

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Казанский (Приволжский) федеральный университет»

Институт управления, экономики и финансов

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по образовательной
деятельности

Е.А. Турилова

« 16 » / 12 / 2025 г.



ПРОГРАММА ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ

Направление подготовки: **43.04.02 «Туризм»**

Профиль обучения:

«Управление бизнесом в туризме»

Лист согласования программы вступительного испытания

Разработчики программы:

Биктимиров Н.М., заведующий кафедрой туризма и гостиничного дела, кандидат географических наук

Председатель экзаменационной комиссии _____ А.Р. Ахметшина

Решением Учебно-методической комиссии Института управления, экономики и финансов КФУ Программа вступительного испытания рекомендована к утверждению Ученым советом, Протокол № 10 от « 10 » 12 2025 г.

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
- 1.5 Структура вступительных испытаний

Раздел II. Содержание программы

- 2.1 Содержание разделов тестирования
- 2.2. Содержание мотивационного письма
- 2.3. Содержание портфолио

Раздел III. Фонд оценочных средств

- 3.1. Инструкция по выполнению работы
- 3.2. Образцы заданий вступительных испытаний

Раздел IV. Список литературы

Раздел I. Вводная часть

1.1. Цель и задачи вступительных испытаний

Целью проведение вступительных испытаний является определение уровня готовности абитуриента к обучению в магистратуре по направлению 43.04.02 «Туризм», предполагающее расширенное поле научно-исследовательской, проектной и профессиональной деятельности.

Задачи вступительных испытаний:

- оценить теоретическую и практическую подготовку абитуриента для обучения по направлению 43.04.02 «Туризм»;
- определить доминирующую мотивацию поступления абитуриента в магистратуру и выбора магистерской программы;
- оценить потенциал абитуриента для обучения в магистратуре, его склонность к осуществлению научно-исследовательской и проектной деятельности;
- выявить склонность к аналитической деятельности.

1.2 Общие требования к организации вступительных испытаний

К вступительным испытаниям допускаются граждане Российской Федерации и граждане иностранных государств, успешно завершивших обучения по одной из основных образовательных программы высшего образования и имеющие документ государственного образца: диплом бакалавра, диплом магистра, диплом специалиста.

Руководство по организации и проведению вступительных испытаний осуществляется председателями экзаменационных комиссий, которые несут всю полноту ответственности за соблюдение законодательства Российской Федерации, требований ФГОС ВО, локальных документов о подготовке и проведении вступительных испытаний.

Проведение вступительных испытаний осуществляется в соответствии с принципами: соблюдение прав и свобод граждан, установленных законодательством Российской Федерации, гласности и открытости результатов вступительных испытаний, объективности оценки способностей абитуриента и единообразия оценки вступительных испытаний.

Прием в магистратуру осуществляется на конкурсной основе по результатам вступительных испытаний.

Для поступающих проводятся консультации по содержанию программы вступительных испытаний и критериям оценки знаний, умений, компетенций абитуриентов.

На вступительных испытаниях должна быть обеспечена спокойная и доброжелательная обстановка, предоставлена возможность поступающим наиболее полно проявить уровень сформированности знаний, умений и компетенций.

Во время проведения вступительных испытаний поступающему запрещается пользоваться учебниками, справочными материалами, тетрадями, записями, мобильными телефонами, электронными записными книжками и другими средствами хранения информации.

Результаты вступительных испытаний оцениваются по 100-балльной шкале.

1.3. Описание формы проведения вступительных испытаний

Вступительное испытание имеет комплексный характер и состоит из тестирования, мотивационного письма и портфолио. Тестирование проводится согласно установленному расписанию очно и/или с использованием дистанционных технологий с использованием системы прокторинга. Мотивационное письмо и портфолио присылаются на электронную почту до дня вступительного испытания (тестирования).

1.4. Продолжительность вступительных испытаний

Продолжительность тестирования в рамках комплексного вступительного испытания составляет 60 мин. Время на подготовку мотивационного письма и портфолио в процессе

проведения вступительного испытания не предусматривается. Они готовятся и присылаются заранее (см. пункт 3.1.)

1.5. Структура вступительных испытаний

Вступительное испытание состоит из трех частей (100 баллов):

- Часть 1: тестирование по направлению поступления в магистратуру (50 баллов);
Время тестирования – 60 минут.

Тематика разделов тестирования представлена в Разделе 2, пример тестового задания представлен в Разделе 3.

Тестирование проводится согласно установленному расписанию очно и/или с использованием дистанционных технологий с применением системы прокторинга.

- Часть 2: мотивационное письмо (20 баллов)
- Часть 3: портфолио достижений абитуриента (30 баллов).

Минимальное количество баллов для вступительного испытания устанавливается равным 40.

Раздел 2 Содержание программы

2.1. Содержание разделов тестирования

1. Понятие туризма и его виды

Определение понятий: «туризм», «турист», «туристская индустрия», «туристская система», «экскурсанта», «турагент», «туроператор». Туризм как динамичная отрасль экономики. Основные вводные концепции экономики туризма, полезность экономики туризма. Классификации основных сфер экономики. Экономика социально-культурных услуг, закономерности формирования и развития. Структура производства услуг в рыночной экономике. Нерыночные, социальные услуги: особенности предоставления и оплаты. Туристский рынок. Спрос на турпродукт, ценовые и неценовые факторы спроса. Эластичность спроса по цене и по доходу. Предложение на туристском рынке, ценовые и неценовые факторы предложения. Туристский рынок. Спрос на турпродукт, ценовые и неценовые факторы спроса. Эластичность спроса по цене и по доходу. Предложение на туристском рынке, ценовые и неценовые факторы предложения. Этапы выполнения туристского маршрута. Организация туристского маршрута. Проведение туристского маршрута. Послемаршрутное оформление документов.

Основные виды туризма. Краткая характеристика видов туризма. Экологический туризм. Виды, формы экологического туризма. Туризм в национальных парках и особо охраняемых территориях. Туристский потенциал национальных парков. Межкультурное разнообразие России. Народы, проживающие в России. Религиозный туризм. Роль религиозного туризма в социально-культурном развитии населения. Особенности и виды религиозного туризма. Спортивный туризм. Цели классического спортивного туризма. Структура спортивного туризма. Ступени (разряды), звание мастера спорта. Состав водный, велосипедный, пешеходный, лыжный, горный, конный, авто- и мототуризм, спелеотуризм. Наиболее активно развивающиеся виды горный и водный туризм. Экстремальный туризм. Культурно-исторический туризм.

2. Бизнес-планирование в организациях сферы туризма

Цель, задачи, объект, предмет, информационно-методическая основа бизнес-планирования в сфере туризма. Взаимосвязь бизнес-плана с элементами системы управления туристским предприятием: маркетинг, операционная, финансово-экономическая деятельность, система управления персоналом. Структура рисков при планировании деятельности субъекта конкурентных экономических отношений.

Модель бизнес-плана туристского предприятия. Структура маркетинговых, технико-экономических, финансовых показателей бизнес-плана туристского предприятия. Период планирования. Экономический срок жизни бизнес-плана туристского предприятия. Содержание этапов бизнес-плана туристского предприятия. Особенности планирования деятельности туристского предприятия на различных стадиях жизненного цикла. Нормативная основа бизнес-планирования туристского предприятия.

Структура маркетинговых показателей бизнес-плана туристского предприятия: емкость сегмента рынка услуг туристского предприятия, прогноз доли, план ценовой политики, виды используемых цен на стадиях экономического срока жизни бизнес-плана туристского предприятия, управленческие решения по тактике маркетинга. Содержание основных этапов планирования маркетинга туристского предприятия.

Планирование численности работников и расчет годового фонда оплаты труда. Модель и факторы планирования численности работников индустрии туризма. Расчет действительного фонда рабочего времени. Планирование численности работающих на основе показателей: режим работы, норма штата, коэффициент подмены. Явочная и списочная численность работников. Этапы планирования основного и дополнительного фонда оплаты труда различных категорий работников туристского предприятия.

Структура финансовых показателей бизнес-плана туристского предприятия. Механизм разработки операционного бюджета с учетом графика освоения мощности. Анализ налогового окружения. Определение структуры инвестиций. Механизм анализа источников и условий финансирования бизнес-плана туристского предприятия. Разработка бюджета доходов и расходов в организациях сферы туризма. Формирование бюджета движения денежных средств.

Понятие туристской услуги и туристского продукта. Виды туристских услуг. Организация туристского бизнеса. Методика разработки туристского продукта. Информация, необходимая для формирования различных видов туристского продукта. Документационное обеспечение туристских услуг. Организация гостиничного бизнеса. Виды гостиниц и иных средств размещения. Особенности гостиничного предприятия. Понятие гостиничной услуги и гостиничного продукта. Основные и дополнительные виды гостиничных услуг. Методика разработки гостиничного продукта.

Рекомендации по оформлению и анализу бизнес-плана туристской организации. Составление инвестиционной заявки. Подготовка и оформление инвестиционной заявки. Порядок согласования и утверждения бизнес-плана. Реклама и продвижение бизнес-плана туристской организации. Продвижение в социальных сетях бизнес-плана туристского предприятия. Подготовка презентации бизнес-плана в индустрии туризма.

