

ЧАСТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«БАЛТИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ ТУРИЗМА И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»

УТВЕРЖДАЮ

Председатель приемной комиссии



Т.И. Власова

25 сентября 2017 г.

ПРОГРАММА ВСТУПИТЕЛЬНОГО ЭКЗАМЕНА В МАГИСТРАТУРУ

Направление подготовки

43.04.02 ТУРИЗМ

Уровень высшего образования - магистратура

Настоящая программа вступительного испытания сформирована на основе федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (уровень бакалавриата).

Вступительное испытание проводится в устной форме, по экзаменационным билетам. Билет состоит из 2 вопросов.

Результаты оцениваются по 5-балльной шкале.

В программу вступительного экзамена включены вопросы по дисциплинам специальности таким как: «Менеджмент и маркетинг в туризме», «Технология и организация гостиничных услуг», «Организация и технологии туристского обслуживания», «Туроперейтинг».

В билетах вопросы для подготовки к вступительному экзамену сгруппированы таким образом, что первый относится к дисциплинам специальности, а второй имеет практическую направленность.

Каждая дисциплина, включенная во вступительный экзамен, заканчивается списком основной и дополнительной литературы, необходимой для подготовки.

СОДЕРЖАНИЕ

I. Менеджмент и маркетинг в туризме

Раздел I. Менеджмент туризма

Тема 1. Формирование и развитие науки об управлении.

Введение: роль, место и предмет дисциплины, цель и задачи курса. Связь с предшествующими курсами. Порядок изучения дисциплины. Литература.

История формирования и развития науки об управлении. Развитие теории управления в России. История становления и развития менеджмента туризма.

Тема 2. Туризм как объект управления.

Понятие и особенности туристского рынка. Международный характер современного туристского рынка. Основные управленческие категории туризма. Особенности общего управления предприятием сферы туризма.

Тема 3. Понятие и сущность менеджмента.

Основы менеджмента: подходы к определению понятия «менеджмент», сущность и функции менеджмента туризма, виды менеджмента, подходы к управлению организацией.

Классификация методов управления и их краткая характеристика. Методы и стили руководства.

Опыт менеджмента за рубежом, возможность его использования в России.

Тема 4. Система управления туризмом в рамках национальной экономики.

Социально-экономическое значение туризма. Экономика и туризм. Экология и туризм. Социальная сфера как внешняя среда туризма. Влияние политики на развитие туризма. Технологии, обеспечивающие развитие туризма. Влияние нововведений в политической, экономической и социальной сферах на развитие туризма. Государственное управление туризмом. Туристские регионы, организации и предприятия.

Тема 5. Специфика управления туристским предприятием.

Цели и задачи управления предприятием, определение миссии предприятия. Организация работы по управлению предприятием. Производственный менеджмент: принципы и закономерности организации производственного процесса; производственный цикл предприятия. Особенности сетевого бизнеса в туризме, франчайзинг в сфере туризма. Управляющие компании в сфере туризма.

Тема 6. Организационные структуры управления в сфере туризма.

Понятие структуры управления туристской организации. Система коммуникаций. Горизонтальное и вертикальное разделение труда в туристской организации. Формальная и неформальная организация. Централизация и децентрализация. Делегирование полномочий и ответственности. Процесс личной продажи. Проектирование организационных структур.

Тема 7. Стратегический менеджмент индустрии туризма.

Методы стратегического анализа. Классификация стратегий предприятий индустрии туризма. Стратегические альянсы в индустрии туризма. Содержание и виды планирования деятельности предприятия сферы туризма: стратегическое и текущее планирование.

Тактика менеджмента. Внешние связи и возможности менеджмента. Способы организации и реализации выездных туров. Налаживание взаимовыгодного сотрудничества туроператора с поставщиками туристских услуг.

Тема 8. Организация принятия управленческих решений.

Виды управленческих решений и методы их разработки. Особенности управленческих решений. Внешняя среда туристского бизнеса: экономические, социально-демографические, природно-климатические, культурные, научно-технические, политико-правовые факторы. Внутренняя среда туристского бизнеса. Методы принятия решений и их характеристика. Оценка экономической эффективности туристской деятельности.

