туризме

Понятие анимации. Виды анимации в туризме. Особенности создания анимационных программ.

24. Особенности организации международных туристских выставок и ярмарок

Понятия «выставка» и «ярмарка». Определение целей участие в выставки. Планирование бюджета выставки. Подготовка рекламно-информационных материалов. Работа персонала во время выставки. Анализ результатов участия в выставки. Основные российские и международные туристские выставки.

Раздел III. Фонд оценочных средств

3.1 Инструкция по выполнению работы

На экзамене раскладываются билеты. В билете представлены два теоретических вопроса. Ответы записываются на бланке с печатью.

3.2 Примерные вопросы для подготовки к экзамену

1. Туризм как социально-экономическая наука.
2. Туристские территории мира, их иерархия и типология.
3. География международных туристских потоков.
4. Туристские центры и их роль в формировании туристских регионов.

5. Жизненный цикл туристского продукта.
6. Туристские ресурсы в дестинациях.
7. Туристский потенциал региона.
8. Значение туризма в жизни общества.
9. Понятие туристской индустрии.
10. Туристский продукт и туристская услуга.
11. Международный рынок туризма.
12. Рынок туризма в России. Содержание современной туристской политики в России.
13. Понятие, сущность и функции менеджмента в туризме.
14. Маркетинг в туризме. Маркетинговый процесс и его этапы.
15. Классификация услуг сферы сервиса. Рынок услуг в сфере туризма.
16. Транспортные услуги в туризме. Организация и управление транспортными перевозками в туризме.
17. Основы безопасности туристов при перевозках различными видами транспорта.
18. Нормативно-правовая база развития туризма в России на федеральном и региональном уровнях.
19. Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»
20. Организационно-правовые формы коммерческих организаций в сфере туризма.
21. Правовое регулирование договорных отношений по оказанию услуг туристской индустрии.
22. Международное сотрудничество в сфере туризма.
23. Система организации управления туризмом в России на федеральном и региональном уровнях.
24. Концепции и Программы развития туризма в России на современном этапе.
25. Цели, задачи и общие требования к рекламе в туризме. Реклама как инструмент продвижения туристского продукта.
26. Особенности продвижения туристского продукта на внутреннем и внешнем рынках.
27. Средства распространения рекламы в туризме. Законы и нормативные акты, регулирующие рекламную деятельность в туризме.
28. Организация выставочной деятельности в туризме и ее основные этапы.
29. Становление и развитие системы стандартизации, ее цели и задачи. Характеристика национальных стандартов туристской индустрии, порядок их разработки.

30. Лицензирование в обеспечении безопасности и качества услуг в туристской индустрии.
31. Сертификация туристской индустрии: ее цели, задачи и развитие.
32. Место и роль туроператорской и турагентской деятельности на рынке туруслуг.
33. Современные тенденции развития туроператорской и турагентской деятельности.
34. Принципы формирования турпакета, как основного продукта туроператорской деятельности. Общая характеристика процесса формирования и реализации турпакета.
35. Формирование цены турпродукта.
36. Создание системы продвижения турпродукта.
37. Основные параметры и условия, формирующие положительный образ туристских центров при организации въездного туризма.
38. Основы туроперейтинга на международном рынке.
39. Индустрия гостеприимства, ее значение и место в туризме. История развития индустрии гостеприимства.
40. Сегментация рынка гостиничных услуг. Гостиничный продукт: местоположение, средства обслуживания, уровень сервиса, цена.
41. Классификации и характеристики гостиниц в различных странах мира.
42. Сущность, структура и перспективы развития гостиничных цепей. Франчайзинговые отношения в гостиничном бизнесе.
43. Информационные технологии в гостиничном хозяйстве. Маркетинг гостиничных услуг.
44. Функциональное назначение основных служб и отделов гостиницы. Правила предоставления гостиничных услуг.
45. Страхование туристских услуг.
46. Государственное и правовое регулирование деятельности предприятий питания. Классификация предприятий питания и их характеристики.
47. Формы и методы организации услуг питания. Маркетинг услуг питания.
48. История экскурсионного дела в России. Экскурсионная деятельность и ее основные характеристики. Основные критерии, лежащие в основе классификации экскурсий.
49. Этапы подготовки экскурсии. Основные методики проведения экскурсий.
50. Техника и технология проведения экскурсии. Организация работы с музеями, выставками и театрами.