3. Менеджмент в индустрии туризма

Понятие и сущность менеджмента. Сущность менеджмента туристского предприятия. Общие характеристики организаций индустрии туризма. Формальная и неформальная организации. Особенности общего управления предприятием сферы туризма. Организация управления туристским комплексом за рубежом. Организация управления туристским комплексом России.

Виды, функции менеджмента и их особенность в сфере туризма. Характеристика общих функций менеджмента в туристской индустрии. Контроль и координация деятельности организаций туристской индустрии. Основные функции российского туроператора. Основные функции российского туроператора по приему иностранных туристов.

Организационные структуры управления в турфирмах. Факторы, влияющие на организационную структуру турфирмы. Название должностей работников туристской индустрии. Горизонтальное, вертикальное разделение труда на предприятиях индустрии туризма. Организационная структура сетевой многофункциональной структуры. Квалификационные требования к основным должностям работников туристской индустрии.

4. Экономика организации и предпринимательство в индустрии туризма

Структура индустрии туризма. Экономическая модель туристской организации. Функции, права и ответственность туристской организации. Роль туристского предприятия в индустрии туризма. Факторы, обуславливающие высокую популярность турфирм в мире. Туристская деятельность. Инициативные туроператоры. Рецептивные туроператоры. Главная рыночная задача турагента. Структура реестра туроператоров.

Понятие предпринимательства и его экономическая природа. История развития предпринимательства. Функции и содержание предпринимательской деятельности: маркетинговое, финансовое, общественное. Сущность культуры предпринимательства. Предпринимательская этикет и этика. Условия становления и существования института предпринимательства. Место предпринимательства в рыночной экономике.

Разработка учредительных документов турфирмы. Государственная регистрация и организационное оформление турфирмы. Выбор фирменного наименования туристского предприятия. Общие требования к названию туристского предприятия. Государственная регистрация турфирмы. Порядок включения сведений в Единый федеральный реестр туроператоров. Финансовые гарантии туроператора. Договор страхования ответственности туроператора.

Экономические условия осуществления предпринимательства в туризме, внешняя и внутренняя среда предприятия. Классификация коммерческих и некоммерческих организаций в сфере туризма. Объединения и ассоциации предприятий туристской индустрии, их задачи. Туристические предприятия как юридические лица. Организационные и государственно-правовые формы предпринимательской деятельности в сфере туризма, малые предприятия. Основы организации предпринимательской деятельности. Государственный контроль в сфере туризма.

5. Экономика международного туризма

Место туризма в структуре народного хозяйства. Экономика международного туризма как часть туристической деятельности. Экономические характеристики туризма. Состояние и перспективы развития туризма в РФ. Предмет экономики туристического рынка. Региональные аспекты туристской экономики и их значение в современных условиях.

Индустрия туризма. Индустрия гостеприимства. Туристическое ожидание и туристический опыт. Классификация туризма. Классификация туроператоров. Системный подход в определении туризма. Экономико-географический компонент туристической индустрии. Сезонность в туристическом бизнесе. Туристический рынок и его особенности.

Туристический продукт и его конкурентоспособность. Характеристика туристических услуг. Разновидности туристических продуктов. Анализ обновления туристического продукта и его качества. Туристический экспорт и импорт. Валовой туристический продукт. Туристическое потребление и использование. Эффективность реализации туристического продукта для предприятия туристической индустрии.

6. Правовые основы туристской деятельности

Законодательство РФ в сфере туризма. Конституция Российской Федерации как основной закон государства, содержащий базовые принципы прав и свобод человека и гражданина. Понятие и сущность туристского права. История туристского права. Источники туристского права. Туристские правоотношения.

Принципы, цели и способы государственного регулирования туристической деятельности. Органы, регулирующие туристскую деятельность федеральное агентство по туризму. Правовое регулирование использования и охраны туристских ресурсов. Правовое регулирование создания, обеспечения функционирования и использования объектов туристской индустрии. Правовое регулирование создания, обеспечения функционирования и использования объектов инфраструктуры туризма.

Права и обязанности туриста. Российское законодательство в области защиты прав и интересов туристов. Особенности рассмотрения жалоб туристов на ненадлежащее оказание туристских услуг. Правовой статус субъектов деятельности в сфере туризма. Юридическая ответственность за нарушения в туристской индустрии

Формальности при осуществлении путешествий. Порядок выезда (въезда) граждан РФ. Основания для временных ограничений в праве на выезд из Российской Федерации. Регулирование выезда из Российской Федерации несовершеннолетних граждан, лиц призывного возраста, военнослужащих, а также лиц, осведомленных в сведениях, составляющих государственную тайну.

Перевозка туристов воздушным транспортом. Обслуживание туристов на железнодорожном транспорте. Перевозка туристов автомобильным и водным транспортом. Общая характеристика правового регулирования гостиничной деятельности и оказания услуг общественного питания. Общая характеристика правового регулирования туристских перевозок.

7. Стандартизация, сертификация и контроль качества туристских услуг

Сущность и содержание сертификации и метрологии. Цели сертификации и метрологии. Основные задачи сертификации и метрологии. Область сертификации. Сущность обязательной и добровольной сертификации. Формы участия в системах

сертификации и соглашения по признанию. Объекты, принципы и методы сертификации. Объекты сертификации в туристской сфере.

Организационные основы Государственной метрологической службы. Задачи метрологических служб. Государственный метрологический контроль за средствами измерений. Сферы государственного метрологического контроля. Государственный метрологический надзор. Стандартные образцы состава и свойств веществ и материалов.

Правила и документы по проведению работ в области сертификации. Нормативная база деятельности по сертификации. Организационные и методические принципы нормативной базы в разных странах мира. Схемы сертификации, применяемые в России. Содержание схем сертификации. Органы сертификации. Функции и обязанности органа сертификации. Требования к персоналу органа по сертификации. Требования к фонду нормативных документов и документации.

8. Деятельность туристских агентств

Виды туристских агентств. Программа обслуживания туристов: ее неотъемлемые части и дополнительные услуги. Анализ и характеристика возможных дополнительных услуг при продаже тура в офисе и на месте отдыха. Соотношение расходов и уровня удовлетворенности туристов во время отдыха и после возвращения домой.

Виды туристских агентств. Программа обслуживания туристов: ее неотъемлемые части и дополнительные услуги. Анализ и характеристика возможных дополнительных услуг при продаже тура в офисе и на месте отдыха. Соотношение расходов и уровня удовлетворенности туристов во время отдыха и после возвращения домой.

Формирование бизнес-плана туристского агентства. Основные статьи расходов при открытии туристского агентства. Окупаемость и риски при открытии туристского агентства. Формирование эффективной команды менеджеров в туристском агентстве. Проектная деятельность в туристских агентствах. Управление туристским агентством.

9. Туроператорская деятельность

Роль и значение туроперейтинга в современной туристской индустрии. Содержание понятия "туроператор". Различия между туроператором и турагентом. Виды организаций различных сфер деятельности, работающих с туроператорами. Классификация туроператоров по виду деятельности, по месту деятельности. Инициативные и рецептивные туроператоры.

Основные функции туроператора. Задачи туроператора. Составление перспективных программ обслуживания. Взаимодействие с поставщиками услуг на туры на договорной основе. Расчёт стоимости тура и определение его цены с учетом рыночной ситуации. Рекламно-информационная деятельность при создании и продвижении туров. Контроль за надежностью и качеством обслуживания.

Роль и значение бизнес-планирования в туроператорской деятельности. Основные элементы бизнес-плана. Структура бизнес-плана. Важнейшие разделы бизнес-плана: производственный план, персонал фирмы, маркетинговый план, финансовый план. Примеры разработки бизнес-планов в туроперейтинге для различных предприятий туристской индустрии.

10. Математико-статистический анализ и прогнозирование туристской деятельности

Основные математические методы и модели в туризме и особенности их применения. Детерминированные и стохастические методы, используемые в анализе туристской деятельности. Решение задач линейного программирования при планировании в сфере туризма и гостеприимства. Этапы сетевого планирования в туристской деятельности. Применение теории игр в анализе туристской деятельности.

Понятие о статистике туризма. Правовые и организационные основы развития статистики туризма. Характер статистической информации в туризме. Методы сбора и обработки статистической информации в туризме. Источники информации о туризме.

Единицы информации в статистике туризма - семья, предприятия, учреждения. Информация гостиничного бизнеса, иммигрантских служб и полиции.

Система показателей статистики туризма. Основные подсистемы показателей в статистике туризма, их назначение и содержание. Статистическая отчетность предприятий туристской индустрии. Классификация статистического наблюдения: по форме, по виду, по способу учета факторов. Обследование домохозяйств, туристов и посетителей предприятий индустрии туризма. Методы контроля и проверки качества статистической информации. Основные индикаторы развития туризма. Показатели численности туристов. Показатели числа туристских поездок. Показатели туристского спроса. Показатели объема туристского потока. Величина туристских расходов. Показатели предложения в туризме. Материально-техническая база туризма и ее показатели. Показатели, характеризующие деятельность средств размещения. Показатели финансово-экономической деятельности туристской фирмы. Показатели международного туризма.