Тема 9. Риск-менеджмент.

Понятие и сущность риска. Классификация предпринимательских рисков. Система внешних факторов, влияющих на уровень предпринимательского риска. Оценка и учет риска. Основные методы снижения экономического риска и их характеристика.

Тема 10. Система мотивации труда на предприятиях сферы туризма.

Основные теории мотивации. Система мотивации труда персонала индустрии туризма. Основные подходы к организации и стимулированию труда на предприятиях туристской индустрии. Особенности технологии управления персоналом на предприятиях индустрии туризма. Организация контроля деятельности подчиненных, учет и контроль результатов труда. Самоменеджмент и его использование в индустрии туризма. Направления деятельности по повышению личной эффективности менеджера в индустрии туризма.

Тема 11. Этика и психология туристской деятельности.

Психология менеджмента. Мотивация туристского спроса. Психология туристских потребностей. Психология персонала турфирмы. Значение делового общения. Этика делового общения. Власть, влияние, лидерство менеджера. Организация общения. Подведение итогов делового общения.

Тема 12. Организация проведения деловых совещаний и переговоров.

Деловые совещания: классификация, задачи, организация проведения, условия эффективности. Деловые переговоры: подготовка, проведение, решение проблемы и завершение переговоров, анализ, условия эффективности.

Тема 13. Управление конфликтами в сфере туризма.

Природа и функции конфликта. Типы конфликтов. Основные причины и методы преодоления конфликтов с туристами. Процесс развития конфликта. Способы разрешения конфликтов. Природа и причины стресса.

Раздел II. Маркетинг туризма

Тема 1. Маркетинг туризма как инструмент развития туристской индустрии в условиях рыночной экономики

Введение: роль, место и предмет дисциплины, цель и задачи курса. Связь с предшествующими курсами. Порядок изучения дисциплины. Литература. Сущность маркетингового процесса в индустрии туризма. Управление маркетингом. Теории управления маркетингом.

Тема 2. Особенности маркетинга в индустрии туризма

Культура обслуживания. Основные характеристики обслуживания. Особенности исследования рынка туристской индустрии. Стратегии управления в сфере обслуживания. Маркетинговые стратегии. Система маркетинга, модель общей системы производства услуг.

Тема 3. Роль маркетинга в стратегическом планировании

Организация и деятельность маркетинговой службы предприятия туристской индустрии. Корпоративное стратегическое планирование. Интегрированный рост. Стратегическое планирование бизнеса. Анализ SWOT. Анализ факторов внешней и внутренней среды. Формулирование целей, стратегии. Разработка программы действий. Реализация. Обратная связь и контроль. Специфические проблемы стратегического планирования в индустрии туризма.

Тема 4. Маркетинговая среда предприятия туриндустрии

Элементы микросреды компании. Факторы внешней среды, влияющие на способность компании обслуживать ее потребителей. Влияние изменений в демографической и экономической среде на маркетинг.

Тема 5. Маркетинговые информационные системы и исследования

Маркетинговая информационная система. Анализ информации. Международные маркетинговые исследования. Маркетинговые исследования в малом бизнесе.

Тема 6. Потребительский рынок и покупательское поведение

Модель поведения потребителя. Личностные характеристики, влияющие на потребительское поведение. Процесс принятия решения о покупке. Характерные черты потребителей на рынке индустрии туризма.

Процесс совершения покупки для нужд организации. Основные факторы, влияющие на организацию-покупателя. Принятие решения о покупке организацией. Рынки для групповых потребителей.

Тема 7. Сегментация рынка

Рынок. Сущность рыночной сегментации. Идентификация возможных баз для сегментации потребительских рынков, рынков типа «бизнес-бизнес» и международных рынков. Требования, необходимые для эффективной сегментации рынков: измеримость, доступность, доходность, реализуемость. Определение целевого рынка. Рыночное позиционирование: стратегии, виды.

Тема 8. Разработка продукта на предприятиях сферы туризма и гостеприимства

Определение термина «продукт». Виды продукта. Уровни продукта. Процесс разработки нового продукта. Обязательные условия разработки нового продукта. Жизненный цикл продукта. Стратегии на основе жизненного цикла продукта. Работа с брендами.