51. Продажи туристских услуг как сложный технологический процесс. Основы технологий продаж оптовых операторов и участников рынка туристских услуг.

52. Основные этапы совершения покупки на рынке туристских услуг. Разработка стратегии продаж товаров и услуг на предприятиях индустрии туризма.

53. Методы и методики изучения мотивации поведения туристов.

54. Роль управления качеством в туризме. Классификация показателей качества и методы их определения.

55. Этапы развития управления качеством услуг в туризме. Особенности систем управления качеством услуг туризма.

56. Международные туристские организации – их роль и значение в развитии мирового туризма.

57. ЮНВТО: место, роль и значение в системе международных туристских организаций.

58. Концепция устойчивого развития туризма.

59. Основные направления развития интеграции в туризме. Международные туристские альянсы: определение и краткая характеристика. Вертикальная и горизонтальная интеграция в туризме: сущность и виды.

60. Всемирное наследие ЮНЕСКО. Сущность, современное состояние и перспективы развития.

61. Объекты Всемирного культурного и природного наследия России. Современные состояния и перспективы развития туризма.

62. Специфика потребления туристского продукта.

63. Основные элементы туристской системы. Туристская дестинация.

64. Формы государственного регулирования туристской деятельностью.

65. Оффшорный бизнес и туризм.

66. Взаимосвязь сферы туризма с экономикой страны.

67. Характеристика и структура экономических отношений в туризме

68. Туризм как самостоятельная отрасль экономики страны

69. Структура туристского рынка в России

70. Пути ускорения интеграции России в систему международного туризма

71. Глобальные процессы в сфере туризме

72. Состояние мирового туристского рынка

73. Страны-лидеры выездного туризма (экономический аспект)

74. Страны – лидеры въездного туризма (экономический аспект)

75. Экономические факторы и развитие международного туризма

76. Политические и другие факторы развитие международного туризма

77. Бренды в организации индустрии туризма

78. Формирование конкурентоспособного бренда Татарстана в сфере туризма
79. Туристские ресурсы и туристский потенциал Татарстана
80. Инновации в индустрии международного туризма
81. Сегментация рынка туристских услуг.
82. Организация круизного туризма: перспективы и особенности (экономический аспект)
83. Развитие туризма в странах Северной Европы
84. Страны Южной Европы как основной регион развития международного туризма
85. Особенности развития туризма в странах Западной Европы
86. Франция как мировой лидер туристической индустрии
87. Влияние туризма на рост экономики Альпийского туристского региона
88. Туристские ресурсы и туристский потенциал Греции. Виды туризма в стране
89. Проблемы развития туризма в Балканских странах
90. Черноморский регион как перспективное туристское направление
91. Развитие туризма в странах Северной Африки (Алжир, Марокко, Тунис, Ливия)
92. Влияние политических процессов на развитие туризма на Ближнем Востоке
93. Китай как перспективное направление развития международного туризма
94. Особенности развития туризма в странах Южной Азии
95. Основные центры туризма в Юго-Восточной Азии
96. Карибский бассейн как туристский регион мирового уровня
97. Развитие туризма в странах Северной Америки
98. Природно-ориентированный туризм в Африке
99. Особенности развития туризма в Австралии и Океании
100. Перспективы развития международного туризма.