Статистическое исследование взаимосвязи явлений и процессов в туризме. Корреляционный анализ туристской деятельности. Регрессионный анализ туристской деятельности. Факторный анализ туристской деятельности. Индексный анализ туристской деятельности.

Теоретические, методические и организационные основы прогнозирования в туризме и сфере гостеприимства. Прогнозирование как необходимый элемент управления и принятия решений на предприятиях туризма и гостеприимства. Сущность, объект, задачи, функции и основные принципы прогнозирования в туризме и гостеприимстве. Типология и классификация прогнозов и объектов прогнозирования. Экспертные методы прогнозирования (индивидуальные и коллективные) в туризме. Роль экспертов в принятии решений в сфере туризма и гостеприимства в условиях неопределенности. Методы обработки информации, получаемой от экспертов.

Описательные характеристики динамики социально-экономических явлений в туризме. Требования, предъявляемые к исходным временным рядам и правила их построения при прогнозировании. Числовые характеристики временного ряда и возможности их применения в качестве простейших приемов прогнозирования при принятии решений в туристской деятельности. Сезонная декомпозиция и корректировка временных рядов. Аналитическое выравнивание динамических рядов туристской информации с помощью кривых роста. Адаптивные методы и их роль при прогнозировании в туризме и гостеприимстве. Проверка адекватности и точности выбранных моделей прогнозирования. Построение доверительных интервалов прогноза.

Прогнозирование туристского спроса. Прогноз показателей объема туристского потока. Прогнозирование величины туристских расходов. Показатели туристского предложения и их прогноз. Прогнозирование показателей развития материально-технической базы, издержек и затрат предприятий туризма и гостеприимства. Прогнозирование показателей, характеризующих деятельность средств размещения. Прогноз показателей финансово-экономической деятельности. Прогнозирование индивидуального туристского спроса и предложения. Туристско-рекреационное обеспечение развития туризма и его прогноз. Прогноз развития туристского бизнеса на федеральном, региональном и муниципальном уровне. Перспективы и прогноз развития международного туризма.

11. Концептуальные основы географии международного туризма

География туризма как научная дисциплина. Концепции географии туризма. Пространственные модели туристских путешествий. Модель туристских потоков между двумя пунктами (отправки и конечного назначения) П. Мариота. Пространственная модель путешествий и краткосрочных поездок с рекреационными целями С.К. Кемпбелла. Модель зависимости спроса от дальности путешествия М. Клаусона. Полидестинационная модель путешествий. Модель восприятия и освоения туристского пространства Ж.М. Миосека. Модели туристских прибытий-отбытий. Модель спроса-предложения для внутреннего и

международного туризма Ж.М. Турота. Концептуальная модель туристского дестинационного пространства Ж.О.Ж. Лундгрена. Модель туристской урбанизации Д.Ж. Пирса. Структурные модели туризма. Структурная модель туризма С.Ж. Бритона. Пространственные модели развития туризма. Идеи С.С. Плога о связи стадии развития дестинации с психографическими характеристиками основного контингента посетителей. Модель жизненного цикла туристского центра Р.В. Батлера. Модель временного и пространственного развития приморского туризма Е. Гормсена. Динамическая модель территориальной организации туристской деятельности Ж.М. Миосека. Модель формирования туристского пространства в развивающихся странах М. Оппермана. Концепция территориальной рекреационной системы В.С. Преображенского. Концепция поляризованного ландшафта Б.Б. Родомана. Концепция территориального рекреационно-хозяйственного комплекса (рекреационного района). Графическая "средовая" (адаптационная) модель рекреационной системы.

Общая характеристика мирового туристского рынка. Концепция пространственной поляризации мирового рынка. Туризм в процессе общественного разделения труда. Туризм и отраслевое разделение труда. Туризм и географическое разделение труда. Институциональное устройство мирового туристского рынка. Пространственная структура мирового туристского рынка. Циклическое развитие мирового туризма.

12. География туристских регионов и центров мира

География туристских регионов и центров мира как научная дисциплина. Общая характеристика мирового туристского рынка. Концепция пространственной поляризации мирового рынка. Туризм в процессе общественного разделения труда. Туризм и отраслевое разделение труда. Туризм и географическое разделение труда. Институциональное устройство мирового туристского рынка. Пространственная структура мирового туристского рынка. Циклическое развитие мирового туризма.

Общая характеристика мирового туристского рынка. Образование современных туристских макрорегионов мира: Европейский, Американский, Азиатско-Тихоокеанский, Африканский, Южно-Азиатский, Ближне-Восточный. Динамика международного туризма по регионам мира. Территориальные современные изменения. Структурные изменения туристских потоков.

Основные факторы, условия формирования и развития туристского региона. Характеристика внешних факторов (экономические, политические, социальные). Характер воздействия внутренних факторов (материально-технический, сегментация рынка, информационный, образовательный). Характеристика статичных (природно-климатические, культурно-исторические) и динамичных (политические, социально-демографические, финансово-экономические). Классификация факторов на экстенсивные (численность населения, развитие туристской инфраструктуры), интенсивные (профессиональная квалификация, совершенствование материально-технической базы) и сдерживающие (кризисы, милитаризация, нестабильность, неблагоприятная экологическая среда, ужесточение туристских формальностей).

Роль ТНК в международном туризме и гостиничном хозяйстве. Их влияние на экономику отдельных государств. Роль государства на рынке услуг. Процессы глобализации в мировом туризме и их влияние на распределение туристских потоков между регионами. Современные структурные изменения туристских потоков по отдельным странам и регионам.

13. Россия в международном туризме

Методы исследований, используемые в курсе. Роль туризма в современном мире. Туристское районирование. Прикладное значение результатов, полученных при решении задач туристского районирования. Оценка места и роли России в международном туризме. Основная особенность сосредоточение памятников культуры и истории в центральном регионе страны. Причина более раннее заселение человеком, более древняя история освоения, большая плотность населения.

Классификация туристских ресурсов. Культурное наследие, материальные и нематериальные произведения, выражающие творчество народа, его язык, обычаи и пр. Нематериальное достояние, фольклор, промыслы, народные фестивали, религиозные ритуалы и пр. Культурно-исторические ресурсы, археологические памятники, сохранившиеся этнические особенности, храмы, монастыри, памятники истории и культуры, места жизни и деятельности выдающихся людей. Этнологические ресурсы сохранные этнические особенности коренного населения, народное зодчество, одежда, украшения и пр. Города туристские центры. Условия их формирования. Исторические города. Национальные парки и особо охраняемые территории культурно-исторические ресурсы. Понятие плотности предельной насыщенности территории культурно-историческими объектами (критическая плотность). Ранжирование культурно-исторических ресурсов (местного, районного, регионального, национального и всемирного значения). Национальное достояние понятие, типология. Объекты всемирного наследия ЮНЕСКО. Цели организации. Культурное и природное наследие. Критерии включения объектов в список ЮНЕСКО. Объекты, находящиеся на территории России и внесенные в Список всемирного наследия (природные, культурные).

Туристско-рекреационное районирование России. Туристская привлекательность региона. Объективность, многоаспектность, иерархичность основные принципы районирования территории. Основные факторы при рекреационном районировании структура рекреационных функций, степень рекреационной освоенности, степень открытости региона, перспективы освоения.

Причина более раннее заселение человеком, более древняя история освоения, большая плотность населения. Москва, Московская, Владимирская, Тверская области, Санкт-Петербург исторические центры. Удобное положение по отношению к Европе большая доля иностранных туристов.

Туристские зоны России: Европейский Север, Центр, Юг, Сибирь и Дальний Восток России. Туристские районы России: Западный, Северо-Западный район, Центральный район, Южно-Русский район, Поволжье, Уральский район, Приазовье, Причерноморье, Кавказский район, Обско-Алтайский район, Енисейский район, Байкальский район, Дальний Восток, Российский Север (Азия), Российский Север (Европа). Основные черты ЭГП. Хозяйственная оценка природных. Основные черты ЭГП. Хозяйственная оценка природных условий и ресурсов. Основные черты воспроизводства, структуры и размещения населения. Общая характеристика хозяйства. Основные черты размещения промышленности. Основные черты размещения сельского хозяйства. Основные черты географии транспорта. Главные туристские центры. Роль и география туристских потоков. Общий вывод: перспективы развития.

14. Маркетинговые исследования мирового туристского рынка

Определение маркетингового исследования туристского рынка. Виды маркетинговых исследований: качественные и количественные; разведочные, описательные, экспериментальные и казуальные. Исследования туристского продукта, рынка туристских услуг, конкурентов туристских организаций, потребителей туристских услуг.

Выявление проблем и формулирование целей исследования туристского рынка. Отбор источников информации. Сбор информации. Анализ собранной информации. Представление полученных результатов. Роль и значение разбиения маркетинговых исследований на этапы для повышения эффективности их проведения в современных условиях

Виды данных. Первичные и вторичные данные. Определение методов сбора первичных данных: наблюдение, эксперимент, опрос. Прямое и не прямое наблюдение. Полевые и кабинетные исследования. Панельный метод опроса. Выбор орудий исследования: анкеты и механические устройства. Составление плана выборки. Определение способов связи с целевой аудиторией.