Тема 9. Внутренний маркетинг

Внутренний маркетинг как важная составляющая маркетинговой программы. Процесс внутреннего маркетинга. Формирование культуры обслуживания. Разработка маркетингового подхода к управлению человеческими ресурсами. Применение системы поощрений.

Тема 10. Ценообразование на рынке туристских услуг

Определение потребительской ценности и удовлетворение запросов потребителей. Зависимость между маркетингом и качеством. Управление предложением и спросом. Факторы, учитываемые при установлении цен. Стратегии ценообразования.

Тема 11. Продвижение продукции на рынке туризма и гостеприимства

Сущность и значение систем дистрибьюции. Выбор политики коммуникаций и стимулирования. Определение общего бюджета на маркетинговые коммуникации. Паблик рилейшнз и стимулирование продаж. Управление профессиональными продажами.

Тема 12. Электронный маркетинг

Маркетинговая стратегия в новую цифровую эпоху. Интернет-маркетинг. Разработка маркетинговой системы на основе базы данных. Прямой маркетинг как инструмент формирования взаимоотношений.

Тема 13. Маркетинг дестинаций

Глобализация индустрии туризма. Международный маркетинг, его специфика в России. Внешнеэкономический маркетинг. Важность туризма для экономики дестинаций. Сегментация туристского рынка и мониторинг его деятельности. Маркетинговая коммуникация. Коммуникации с туристским рынком. Организация и управление маркетингом туризма.

Тема 14. Маркетинговое планирование

Составление маркетингового плана. Влияние факторов окружающей среды на маркетинговый план. Определение рыночного потенциала. Маркетинговые цели, стратегии, задачи. Контроллинг в системе маркетинга.

II. Организация и технологии туристского обслуживания

Тема 1. Туристское обслуживание

Определение, виды. Этапы туристского обслуживания. Комплексность и специфичность туристского обслуживания. Основные и дополнительные туристские услуги. Пакет услуг, заказной и инклюзив-турпакет. Порядок формирования турпакета. Особенности состава пакета услуг в зависимости от вида тура. Туристские услуги в составе турпакета. Предпродажное и послепродажное туристское обслуживание

Тема 2 Обеспечение безопасности и качества туристского обслуживания

Качество туристского обслуживания. Критерии качества. Способы обеспечения и контроля качества туристского обслуживания. Безопасность туристского обслуживания. Меры по обеспечению безопасности туристского обслуживания со стороны туристской фирмы. Инструктаж туристов. Порядок предоставления полной и достоверной информации об организации туристского путешествия и стране пребывания. Законодательные особенности предоставления полной и достоверной информации об организации туристского путешествия и стране пребывания туриста. Классы обслуживания туристов на предприятиях туристской индустрии (транспорте, гостинице, ресторане и т.д.). Виды, характеристика, назначение.

Тема 3. Продвижение и реализация туристского продукта потребителям

Организационно-технологические схемы продвижения туристского продукта. Организация рекламы, создание каталогов, участие в специализированных туристских выставках. Документальное обеспечение реализации внутреннего и внутреннего туристского путешествия. Основные документы их назначение, правила их заполнения. Пакет документов туриста. Нормативно-законодательная база продвижения и реализации туристского обслуживания. Особенности обслуживания туристов в офисе туристской фирмы при продаже туристского продукта.

Тема 4. Технология организация туристского путешествия

Базовая схема организации туристского путешествия (международного и внутреннего). Туроператоры и турагенты. Особенности взаимодействия туроператорских фирм с поставщиками туристских услуг и турагентами. Рынок услуг выездного туризма. Становление, современное состояние и особенности рынка выездного туризма в России и Санкт-Петербурге. Рынок услуг въездного туризма. Становление, современное состояние и особенности рынка въездного туризма в России и Санкт-Петербурге. Индустрия и инфраструктура въездного и внутреннего туризма в Санкт-Петербурге.

