

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

Е.А. Гурилова

« 1 » 2025г.



ПРОГРАММА ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ

Направление подготовки: 43.04.02 «Туризм»

Профиль обучения: «Государственное регулирование сферы туризма»

Форма обучения: очная

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 «1» сентября 2025 г.

Решением Учебно-методической комиссии Института международных отношений, истории и востоковедения Программа вступительного испытания рекомендована к утверждению Ученым советом, Протокол №2 от «24» сентября 2025 г.

Программа вступительного испытания утверждена на заседании Ученого совета Института международных отношений, истории и востоковедения, Протокол №3 от «15» октября 2025 г.

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.....	11
3.1 Инструкция по выполнению работы	11
3.2 Примерные вопросы для подготовки к экзамену.....	12
Раздел IV. Список литературы	13

Раздел I. Вводная часть

Вступительные испытания по направлению 43.04.02 – Туризм профиль Государственное регулирование сферы туризма 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. Регулирование туристского бизнеса в Российской Федерации

Подготовка документов и регистрации туристской фирмы (юридическое лицо/индивидуальный предприниматель) в России. Правовые аспекты создания туроператорского/турагентского предприятия в России. Виды договорных отношений в туристской деятельности. Договоры с поставщиками

услуг. Договорные отношения с потребителями туристских услуг. Государственное регулирование индустрии туризма и защита прав потребителей. Нормативно-правовая база и виды финансовых гарантий в туристском бизнесе в РФ.

3. Понятие и значение государственного регулирования в индустрии гостеприимства и туризма

Сфера туризма как объект государственного управления и регулирования. Область задач и функций государственного регулирования в индустрии туризма и гостеприимства. Понятие туристской политики, стратегии и тактики. Группы правовых актов, регулирующих сферу туризма и гостеприимства. Основные формы регулирования индустрии туризма и гостеприимства. Стандартизация, сертификация, классификация.

4. 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).

5. Классификация объектов туристской индустрии, нормативно-правовое регулирование классификации гостиниц.

Критерии классификации гостиничных и ресторанных предприятий: международный опыт. Критерии и классификация гостиничных предприятий. Критерии и классификация ресторанных предприятий. Стандартизация и сертификация в сфере гостеприимства: цель и область задач. Положение о классификации гостиниц.

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 заграничных паспортов. 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, бюджетобразующая 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. Регулирование инвестиционной деятельности в индустрии туризма

Понятие инвестиционного климата в индустрии туризма. Основные формы формирования благоприятного инвестиционного климата за рубежом. Регулирование инвестиционно-строительного процесса в индустрии гостеприимства. Нормативно-правовая база инвестиционно-строительного процесса в РФ. Формирование разрешительной документации на строительство объектов недвижимости в РФ. Понятие особой экономической зоны туристско-рекреационного типа (ОЭЗ ТРТ). Нормативно - правовая база и порядок создания ОЭЗ ТРТ в РФ.

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).

17. Международное регулирование индустрии туризма и гостеприимства

Понятие национального туристского продукта. Инструменты публичного управления в сфере туризма: отечественный и зарубежный опыт. Понятие и содержание маркетинга национального туристского продукта. Опыт зарубежных стран в продвижении национального продукта. Бюджеты на маркетинг туристских ресурсов в различных странах. Организационные аспекты маркетинговой деятельности на национальном/региональном уровнях. Степень участия различных уровней в продвижении туристских ресурсов на национальный/международный рынки услуг.

18. Маркетинг национального туристского продукта: опыт зарубежных стран и возможности его использования в России.

Государственное регулирование и управление в области продвижения внутреннего и въездного туризма. Использование бенчмаркетинга в маркетинговой деятельности. Влияние деятельности международных туристских организаций на регулирование индустрии гостеприимства и туризма в разных странах (на примере конкретных стран). Виды и роль международных организаций в сфере туристской деятельности. Всемирная туристская организация (ВТО): роль и функции. Взаимодействие международных организаций с национальными туристскими администрациями и офисами.

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. Методология определения территории региона как потенциальной туристской дестинации.

Положения государственного регулирования и управления в области качества туристских услуг, работы с потенциальными инвесторами, местным населением и представителями бизнес-сообщества. Современные инструменты оценки. Различные методики оценки туристского потенциала. Оценка качества территории для развития туризма потенциала туристской территории.

23. Современный туристский бизнес и устойчивое развитие

Инструменты государственной и региональной экологической политики. Политика устойчивого развития туристских регионов и международное регулирование влияния туризма на природную среду.

Раздел III. Фонд оценочных средств

3.1 Инструкция по выполнению работы

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