Роль и значение опроса при проведении маркетинговых исследований. Преимущества методов опроса. Достоинства и недостатки 3 главных методов интервьюирования: по почте, по телефону, личное интервью. Виды опросов. Особенности панельный опроса и трудности, возникающие при его проведении

Роль наблюдения при проведении маркетинговых исследований. Прямое и косвенное наблюдение. Открытое и скрытое наблюдение. Структурированное и неструктурированное наблюдение. Наблюдение, осуществляемое с помощью человека или с помощью механических средств.

Понятие эксперимента. Роль экспериментов в проведении маркетинговых исследований туристского рынка. Основные типы экспериментов: лабораторные и полевые. Особенности проведения полевых и лабораторных экспериментов в индустрии туризма в современных условиях в России и за рубежом.

Понятие выборки, её репрезентативность. Особенности составления выборки в зависимости от объекта исследования на туристском рынке. Разработка плана составления выборки: кого опрашивать, какое количество людей необходимо опросить, каким образом отбирать членов выборки. Классификация выборки: вероятностная выборка и неслучайная выборка.

15. Разработка и проектирование туристского продукта

Понятие проекта в сфере туризма. Понятие рекреации в отечественной и зарубежной литературе. Цели и задачи туристско-рекреационного проекта. Особенности туристско-рекреационных проектов. Структура туристско-рекреационного проекта и ее основные составляющие. Параметры успешного управления туристскими проектами.

Туристско-рекреационное проектирование в системе разработки и реализации международной туристской политики. Структура и содержание региональной программы поддержки и развития туристского региона. Возможность налаживания каналов сбыта туристского продукта на региональном, российском и международном туристских рынках.

16. Управление проектами в индустрии туризма

Базовые элементы управления туристским проектом. Классификация туристских проектов. Матрица целей и методов проектной деятельности. Определение понятий "портфель" и "программа". Необходимость создания и управления туристскими проектами. Определение понятия "жизненный цикл туристского проекта". Двухфазная структура жизненного цикла туристского проекта. Четырехфазная структура жизненного цикла туристского проекта. Пятифазная структура жизненного цикла туристского проекта. Десятифазная структура жизненного цикла туристского проекта. Объединенная схема различных взглядов на жизненный цикл туристского проекта.

Управление материально-техническим обеспечением туристского проекта. Управление коммуникациями туристского проекта. Управление персоналом туристского проекта. Определение понятия "управление стоимостью туристского проекта". Виды оценок стоимости туристского проекта. Определение понятия "бюджетирование". Виды бюджетов. Оценка выполнения бюджета. Определение понятия "управление качеством туристского проекта". Четыре ключевых аспекта качества. Три группы процессов управления качеством туристского проекта.

2.2. Содержание мотивационного письма

В процессе написания мотивационного письма абитуриент должен продемонстрировать свою мотивированность и потенциал обучения на магистерской программе.

Мотивированность на обучение:

- способность абитуриента обозначить цели личного и профессионального развития;
- способность проанализировать дефицит собственных компетенций;

- способность продемонстрировать понимание особенностей выбранной магистерской программы, ее роли в восполнении дефицита компетенций и достижении целей профессионального развития.

Потенциал обучения на магистерской программе:

- способность сформулировать проблему, которая будет исследоваться в выпускной квалификационной работе магистранта;
- способность обосновать, почему данная проблема достойна исследования, и кому интересно решение этой проблемы с практической точки зрения.

2.3. Содержание портфолио

- (квалификации), диплома о профессиональной переподготовке
- Скан-копия удостоверения о повышении квалификации
- Скан-копии сертификатов о прохождении онлайн курсов по смежным профилям, сертификатов о прохождении профессиональных стажировок по смежным профилям, подтвержденные профессиональными ассоциациями, сертификатов об участии в научно-образовательных школах по смежным профилям
- Скан - копии дипломов, сертификатов, подтверждающих признание студента победителем или призером проводимых учреждением высшего образования олимпиады, конкурса, соревнования, состязания международного/всероссийского уровня, направленных на выявление учебных достижений обучающихся. Учитываются только 1,2,3 места, занятые в вышеуказанных мероприятиях за период обучения в вузе.
- Скан - копии дипломов, сертификатов, подтверждающих признание студента победителем или призером проводимых учреждением высшего образования научных и научно-практических конференций международного/всероссийского уровня. Учитываются только 1,2,3 места, занятые в вышеуказанных мероприятиях за период обучения в вузе.
- Скан-копия рекомендации Председателя ГЭК по направлению поступления в магистратуру, подписанная им лично / выписка из протокола заседания ГЭК, подписанная председателем / скан-копия протокола ГЭК.
- Скан - копии опубликованных научных и научно-практических работ в период обучения в вузе, включая титульную страницу сборника и содержание;
- Скан-копия договора с РФФИ, РНФ, подтверждающего участие в проектной и грантовой деятельности;
- Скан-копия договора с предприятиями - заказчиками (организациями), в случае участие в хозяйственной деятельности по направлению подготовки.
- Скан-копия договора об участии в проекте.
- Скан - копии документов, подтверждающие участие в организации и проведении социально ориентированной, общественной деятельности в период обучения в вузе (шефская помощь, благотворительные акции и иные подобные формы мероприятий)
- Скан - копии документов, подтверждающие наличие награды (приза) за результаты культурно - творческой деятельности международного, всероссийского мероприятия. Учитываются только 1,2,3 места, занятые в данных мероприятиях в период обучения в вузе, а также статусы победителя и призера.
- Скан - копии документов, подтверждающие наличие награды (приза) за результаты спортивной деятельности, осуществленной им в рамках спортивных международных, всероссийских мероприятий в период обучения в вузе. Учитываются только 1,2,3 места, занятые в данных мероприятиях в период обучения в вузе, а также статусы победителя и призера.

- Скан - копии трудовой книжки/трудового договора, подтверждающие стаж работы не менее 6-ти месяцев по направлению поступления в магистратуру.
- Скан-копии документов, подтверждающих получение абитуриентом именных стипендий (от министерств, ведомств, фондов, частных компаний), назначенных абитуриенту в процессе предыдущего обучения (справка из деканата вуза, справка от руководителя организации, скан-копия приказа или иного документа о назначении стипендии)
- Скан-копии документов, подтверждающих статус победителя конкурса “Студенческий стартап”

Раздел III. Фонд оценочных средств

3.1. Инструкция по выполнению работ

Тестирование.

В случае прохождения тестирования в очном формате, оно выполняется на бумажном носителе путем выбора правильного ответа на каждый из 50 вопросов множественного выбора, представленных в тесте. Время и место проведения очного тестирования указывается в расписании вступительных испытаний.

В случае прохождения тестирования в дистанционном формате, абитуриент проходит тестирование на платформе КФУ с использованием системы прокторинга через личный кабинет абитуриента. Количество вопросов – 50.

Формат представления мотивационного письма:

1. Напечатать в Microsoft Word;
2. Сохранить файл в формате pdf с названием: “ФИО абитуриента_направление_мотив.письмо” (пример: Иванов И.И._Экономика_мотив.письмо);
3. Отправить на электронную почту: iuef_magistry@kpfu.ru. Прием мотивационных писем начинается с даты подачи документов в приемную комиссию и заканчивается за 3 дня до проведения вступительного испытания (Часть 1 Тестирование) по установленному расписанию. Например, если в расписании вступительных испытаний указана дата 1 августа, то прием мотивационных писем прекращается 29 июля. Тема письма дублирует название файла.
4. Объем текста мотивационного письма: не более 4 тыс.знаков с пробелами, Times New Roman, 14 шрифт, полуторный межстрочный интервал.

Формат представления портфолио:

1. Отсканировать все документы в pdf – формате;
2. Создать лист “Содержание портфолио” по разделам:
 Учебная деятельность
 Научная деятельность
 Общественная, культурно – творческая и спортивная деятельность
 Дополнительные навыки
 Для каждого раздела указать соответствующие страницы
3. Объединить все документы в единый pdf-файл согласно содержанию;
4. Сохранить файл с названием: ФИО абитуриента_направление_портфолио (пример: Иванов И.И._Экономика_портфолио);
5. Отправить на электронную почту: iuef_magistry@kpfu.ru. Прием портфолио начинается с даты подачи документов в приемную комиссию и заканчивается за 3 дня до

даты проведения вступительного испытания (Часть 1 Тестирование) по установленному расписанию. Например, если в расписании вступительных испытаний указана дата 1 августа, то прием мотивационных писем и портфолио прекращается 29 июля. Тема письма дублирует название файла.

Ответственность за достоверность информации, представленной в портфолио, несет абитуриент, поступающий в магистратуру.

Критерии оценки результатов тестирования

Количество вопросов в тесте - 50.

Каждое задание в тесте оценивается в 1 балл.

Максимальное количество баллов – 50 баллов.

Критерии оценки мотивационного письма

Максимальное количество баллов – 20.