Тема 5. Организация и технология сопровождения туристов

Руководитель туристской группы. Примерное положение о руководителе туристской группы. Должностная инструкция. Должностные обязанности и этапы работы руководителя туристской группы принимающей фирмы. Должностные особенности руководителя туристской группы направляющей фирмы.

Документальное обеспечение сопровождения туристов. Пакет документов руководителя туристской группы. Особенности организация сопровождения и обслуживания туристов на автобусном маршруте. Особенности сопровождения групповых и индивидуальных туристов. Особенности организации обслуживания иностранных туристов на предприятиях индустрии туризма.

Тема 6. Основы разработки и продвижения нового туристского маршрута

Технология разработки нового турпродукта. Основные этапы разработки и продвижения нового туристского маршрута. Взаимодействие туроператора с турагентами при продвижении и реализации турпродукта. Технология

бронирования туров и туристских услуг. Контроль послепродажного обслуживания туристов и стимулирование турагентов и потребителей.

III Туроперейтинг

Тема 1. Роль туроператоров на рынке туристских услуг

Основные задачи туроператора. Функции туроператора как субъекта туристского рынка. Функция планирования, ценообразования, продвижения, информативная, новаторская, бюджетообразующая, интегрирующая функции, лоббирование. Формы маркетинговой активности туроператора. Требования к туроператорским компаниям. Отмена лицензирования и введение института финансовых гарантий туроператоров РФ.

Тема 2. Нормативно-правовое регулирование деятельности туроператора

Правовые основы туристской деятельности в РФ. Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в РФ». Основные положения Закона. Принципы государственного регулирования туристской деятельности в РФ. Федеральный закон «О стандартизации». Задачи стандартизации. Государственные стандарты РФ в сфере туризма. Правовые основы расчетов в туроперейтинге. Безналичные, наличные расчеты и кассовые операции. Основные денежные документы. Осуществление денежных расчетов без применения ККМ. Путевка. Туристические кредиты в туроперейтинге. Гражданская ответственность туроператоров перед туристами. Уголовная ответственность работников туроператора.

Тема 3. Рынок въездного и выездного туризма Северо-Западного региона

Структура рынка туризма региона. Туроператорские и турагентские фирмы Санкт-Петербурга и области. Основные направления выездного и въездного туризма в регионе. Характеристика материально-технической базы для целей въездного и внутреннего туризма. Проблемы и перспективы развития туризма в регионе.

Тема 4. Классификация туроператоров

Классификация туроператоров по географическому признаку. Аутгоинговые, инкаминговые и инсайд-операторы. Положительные и отрицательные стороны каждого вида туроперейтинга. Деление туроператоров на флайтеров (абсолютных, относительных) и нон-флайтеров. Презентативные и репрезентативные туроператоры. Понятие meet-company. Основные проблемы туроператоров по выездному, въездному и внутреннему туризму.

Отличительные черты каждого вида туроперейтинга. Условия для прямой и опосредованной организации туров, их достоинства и недостатки. Характеристики деятельности российского аутгоингового туроператора.

Тема 5. Типологии туров

Профиль работы туроператоров. Туры с применением различных видов транспорта: авиа, автомобильные, железнодорожные, круизы и др., их достоинства и недостатки. Типология туров в зависимости от целей туристов. Оздоровительные, познавательные туры, обучение, паломнические, тематические, интенсив-туры, экологические, событийные и другие виды туров. Определение целей туристов. Индивидуальные и групповые туры. Концентрированное и рассеянное направление работы туроператора. Факторы при выборе профиля работы туроператора. Монопрофильные и многопрофильные туроператоры, достоинства и недостатки каждого вида.

Тема 6. Факторы туроперейтинга

Внешние (экзогенные) факторы туроперейтинга, их основные черты. Турист как фактор микросреды туроперейтинга. Права и обязанности туриста. Туристские ресурсы как фактор внешней среды туризма понятие туристских ресурсов. Характерные черты объектов туристского интереса. Рекреационные, антропогенные ресурсы. Экономические, политические, экологические факторы. Оценка влиятельности экзогенных факторов туроперейтинга. Внутренние факторы туроперейтинга, их роль и значение.