Раздел IV. Список литературы

1. Асташкина М. В. География туризма: Учебное пособие / Асташкина М. В., Козырева О. Н., Кусков А. С., Санинская А. А. - М.: Альфа-М, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 432 с. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=460572>
- Баранова А. Ю. Организация предпринимательской деятельности в сфере туризма: Учебное пособие / А.Ю. Баранова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 180

с.: 60x88 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). (обложка) ISBN 978-5-16-004452-1, 200 экз <http://znanium.com/bookread2.php?book=447214>

2. Безопасность бизнеса в индустрии туризма и гостеприимства: Учебное пособие / А.Д. Чудновский, Ю.М. Белозерова. - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ Инфра-М, 2012. - 336 с. <http://znanium.com/bookread2.php?book=259833>

3. Безопасность бизнеса в индустрии туризма и гостеприимства: Учебное пособие / А.Д. Чудновский, Ю.М. Белозерова. - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ Инфра-М, 2012. - 336 с. <http://znanium.com/bookread2.php?book=259833>

4. Безопасность туризма. Правовое обеспечение. Кн. I. Основы безопасности туризма [Электронный ресурс] : учеб.-метод. Пособие : в 3-х кн. / Писаревский Е.Л. - М. : Финансы и статистика, 2007. - <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785279032167.html>

5. Богданов Е. И. Технология и организация предприятия туризма: Учебник / В.П. Орловская; Под общ. ред. проф. Е.И. Богданова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 176 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат) <http://znanium.com/bookread2.php?book=369959>

6. Большаник П. В. География туризма : учеб. пособие / П.В. Большаник. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : ИНФРА-М, 2017. — 355 с.

7. Виды и тенденции развития туризма [Электронный ресурс]: учеб. пособие / Назаркина В.А., Владыкина Ю.О., Воротникова Е.Ю. - Новосибирск : Изд-во НГТУ, 2014. - <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785778224377.html>

8. География туризма: Учебник / В.Л. Погодина, И.Г. Филиппова; Под ред. Е.И. Богданова. - М.: ИНФРА-М, 2012. - 256 с.: <http://znanium.com/bookread2.php?book=237203>

9. География туризма: Учебное пособие / Асташкина М. В., Козырева О. Н., Кусков А. С., Санинская А. А. - М.: Альфа-М, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 432 с. <http://znanium.com/bookread2.php?book=460572>

10. География туризма: Учебное пособие / Асташкина М. В., Козырева О. Н., Кусков А. С., Санинская А. А. - М.: Альфа-М, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 432 с. <http://znanium.com/bookread2.php?book=460572>

Мазилкина Е. И. Организация продаж гостиничного продукта: Учебное пособие/Мазилкина Е. И. - М.: Альфа-М, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 207 с.: 60x90 1/16. - (ПРОФИЛЬ) (Переплёт) ISBN 978-5-98281-384-8, 200 экз.

11. Гулиев, Н. А. Стандартизация и сертификация социально-культурных и туристских услуг [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Н. А. Гулиев, Б. К. Смагулов. - 2-е изд., стереотип. - М. : Флинта : МПСИ, 2011. 240 с. <http://znanium.com/bookread.php?book=454042>

12. Гурьянова, Ф.А. Информационные технологии обслуживания туристов [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Ф.А. Гурьянова, Л.А. Зуева, Л.А. Родигин. — Электрон. дан. — Москва : Советский спорт, 2010. — 135 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/53232>. — Загл. с экрана.

13. Еланцева, О. П. Стандартизация и сертификация в социально-культурном сервисе и туризме [Электронный ресурс] : учеб. пособие / О. П. Еланцева. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : ФЛИНТА : НОУ ВПО «МПСУ», 2014. — 448 с. <http://znanium.com/bookread2.php?book=455095>

Катькало, В. С. Сетевые стратегии гостиничного бизнеса [Электронный ресурс] : Монография / В. С. Катькало, В. Н. Шемракова; Высшая школа менеджмента СПбГУ. . СПб.: Высшая школа менеджмента; 2008. — 384 с. — ISBN 978-5-9924-0006- <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=493026>

14. Киреева, Ю.А. Основы туризма [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва : Советский спорт, 2010. — 108 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/53251>. — Загл. с экрана

15. Ключников, А.В. Менеджмент туризма [Электронный ресурс] : учеб. — Электрон. дан. — Москва : Советский спорт, 2009. — 227 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/53242>. — Загл. с экрана.