Критерии оценки мотивационного письма	Максимум баллов
Мотивированность на обучение: • способность абитуриента обозначить цели личного и профессионального развития; • способность проанализировать дефицит собственных компетенций; • способность продемонстрировать понимание особенностей выбранной магистерской программы, ее роли в восполнении дефицита компетенций и достижении целей профессионального развития.	до 9 баллов, из них: до 3 баллов до 3 баллов до 3 баллов
Потенциал обучения на магистерской программе: • способность сформулировать проблему, которая будет исследоваться в выпускной квалификационной работе магистранта; • способность обосновать, почему данная проблема достойна исследования, и кому интересно решение этой проблемы с практической точки зрения;	до 5 баллов, из них: до 2 баллов до 3 баллов
Способность последовательно и аргументировано излагать точку зрения, ясно и кратко излагать и формулировать мысли	до 2 баллов
Владение терминологическим аппаратом при выражении собственного мнения	до 2 баллов
Лексическая и стилистическая грамотность ответов	до 2 баллов

Критерии оценки портфолио:

Максимальное количество баллов – 30

Учебная деятельность:

Критерии оценки портфолио	Баллы	Подтверждающий документ
----------------------------------	--------------	--------------------------------

Диплом с отличием • имеется; • не имеется.	2 0	Скан - копия диплома о высшем образовании и приложения к диплому.
Диплом о дополнительном профессиональном образовании (квалификации), диплом о профессиональной переподготовке	4	Скан - копии дипломов. Наличие двух и более дипломов о профессиональном образовании, профессиональной переподготовке не увеличивает количество баллов по данному критерию.
Удостоверение о повышении квалификации	2	Скан - копии удостоверений. Наличие двух и более удостоверений о повышении квалификации не увеличивает количество баллов по данному критерию.
Сертификат о прохождении онлайн курсов по смежным профилям, сертификат о прохождении профессиональных стажировок по смежным профилям, подтвержденный профессиональными ассоциациями, сертификат об участии в научно-образовательных школах по смежным профилям	1	Скан - копии сертификатов. Каждый сертификат о прохождении онлайн курсов по смежным профилям, сертификат о прохождении профессиональных стажировок по смежным профилям, подтвержденный профессиональными ассоциациями, сертификат об участии в научно-образовательных школах по смежным профилям оценивается в 1 балл, общее количество баллов по данному критерию - не более 3.
Признание абитуриента победителем или призером проводимых учреждением высшего образования олимпиады, конкурса, соревнования, состязания международного/всероссийского уровня, направленных на выявление учебных достижений студентов: • 1 место (международный статус мероприятия); • 2 место (международный статус мероприятия); • 3 место (международный статус мероприятия); • 1 место (всероссийский статус мероприятия); • 2 место (всероссийский статус мероприятия); • 3 место (всероссийский статус мероприятия).	8 7 6 5 4 3	Скан - копии дипломов, сертификатов, подтверждающих признание студента победителем или призером проводимых учреждением высшего образования олимпиады, конкурса, соревнования, состязания международного/всероссийского уровня, направленных на выявление учебных достижений обучающихся. Учитываются только 1,2,3 места, занятые в вышеуказанных мероприятиях за период обучения в вузе. Региональный уровень мероприятий в данном критерии не учитывается (наличие двух и более достижений по одному отдельному критерию не увеличивает количество баллов).
Рекомендация Председателя ГЭК по направлению поступления в магистратуру:		Скан-копия рекомендация председателя ГЭК, подписанная им лично/выписки из протокола заседания

● имеется;	1	ГЭК, подписанная председателем / скан-копия протокола ГЭК
● не имеется.	0	

Научная деятельность:

Критерии	Баллы	Подтверждающий документ
Опубликованные за период обучения в вузе научных и научно-практические работы: ● статьи в зарубежных изданиях, входящих в международные системы цитирования Web of Science или Scopus; ● статьи в российских периодических изданиях из перечня ВАК; ● статьи и тезисы в прочих изданиях.	12 8 4	Скан - копии опубликованных научных и научно-практических работ в период обучения в вузе, включая обложку сборника и содержание (баллы по отдельным критериям внутри научной деятельности суммируются, наличие двух и более достижений по одному отдельному критерию не увеличивает количество баллов)
Опыт исследовательской деятельности: ● участие в грантах РФФИ и РНФ; ● участие в хоздоговорной деятельности по направлению подготовки; ● участие в проектной деятельности по направлению подготовки.	3 3 3	● Скан - копия договора с РФФИ, РНФ, подтверждающего участие в проектной и грантовой деятельности; ● Скан - копия договора с предприятиями - заказчиками (организациями); ● Скан - копия договора об участии в проекте. Наличие двух и более достижений по одному критерию не увеличивает количество баллов.
Признание абитуриента победителем или призером проводимых учреждением высшего образования научных или научно-практических конференций международного /всероссийского уровня ● 1 место (международный статус мероприятия); ● 2 место (международный статус мероприятия); ● 3 место (международный статус мероприятия); ● 1 место (всероссийский статус мероприятия); ● 2 место (всероссийский статус мероприятия); ● 3 место (всероссийский статус мероприятия).	6 5 4 3 2 1	Скан - копии дипломов, сертификатов, подтверждающих признание студента победителем или призером проводимых учреждением высшего образования научных и научно-практических конференций международного /всероссийского уровня. Учитываются только 1,2,3 места, занятые в вышеуказанных мероприятиях за период обучения в вузе. Наличие двух и более достижений по одному критерию не увеличивает количество баллов.

Общественная, культурно – творческая и спортивная деятельность:

Критерии	Баллы	Подтверждающий документ
Участие в организации и проведении социально ориентированной, общественной деятельности (шефская помощь, благотворительные акции и иные подобные формы мероприятий): • имеется; • не имеется.	1 0	Скан - копии документов, подтверждающих участие в организации и проведении социально ориентированной, общественной деятельности в период обучения в вузе (шефская помощь, благотворительные акции и иные подобные формы мероприятий), наличие двух и более достижений по одному отдельному критерию не увеличивает количество баллов.
Награда (приз) за результаты культурно-творческой деятельности международного, всероссийского мероприятия: • 1 место (международный уровень мероприятия); • 2 место (международный уровень мероприятия); • 3 место (международный уровень мероприятия); • 1 место (российский уровень мероприятия); • 2 место (российский уровень мероприятия); • 3 место (российский уровень мероприятия).	3 2,5 2 1,5 1 0,5	Скан - копии документов, подтверждающих наличие награды (приза) за результаты культурно - творческой деятельности международного, всероссийского мероприятия. Учитываются только 1,2,3 места, занятые в данных мероприятиях в период обучения в вузе (наличие двух и более достижений по одному отдельному критерию не увеличивает количество баллов)
Награда (приз) за результаты спортивной деятельности, осуществленной им в рамках спортивных международных, всероссийских мероприятий: • 1 место (международный уровень мероприятия); • 2 место (международный уровень мероприятия); • 3 место (международный уровень мероприятия); • 1 место (российский уровень мероприятия); • 2 место (российский уровень мероприятия); • 3 место (российский уровень мероприятия).	3 2,5 2 1,5 1 0,5	Скан - копии документов, подтверждающих наличие награды (приза) за результаты спортивной деятельности, осуществленной им в рамках спортивных международных, всероссийских мероприятий в период обучения в вузе. Учитываются только 1,2,3 места, занятые в данных мероприятиях в период обучения в вузе (наличие двух и более достижений по одному отдельному критерию не увеличивает количество баллов)

Дополнительные навыки:

Критерии	Баллы	Подтверждающий документ
Документ, подтверждающий стаж работы не менее 6-ти месяцев по направлению поступления в магистратуру: • имеется; • не имеется.	4 0	скан - копии трудовой книжки/трудового договора, подтверждающие стаж работы не менее 6-ти месяцев по направлению поступления в магистратуру
Получение абитуриентом именных стипендий (от министерств, ведомств, фондов, частных компаний), назначенных абитуриенту в процессе предыдущего обучения • имеется; • не имеется.	3 0	Скан-копии документов, подтверждающих получение абитуриентом именных стипендий (от министерств, ведомств, фондов, частных компаний), назначенных абитуриенту в процессе предыдущего обучения (справка из деканата вуза, справка от руководителя организации, скан-копия приказа или иного документа о назначении стипендии), наличие двух и более достижений по одному отдельному критерию не увеличивает количество баллов
Признание абитуриента победителем конкурса “Студенческий стартап” за годы, предшествующие поступлению в магистратуру • имеется; • не имеется.	3 0	Скан-копии документов, подтверждающие статус победителя конкурса (наличие двух и более достижений по одному отдельному критерию не увеличивает количество баллов)

При равенстве суммы конкурсных баллов более высокое место в списке занимают поступающие, имеющие более высокий средний балл по представленному диплому о предыдущем образовании.

Средний балл рассчитывается на основании оценок, входящих в приложение к диплому:

- число отличных оценок умножить на 5;
- число хороших оценок умножить на 4;
- число удовлетворительных оценок умножить на 3;
- сложить полученные произведения;
- полученную сумму разделить на число оценок.

3.2. Образцы заданий вступительных испытаний

ПРИМЕР ТЕСТОВОГО ЗАДАНИЯ

Вопрос 1. Кто такой экскурсант?

- а) временный посетитель, находящийся в стране посещения не более 24 часов
- б) временный посетитель, находящийся в стране посещения более 24 часов
- в) лицо, посещающие любую страну с любой целью, кроме занятия профессиональной деятельностью
- г) лицо, посещающее любую страну с любой целью, кроме занятий профессиональной деятельностью, вознаграждаемой в стране посещения на срок не более 24 часов

Вопрос 2. Какая организация является производителем комплекса туристских услуг?