Тема 7. Маркетинг в туристском планировании

Роль маркетинга в туристском проектировании. Исследование потребностей туристского рынка. Основные этапы маркетингового исследования рынка туристских услуг. Сегментирование туристского рынка: по географическому, экономическому принципам, по количественному предпочтению туристов (индивидуалы, группы). Возрастное сегментирование, по принципам туристских предпочтений. Особенности каждого вида сегментирования. Маркетинговое исследование и анализ конкурентной среды. Конкуренты туроператора: коммутанты, пациенты и виоленты. Выявление сильных и слабых сторон позиций конкурентов. Сегментирование фокус-групп. Внешние и внутренние источники для анализа. Дифференциация предложений туроператоров на конкурентном туристском рынке. Основания для дифференциации туров. Позиционирование туров и туроператоров. Позиционирование на уровне туроператора. Основные ошибки при формировании позиции (недостаточное, расплывчатое, сверхпозиционирование).

Тема 8. Основы проектирования туров

Турпакет как результат процедуры туристского планирования. Требования к турпакету. Схема работы при прямой и опосредованной организации туров. Идентификация поставщиков услуг. Сотрудничество с перевозчиками, средствами размещения, предприятиями питания и другими поставщиками услуг. Процедура ценообразования. Прибыль туроператора. Ассортимент туров. Разработка каталогов и ценовых предложений туроператора.

Тема 9. Работа туроператора по реализации туров

Особенности туроперейтинга как вида деятельности. Тур-проектирование, тур-планирование, продвижение тура, сбыт тура, реализация тура. Концепция маркетинга в туристском планировании. Схемы работы туроператоров по реализации и организации туров. Роль рецептивного туроператора. Взаимоотношения с предприятиями гостиничной индустрии, транспортными и страховыми компаниями. Визовая поддержка туроператора.

Тема 10. Разработка нового туристского продукта с учетом региональных особенностей.

Понятие инноваций в туризме. Анализ существующих туров на региональном туристском рынке. Технология разработки нового туристского продукта - планирование тура, временная шкала, выбор поставщиков туристских услуг, документация, комплекс маркетинговых мероприятий по продвижению туристского продукта.

Тема 11. Схемы и формы сотрудничества туроператора с поставщиками туристских услуг

Особенности прямой и опосредованной организации туров. Достоинства и недостатки каждой формы. Работа со встречающей стороной: по разовым заявкам, на условиях квотирования, туристический кредит. Заключение договора между отправляющей и принимающей стороной. Составление предварительной и конкретной программ обслуживания. Обсуждение вопросов размещения, питания, трансфера, экскурсионной программы и т.п. Обсуждение условий расчетов за услуги. Условия аннуляции туров. Договор между туроператором и поставщиком услуг.

Тема 12. Документооборот в туроперейтинге

Понятие документооборота в туроперейтинге. Классификация документов туроператора. Уставные, бухгалтерские и статистические документы, документы внутреннего распорядка. Документы, регламентирующие отношения с поставщиками туристских услуг, с агентами, с

туристами и др. Правила заполнения основных документов. Договор о предоставлении туристских услуг, путевка, информационная памятка, ваучер, приходный ордер, счет-фактура.

Тема 13. Продвижение туристского продукта

Работа с агентствами. Понятие туристского агентства, потребность в агентах. Функции агентства. Виды туристских агентств: независимые, частично зависимые, уполномоченные, ритейловые, имитаторы, новаторы, разработчики. Многопрофильные и монопрофильные агентства. Способы стимулирования работы агентов. Инфо-туры. Продвижение туров с помощью рекламы. Принципы рекламной политики туроператора. Выбор носителей рекламы. Этапы рекламной кампании. Рекламно-информационные Наружная реклама. Реклама в сети Internet. Печатная реклама. Интернет рассылка, работа он-лайн. PR-акции.

Тема 14. Информационные технологии в туроперейтинге

Понятие автоматизации туроперейтинга, основные ее направления. Программное обеспечение российских и зарубежных разработчиков. Продвижение туристского продукта через Internet. Электронные системы бронирования. Обязанности владельца и пользователя системы Internet-бронирования. Технология бронирования туров через Internet.