16. Лицензирование и сертификация в туризме [Электронный ресурс] / Дехтярь Г.М. - М. : Финансы и статистика, 2003. - <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN5279025291.html>

17. Лысакова Л. А. Tourismus. Туризм: Учебное пособие / Л.А. Лысакова, Е.М. Карпова, Е.Н. Лесная. - М.: Флинта: МПСИ, 2009. - 144 с.: <http://znanium.com/bookread2.php?book=212212>

Смагулов, Б. К. Стандартизация, сертификация и финансовое обеспечение в туристской индустрии [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Б. К. Смагулов. — М.: ФЛИНТА, 2012. — 278 с. <http://znanium.com/bookread2.php?book=456965>

18. Международный туризм: Учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям "Социально-культурный сервис и туризм", "География", "Менеджмент организации", "Экономика и управление на предприятии (по отраслям)" / Воскресенский В.Ю., - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 463 с.: <http://znanium.com/bookread2.php?book=872907>

19. Можаяева Н. Г. Организация туристской индустрии и география туризма: Учебник / Н.Г. Можаяева, Г.В. Рыбачек. - М.: Форум: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 336 с.: <http://znanium.com/bookread2.php?book=432449>

20. Организация сервисного обслуживания в туризме: Учебное пособие / Т.А. Джум, С.А. Ольшанская. - М.: Магистр: НИЦ ИНФРА-М, 2014.

- 368 с. <http://znanium.com/bookread2.php?book=474993>

: Бакалавриат). <http://znanium.com/bookread2.php?book=484843>

21. Погодина В. Л. География туризма: Учебник / В.Л. Погодина, И.Г. Филиппова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 256 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). <http://znanium.com/bookread2.php?book=484843>

22. Правовое обеспечение профессиональной деятельности: Учебник / Тыщенко А. И. - 3 изд. - М.: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 224 с. <http://znanium.com/bookread2.php?book=492546>

23. Специальные виды туризма [Электронный ресурс]: учеб. пособие / Штейнгольц Б.И. - Новосибирск : Изд-во НГТУ, 2015. - <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785778226517.html>

24. Стандартизация и сертификация в туризме и гостиничном хозяйстве [Электронный ресурс]: учебное пособие / Колочева В.В. - Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2017. - <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785778233102.html>

25. Туроперейтинг: продвижение туристского продукта : учебник [Электронный ресурс] / Е.Н. Ильина. - М. : Финансы и статистика, 2008. - <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785279032488.html>

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Казанский (Приволжский) федеральный университет»
Институт международных отношений, истории и востоковедения

УТВЕРЖДАЮ
И.о. директора Института
_____ Фахрутдинов Р.Р.
« ____ » _____ 2024 г.

**Система оценивания система оценивания экзаменационной работы по
43.04.02 «туризм профиль «международный туризм»**

Максимальный возможный результат вступительного испытания составляет 100 баллов.

Вступительное испытание считается пройденным, если абитуриент набрал 40 и более баллов.

Вступительное испытание считается не пройденным, если абитуриент набрал 39 и менее баллов.

Вступительное испытание в магистратуру носит конкурсный характер и предусматривает написание письменной работы, направленного на выявление уровня владения системой базовых знаний и умений поступающего в магистратуру. Структура экзаменационного билета: в билете два теоретических вопроса.

Время написания работы – 60 минут.

Максимальное количество баллов	
Первичные баллы	Итоговые баллы
40	40

Вступительное испытание считается пройденным, если абитуриент набрал более чем	
Первичные баллы	Итоговые баллы

40 и выше	40 и выше
-----------	-----------

Вступительное испытание считается НЕ пройденным, если абитуриент набрал	
Первичные баллы	Итоговые баллы
39 и ниже	39 и ниже

В случае равенства экзаменационных баллов у абитуриентов, учитывается средний балл диплома о высшем образовании.

Объявление итогов экзамена происходит в соответствии с графиком оглашения результатов вступительных испытаний в магистратуру.

Зачисление в магистратуру производится по результатам конкурсного отбора по максимальному количеству баллов