- а) авиакомпания
- б) турагентство
- в) экскурсионное бюро
- г) туроператор

Вопрос 3. Какая наука изучает и анализирует экономические отношения, возникающие в процессе производства, распределения и потребления туристских продуктов и услуг, предназначенных для удовлетворения потребностей и желаний путешественников?

- а) экономика туризма
- б) рекреационная география
- в) история туризма
- г) туристская статистика

Вопрос 4. Как называется система отношений, связывающих производителей и потребителей туристского продукта?

- а) туристский рынок
- б) туристская дестинация
- в) туристские агентства
- г) туристская инфраструктура

Вопрос 5. К чему относятся природные, исторические, социально-культурные объекты, способные удовлетворить духовные потребности туристов, содействовать восстановлению и укреплению их физических сил?

- а) к туристскому предложению
- б) к туристским ресурсам
- в) к туристскому спросу
- г) к туристской инфраструктуре

Вопрос 6. К чему приведут попытки установить цену на товар выше конкурентного равновесного уровня?

- а) к увеличению объема продаж этого товара
- б) к появлению излишка товара и затруднению его сбыта
- в) к появлению дефицита возросшего в цене товара
- г) к возникновению ажиотажа среди покупателей за право купить товар

Вопрос 7. Какие фазы жизненного цикла организации выделяют в индустрии туризма?

- а) создание, становление, развитие, возрождение
- б) рождение, зрелость
- в) рождение, детство, юность, зрелость, старение, возрождение
- г) рождение, зрелость, развитие

Вопрос 8. С какой целью осуществляется делегирование полномочий руководителя туристской организации другим членам группы?

- а) для оптимального решения комплексной задачи

- б) для сохранения "группового" стиля работы
- в) для проверки квалификации рабочих
- г) все перечисленное

Вопрос 9. Руководители какого уровня имеют реальное влияние при управлении туристской организации по целям?

- а) среднего уровня
- б) низшего уровня
- в) высшего уровня
- г) среднего и высшего уровня.

Вопрос 10. Какой вид организационной структуры в индустрии туризма является наиболее распространенной?

- а) линейно-функциональная
- б) дивизиональная
- в) проектно-целевая
- г) матричная.

Вопрос 11. Какая организационная структура в индустрии туризма характеризуется наибольшей гибкостью?

- а) линейная
- б) функциональная
- в) дивизиональная
- г) матричная.

Вопрос 12. Что предполагает право собственности туристской компании?

- а) право владения объектом собственности
- б) право распоряжения и использования объектов
- в) право владения, распоряжения и использования объектов собственности в целях и пределах, установленных законодательством
- г) все перечисленное

Вопрос 13. В каких случаях туристская компания признается банкротом?

- а) резкое ухудшение финансового положения
- б) после достижения конкретной единовременной цели
- в) неспособность удовлетворить за счет результатов своих текущих операций имущественные и денежные претензии кредиторов
- г) все перечисленное

Вопрос 14. Какие заемные средства могут использоваться туристской компанией длительное время?

- а) кредиторская задолженность поставщикам
- б) прочие краткосрочные обязательства
- в) долгосрочные кредиты банков
- г) кредиторская задолженность поставщикам и прочие краткосрочные обязательства

Вопрос 15. Что такое деятельность по стандартизации на национальном уровне?

- а) распространение действий национального стандарта на мировой рынок
- б) действие стандартов в пределах одного государства
- в) действие стандартов в государствах одного географического региона
- г) распространение действий национального стандарта на внутренний рынок

Вопрос 16. Что является целью международной стандартизации?

- а) устранение технических барьеров в торговле
- б) привлечение предприятий (организаций) к обязательному участию в стандартизации
- в) упразднение национальных стандартов
- г) упрощение оформления двухсторонних договоров

Вопрос 17. В каком нормативном документе приведен полный перечень существенных условий договора на туристское обслуживание?

- а) в Гражданском кодексе РФ

- б) в Федеральном законе «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»
- в) в Законе РФ «О защите прав потребителей»
- г) в Федеральном законе «О техническом регулировании»

Вопрос 18. Что является эффективным средством обеспечения качества и безопасности услуг в индустрии туризма?

- а) тесное взаимодействие потребителей и персонала исполнителей в процессе оказания услуги
- б) стандартизация и классификация объектов туристской индустрии
- в) уровень квалификации обслуживающего персонала
- г) правила классификации мест размещения туристов

Вопрос 19. Какое определение соответствует понятию «сертификация» (в соответствии с Федеральным законом «О техническом регулировании»)?

- а) документ, удостоверяющий соответствие объекта требованиям технических регламентов, положениям стандартов или условиям договоров
- б) установление тождественности характеристик продукции ее существенным признакам
- в) форма осуществляемого органом по сертификации подтверждения соответствия объектов требованиям технических регламентов, положениям стандартов или условиям договоров
- г) контроль (надзор) за соблюдением требований технических регламентов

Вопрос 20. Какие факторы способствуют развитию материально-технической базы туризма, внедрению новых технических достижений и информационных технологий?

- а) демографические
- б) экономико-географические
- в) историко-культурные
- г) физико-географические

Вопрос 21. Как называется степень рекреационного влияния туристов на туристско-рекреационные комплексы и объекты?

- а) рекреационная емкость
- б) рекреационная освоенность
- в) рекреационная оценка
- г) рекреационная нагрузка

Вопрос 22. Как называется устойчивая комбинация повторяющихся рекреационных занятий за определенный отрезок времени?

- а) элементарное рекреационное занятие
- б) цикл рекреационной деятельности
- в) цикл рекреации
- г) время рекреации

Вопрос 23. Что относится к источникам внешней вторичной информации туристических фирм?

- а) данные ABC-анализа, SWOT – анализа, информация сети торговых корреспондентов
- б) официальные отчеты фирм, специальные издания, Интернет, данные государственной статистики
- в) данные опросов, результаты наблюдений, экспериментов
- г) информация из внешних источников или собственная информация, первоначально полученная с другими целями

Вопрос 24. К какой категории относится маркетинг туристских территорий?

- а) коммерческого маркетинга
- б) некоммерческого маркетинга
- в) рекреационного маркетинга
- г) к системе собственных маркетинговых исследований

Вопрос 25. С какой целью проводится маркетинг территорий в туризме?

- а) активация делового сотрудничества в отрасли
- б) оценка потенциала территории

- в) согласование тарифов и налогов в туристской отрасли
- г) выявление неудовлетворенных потребностей с помощью продукта фирмы

Вопрос 26. В каком случае возникает необходимость проведения маркетинговых исследований?

- а) в случае, когда выявлено, что комплекс маркетинга не соответствует рыночным условиям
- б) при наличии необходимой информации, но невозможности ее применения
- в) отсутствии необходимых ресурсов для проведения исследований
- г) в случае утраты актуальности имеющейся информации

Вопрос 27. Что представляет собой статистический анализ в маркетинговом исследовании?

- а) обработка цифровых данных с целью получения маркетинговых характеристик
- б) составление выводов на базе количественного исследования рыночных процессов, который осуществлен при помощи специфических статистических методов
- в) использование корреляционно-регрессионного метода с целью выявления причинно-следственных связей
- г) использование качественных оценок, отказ от использования математического аппарата

Вопрос 28. Бизнес-план – это:

- а) организация системы, включающая снабжение, производство, хранение, транспортировку и распределение продукции с максимальной прибылью
- б) необходимый инструмент проектно-инвестиционных решений в соответствии с потребностями рынка и сложившейся ситуацией
- в) социальный и управленческий процесс, с помощью которого отдельные лица или группа лиц удовлетворяют свои нужды и потребности посредством создания товара и взаимобмена им
- г) форма коммуникации, которая пытается перевести качество товаров, услуг и идей на язык нужд и запросов потребителей

Вопрос 29. Бизнес-план имеет следующие два направления:

- а) внутреннее и внешнее
- б) долгосрочное и краткосрочное
- в) стратегическое и тактическое
- г) техническое и экономическое

Вопрос 30. Принцип бизнес-планирования – непрерывность, предполагает:

- а) постоянную адаптацию к изменению среды, в которой функционирует данное предприятие
- б) координацию и интеграцию усилий (все должно быть взаимоувязано и взаимозависимо)
- в) «скользящий» характер планирования
- г) адекватность отражения реальных проблем и самооценки в процессе планирования

Вопрос 31. Что из нижеперечисленного не относится к основным принципам экотуризма?

- а) расширение кругозора, развитие физических способностей человека
- б) содействие охране природы и местной социокультурной среды
- в) экологическое образование и просвещение
- г) экономическая эффективность и вклад в устойчивое развитие посещаемых регионов

Вопрос 32. Каковы основные аспекты подбора поставщика услуги в индустрии туризма?

- а) качество услуг, репутация партнера, соответствие уровня и типа всех услуг социальному сегменту потребителей и виду туризма
- б) составление договорной документации, правоспособность
- в) тур с набором услуг по желанию потребителя.
- г) способность выполнять свои обязанности по договору

Вопрос 33. Что такое «реализация туристского продукта» в индустрии туризма?

- а) деятельность туроператора по оказанию туристу услуг в соответствии с договором о реализации туристского продукта
- б) деятельность турагента по информированию туриста о потребительских свойствах туристского продукта
- в) деятельность туроператора или турагента по заключению договора о реализации туристского продукта с туристом
- г) деятельность местных властей по приему туристов

Вопрос 34. Какие факторы влияют на деятельность мировых туристских агентств?

- а) сезонность
- б) состояние экономики
- в) состояние инфраструктуры
- г) экономические связи

Вопрос 35. Что не рассматривает сфера проектного управления в индустрии туризма?

- а) качество предоставляемого продукта
- б) стоимость, время проекта
- в) обоснование инвестиций
- г) риски

Вопрос 36. Что такое «жизненный цикл туристского проекта» в индустрии туризма?

- а) стадия реализации проекта
- б) стадия проектирования проекта
- в) временной промежуток между моментом обоснования инвестиций и моментом, когда они окупятся
- г) временной промежуток между моментом появления, зарождения проекта и моментом его ликвидации, завершения

Вопрос 37. К каким методам сводится структуризация туристского проекта?

- а) горизонтальное и вертикальное планирование
- б) горизонтальное планирование и планирование «сверху-вниз»
- в) вертикальное планирование и планирование «снизу-вверх»
- г) планирование «сверху-вниз» и «снизу-вверх»

Вопрос 38. Что не включает в себя предмет правового регулирования?:

- а) отношения по обмену материальными ценностями
- б) отношения поведенческие, за которыми можно осуществлять внешний контроль
- в) отношения по обеспечению безопасности и правопорядка
- г) отношения по обмену нематериальными ценностями

Вопрос 39. Что такое правовое регулирование туризма?

- а) группа отношений, которые складываются между людьми, их коллективами и органами государства по поводу предотвращения, прекращения действия угроз жизни и здоровью людей
- б) общественные отношения, которые складываются в процессе подготовки туристами путешествий
- в) воздействие на поведение и деятельность участников с целью установления правовых основ единого туристского рынка, защиты прав и свобод человека и гражданина в области туризма
- г) совершения туристами путешествий, оказания им разнообразных услуг

Вопрос 40. В каком из методов прогнозирования туристского потока учитывается сезонная компонента?

- а) метод Хольта
- б) метод адаптивного сглаживания Брауна
- в) метод Хольта-Муира
- г) метод Хольта-Винтерса

Вопрос 41. Какой период упреждения соответствует краткосрочному прогнозу в туризме?

- а) менее 1 года
- б) от 1 года до 5 лет
- в) от 5 лет до 10 лет
- г) более 10 лет

Вопрос 42. Инновационные бизнес-проекты классифицируются следующим образом:

- а) социальные, организационные, коммерческие
- б) технические, коммерческие, социальные
- в) экономические, социальные, организационные
- г) нет верного варианта

Вопрос 43. В каком разделе бизнес-плана рассматривается рекламная деятельность предприятия?

- а) план производства
- б) описание предприятия и отрасли
- в) план маркетинга
- г) организационный план

Вопрос 44. Гибкость бизнес-планирования – это:

- а) цель бизнес-плана
- б) принцип бизнес-планирования
- в) внешняя функция бизнес-плана
- г) внутренняя функция бизнес-плана

Вопрос 45. Какие основные цели преследуются при разработке бизнес-плана:

- а) привлечение партнеров и получение кредитов
- б) создание стратегических союзов
- в) заключение контрактов и получение крупных заказов
- г) уточнение предпринимательской идеи

Вопрос 46. Какой из прогнозов туристского потока, найденных с использованием кривых роста, является наилучшим?

- а) на основе полинома второй степени, $MAPE=12,4\%$
- б) на основе полулогарифмической кривой, $MAPE=6,8\%$
- в) на основе логарифмической параболы, $MAPE=15,1\%$
- г) на основе степенной функции, $MAPE=10,4\%$

Вопрос 47. Для какой группы туристов, согласно модели С.К. Кемпбелла, самоцелью является отдых как таковой?

- а) «отдыхающих»
- б) «отдыхающих путешественников»
- в) «путешественников»
- г) «экскурсантов»

Вопрос 48. К какому типу личности относятся туристы, не склонные рисковать, беспокоящиеся по мелочам, предпочитающие традиционные виды развлечений и отдыха?

- а) психоцентрикам
- б) среднецентрикам
- в) аллоцентрикам
- г) эксцентрикам

Вопрос 49. Кто разработал российскую концепцию территориальной рекреационной системы?

- а) Н.Н. Колосовский
- б) В.С. Преображенский
- в) Н.Н. Баранский
- г) Б.Б. Родоман

Вопрос 50. От какого фактора, кроме времени и удовольствия от поездки, зависит частота посещения той или иной дестинации в полидестинационной модели путешествий?

- а) психографических характеристик контингента посетителей
- б) наличия взаимозамещающих ее мест отдыха (дестинаций-субститутов)
- в) геополитических факторов
- г) внутривнутриполитических факторов

Раздел IV. Список литературы

1. Бизнес-планирование: учебник / под ред. проф. Т.Г. Попадюк, проф. В.Я. Горфинкеля. - Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2023. - 296 с. - ISBN 978-5-9558-0270-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1940917> (дата обращения: 24.01.2025). - Режим доступа: по подписке.
2. Волков А.С. Бизнес-планирование: учеб. пособие/ А.С.Волков, А.А.Марченко. - Москва : РИОР: ИНФРА-М, 2024. - 81 с. - (ВО: Бакалавриат). - www.dx.doi.org/10.12737/14621. - ISBN 978-5-369-00732-7. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2147884> (дата обращения: 24.01.2025). - Режим доступа: по подписке.
3. Болдырева, Н. П. Бизнес-планирование: учебное пособие / Н. П. Болдырева. - 3-е изд., стер. - Москва: Флинта, 2021. - 148 с. - ISBN 978-5-9765-2710-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1280457> (дата обращения: 24.01.2025). - Режим доступа: по подписке.
4. Дубровин, И. А. Бизнес-планирование на предприятии / И.А.Дубровин . - 2-е изд. - Москва:Дашков и К, 2017. - 432 с.: ISBN 978-5-394-02658-4. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/411352> (дата обращения: 24.01.2025). - Режим доступа: по подписке.
5. Большаник, П. В. Туристское страноведение: учебное пособие / П.В. Большаник. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 241 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/20858. - ISBN 978-5-16-012057-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1241335> (дата обращения: 24.01.2025). — Режим доступа: по подписке.
6. Колесова, Ю. А. Туристско-рекреационное проектирование : учебное пособие / Ю.А. Колесова. — Москва : КУРС : ИНФРА-М, 2022. — 352 с. - ISBN 978-5-905554-55-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1946511> (дата обращения: 13.01.2025). — Режим доступа: по подписке.
7. Ивлиева, О. В. Природные туристские ресурсы мира : учебник / О. В. Ивлиева, А. В. Шмыткова ; Южный федеральный университет. - Ростов-на-Дону ; Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2018. - 246 с. - ISBN 978-5-9275-2638-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1021666> (дата обращения: 24.01.2025). — Режим доступа: по подписке.
8. Абабков, Ю.Н. Маркетинг в туризме: учебник / Ю. Н. Абабков, М. Ю. Абабкова, И. Г. Филиппова; под ред. Е. И. Богданова. - Москва: ИНФРА-М, 2022. - 214 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-010337-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1002382> (дата обращения: 24.01.2025). — Режим доступа: по подписке
9. Дурович, А. П. Маркетинг в туризме: учебное пособие / А.П. Дурович. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 316 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-009967-5. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1838405> (дата обращения: 14.01.2025). — Режим доступа: по подписке.

10. Котлер, Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм: Учебник для студентов вузов / Ф. Котлер, Дж. Боуэн, Дж. Мейкенз; пер. с англ. — 4-е изд., перераб. и доп. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017.— 1071 с. — (Серия «Зарубежный учебник»). - ISBN 978-5-238-01263-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028517> (дата обращения: 24.01.2025). – Режим доступа: по подписке.
11. Джум, Т. А. Организация сервисного обслуживания в туризме : учеб. пособие / Т.А. Джум, С.А. Ольшанская. — М.: Магистр : ИНФРА-М, 2019. — 368 с. — (Бакалавриат). - ISBN 978-5-9776-0329-4. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/994182> (дата обращения: 24.01.2025). – Режим доступа: по подписке.
12. Сухов, Р. И. Организация туристской деятельности: Учебное пособие / Р.И.Сухов. - Ростов-на-Дону :Южный федеральный университет, 2016. - 267 с.: ISBN 978-5-9275-2003-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/991783> (дата обращения: 24.01.2025). – Режим доступа: по подписке.
13. Погодина, В. Л. География туризма: учебник / В.Л. Погодина, И.Г. Филиппова ; под ред. Е.И. Богданова. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 256 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-010338-9. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1668794> (дата обращения: 24.01.2025). – Режим доступа: по подписке.
14. Киседобрев, В. П. Менеджмент в туризме : учебник / В. П. Киседобрев, О. Н. Кострюкова, А. В. Киседобрев ; под ред. проф. Е. И. Богданова. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 152 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-006294-5. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1065307> (дата обращения: 20.01.2025). – Режим доступа: по подписке.
15. Гостиничный менеджмент : учебное пособие / Н.В. Дмитриева, Н.А. Зайцева, С.В. Огнева, Р.Н. Ушаков ; под ред. Н.А. Зайцевой. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 352 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-016041-2. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1082307> (дата обращения: 24.01.2025). – Режим доступа: по подписке.
16. Быстров, С. А. Технология организации туроператорской и турагентской деятельности : учебник / С.А. Быстров. — Москва: ИНФРА-М, 2022. — 375 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/textbook_5a685a89b76dd5.66618286. - ISBN 978-5-16-014026-1. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1855507> (дата обращения: 24.01.2025). – Режим доступа: по подписке.
17. Орловская, В. П. Технология и организация предприятия туризма : учебник / В.П. Орловская ; под ред. Е.И. Богданова. — Москва: ИНФРА-М, 2023. — 176 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-006293-8. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1904786> (дата обращения: 24.01.2025). – Режим доступа: по подписке.
18. Светлов, Н. М. Информационные технологии управления проектами : учебное пособие / Н.М. Светлов, Г.Н. Светлова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 232 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-004472-9. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1840490> (дата обращения: 24.01.2025). – Режим доступа: по подписке.
19. Овчаров, А. О. Экономика туристских предприятий : учебное пособие / А. О. Овчаров. - Москва : ИНФРА-М, 2019. - 176 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-005423-0. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1003233> (дата обращения: 24.01.2025). – Режим доступа: по подписке.
20. Степанова, С. А. Экономика предприятия туризма : учебник / С. А. Степанова, А. В. Крыга. — Москва : ИНФРА-М, 2019. — 346 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-005445-2. - Текст: электронный. - URL:

- <https://znanium.com/catalog/product/1010104> (дата обращения: 24.01.2025). – Режим доступа: по подписке.
21. Гомилевская, Г. А. Экономика и предпринимательство в сервисе и туризме : учебник / Г. А. Гомилевская, Т. В. Терентьева, А. С. Квасов. — Москва: РИОР : ИНФРА-М, 2019. — 190 с. — (Высшее образование). — DOI: <https://doi.org/10.12737/1712-8>. - ISBN 978-5-369-01712-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/995619> (дата обращения: 24.01.2025). – Режим доступа: по подписке.
22. Панова, А. В. Статистика туризма : учебное пособие / А.В. Панова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 287 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI: 10.12737/1046178. - ISBN 978-5-16-015481-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1046178> (дата обращения: 24.01.2025). – Режим доступа: по подписке.
23. Конанова, Е. И. Инклюзивный туризм: технология и организация туристского продукта : учебное пособие / Е. И. Конанова ; Южный федеральный университет. - Ростов-на-Дону ; Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2019. - 128 с. - ISBN 978-5-9275-3164-6. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1088125> (дата обращения: 24.01.2025). – Режим доступа: по подписке.
24. Косолапова, М. В. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности / М.В.Косолапова , В.А.Свободин . - Москва :Дашков и К, 2018. - 248 с.: ISBN 978-5-394-00588-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/343541> (дата обращения: 24.01.2025). – Режим доступа: по подписке.
25. Кудина, М. В. Инновационная экономика : научно-методическое пособие / М. В. Кудина ; под ред. М. В. Кудиной. - Москва: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2021. - 304 с. - ISBN 978-5-8199-0595-1. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1210237> (дата обращения: 24.01.2025). – Режим доступа: по подписке.
26. Колесова, Ю. А. Туристско-рекреационное проектирование : учебное пособие / Ю.А. Колесова. — Москва : КУРС : ИНФРА-М, 2022. — 352 с. - ISBN 978-5-905554-55-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1946511> (дата обращения: 14.01.2025). – Режим доступа: по подписке.
27. Воскресенский, В.Ю. Международный туризм: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Социально-культурный сервис и туризм», «География», «Менеджмент организации», «Экономика и управление на предприятии (по отраслям)» / В.Ю. Воскресенский. — 2-е изд., перераб. и доп. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 463 с.- ISBN 978-5-238-01456-2. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028528> (дата обращения: 24.01.2025). – Режим доступа: по подписке.
28. Агафопин, М. М. Экономическая и социальная география зарубежных стран : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «География», «Экология и природопользование», «Педагогическое образование» и «Туризм» / М. М. Агафопин, С. А. Горохов, Д. В. Заяц. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2020. - 223 с. - (Серия «Практический курс»). - ISBN 978-5-238-03378-5. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1376436> (дата обращения: 24.01.2025). – Режим доступа: по подписке.
29. Можаяева, Н. Г. Туристские ресурсы России : практикум / Н.Г. Можаяева. — Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2023. — 112 с. — (Высшее образование). - ISBN 978-5-00091-408-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2123407> (дата обращения: 16.01.2025). – Режим доступа: по подписке.
30. Котанс, А. Я. Технология социально-культурного сервиса и туризма [Электронный ресурс] : учебное пособие / А. Я. Котанс. — 3-изд., стер. - Москва : ФЛИНТА, 2019. - 384 с. - ISBN 978-5-9765-0803-3. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1047983> (дата обращения: 24.01.2025). – Режим доступа: по подписке..

31. Баранова, А. Ю. Организация предпринимательской деятельности в сфере туризма : учебное пособие / А.Ю. Баранова. — Москва: ИНФРА-М, 2021. — 180 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/1677. - ISBN 978-5-16-004452-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1679517> (дата обращения: 24.01.2025). — Режим доступа: по подписке.
32. Гужова, О. А. Статистика в управлении социально-экономическими процессами : учебное пособие / О.А. Гужова, Ю.А. Токарев. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 172 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — www.dx.doi.org/10.12737/21034. - ISBN 978-5-16-012151-2. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1048319> (дата обращения: 24.01.2025). — Режим доступа: по подписке.
33. Иванов, А. А. История российского туризма (IX—XX вв.): учебное пособие / А.А. Иванов. — Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2021. — 320 с. — (Высшее образование). - ISBN 978-5-00091-760-2. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1669118> (дата обращения: 24.01.2025). — Режим доступа: по подписке.
34. Лысакова, Л. А. Tourismus. Туризм : учебное пособие / Л. А. Лысакова, Е. М. Карпова, Е. Н. Лесная. — 3-е изд., стер. — Москва : ФЛИНТА, 2020. — 145 с. - ISBN 978-5-9765-0816-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1140557> (дата обращения: 24.01.2025). — Режим доступа: по подписке.
35. Маринченко, А. В. Геополитика : учебное пособие / А.В. Маринченко. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 490 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-005602-9. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1836606> (дата обращения: 24.01.2025). — Режим доступа: по подписке.
36. Муртузалиева, Т. В. Маркетинг услуг гостеприимства и туризма : учебно-практическое пособие для бакалавров / Т. В. Муртузалиева, Т. П. Розанова, Э. В. Тарасенко. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. - 166 с. - ISBN 978-5-394-02710-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1091138> (дата обращения: 24.01.2025). — Режим доступа: по подписке.
37. Федорова, Т. А. Управление рисками и страхование в туризме : монография / Т. А. Федорова. - Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2020. - 192 с. - ISBN 978-5-9776-0269-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1067532> (дата обращения: 24.01.2025). — Режим доступа: по подписке.
38. Баранов, А. С. Информационно-экскурсионная деятельность на предприятиях туризма : учебник / А.С. Баранов, И.А. Бисько; под ред. профессора Е.И. Богданова. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 383 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-011324-1. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1841707> (дата обращения: 24.01.2025). — Режим доступа: по подписке.
39. Басовский, Л. Е. Прогнозирование и планирование в условиях рынка : учебное пособие / Л.Е. Басовский. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 260 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-004198-8. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1228797> (дата обращения: 24.01.2025). — Режим доступа: по подписке.
40. Статистика: учебник / В.В. Глинский, В.Г. Ионин, Л.К. Серга [и др.] ; под ред. В.Г. Ионина. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 355 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/25127. - ISBN 978-5-16-012070-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1228803> (дата обращения: 24.01.2025). — Режим доступа: по подписке.
41. Метрология, стандартизация и взаимозаменяемость: учебник / С.Б. Тарасов, С.А. Любомудров, Т.А. Макарова [и др.]. — Москва : ИНФРА-М, 2024. — 337 с. — (Высшее образование). — DOI 10.12737/textbook_5ca6f9dc3722f5.59052818. - ISBN 978-5-16-018882-9. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2074338> (дата обращения: 19.01.2025). — Режим доступа: по подписке.

Интернет-ресурсы

42. Электронно-библиотечная система Znanium – <https://znanium.com/>
43. library.ru - научная электронная библиотека – <https://www.elibrary.ru/defaultx.asp>
44. Всемирная туристская организация (ЮНВТО) – <https://www.unwto.org>
45. Ассоциация туроператоров России – <https://www.atorus.ru/>
46. Путеводитель по России – <http://www.mccme.ru/putevod/index.html>
47. Федерация рестораторов и отельеров России – <https://frio.ru/>
48. Современные медиа-технологии в образовании и культуре – www.informio.ru/publications/