Тема 15. Услуги предприятий размещения и питания как составная часть туристской индустрии.

Современный этап развития гостиничной индустрии. Критерии классификации средств размещения. Классификация по уровню комфорта, по функциональному назначению. Типы гостиничных номеров. Требования стандартов в гостиничной сфере. Индустрия питания. Типы предприятий в РФ и основные требования к ним. Классификация по характеру торгово-производственной деятельности: ресторан, кафе, бар, закусочная, столовая, буфет.

Тема 16. Транспортные услуги в туроперейтинге

Доля затрат на транспорт в цене тура. Классификация транспортных средств в туризме. Воздушный, автомобильный, водный и железнодорожный транспорт. Нормативное регулирование в сфере перевозок в туризме. Формы взаимодействия туроператоров и транспортных предприятий. Договорные отношения. Виды аренды.

**РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА ПО ПОДГОТОВКЕ К
ВСТУПИТЕЛЬНОМУ ЭКЗАМЕНУ**

Нормативные документы:

1. Федеральный закон РФ от 24 ноября 1996 г. N 132-ФЗ "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации" (с изм. и доп.)
2. Закон РФ от 7 февраля 1992 г. N 2300-1 "О защите прав потребителей" (с изм. и доп.)
3. Федеральный закон от 13 марта 2006 г. N 38-ФЗ «О рекламе» (с изм. и доп.)
4. Закон РФ «О государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации» от 14.06.95. № 88-ФЗ (с изм. и доп.).
5. Закон РФ «Об упрощенной системе налогообложения, учета и отчетности для субъектов малого предпринимательства» от 29.12.95. № 222-ФЗ.
8. Федеральный закон РФ «О некоммерческих организациях» от 12.01.96 № 7-ФЗ (с изм. и доп.).
9. Федеральный закон РФ «О пожарной безопасности» от 21 декабря 1994 г. № 69-ФЗ. (с изм. и доп.)
10. Федеральный закон Российской Федерации от 22 июля 2008 г. N 123-ФЗ «Технический регламент о требованиях пожарной безопасности».
12. Постановление Правительства РФ «О государственном комитете по поддержке и развитию малого предпринимательства» № 1045 от 28.10.95.
13. ГОСТ Р50646-94. Требования по обеспечению безопасности туристов и экскурсантов. 2-е изд. СПб., 1995. Сер. «Мир качества» (Вып. № 3).
14. СНиП 23-05-95. Естественное и искусственное освещение.
15. Правила бытового обслуживания населения в РФ от 08.06.93 № 536.

I. Менеджмент и маркетинг в туризме

Основная литература

1. Котлер, Филип. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм [Электронный ресурс]: Учебник для студентов вузов / Ф. Котлер, Дж. Боуэн, Дж. Мейкенз; пер. с англ. - 4-е изд., перераб. и доп. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 1071 с. // ЭБС «Знаниум».
2. Восколович, Н. А. Маркетинг туристских услуг [Электронный ресурс] : учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям / Н. А. Восколович. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 207 с. // ЭБС «Знаниум».

3.Чернов, В. А. Экономический анализ: торговля, общественное питание, туристский бизнес [Электронный ресурс] : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям / В. А. Чернов; под ред. М. И. Баканова. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 639 с. // ЭБС «Знаниум»

4.Мотышина М.С., Большаков А.С., Михайлов В.И. Менеджмент в социально-культурной сфере и туризме, Ростов на Дону: «Феникс», 2008.

5.Менеджмент в туризме: Учебник / В.П. Киседобрев, О.Н. Кострюкова, А.В. Киседобрев; Под ред. проф. Е.И. Богданова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 152 с. // ЭБС «Знаниум»

Дополнительная литература

1.Абчук А. Менеджмент и маркетинг в социально-культурной сфере. М.: Мир. Дурович Н.А. Маркетинговые исследования в туризме: учебное пособие. - СПб.: Питер, 2008.

2.Багалдин-Малых В.В. Маркетинг и управление в среде туризма и социально-культурного сервиса: туристические, гостинично-ресторанные и развлекательные комплексы: учебное пособие. - М.: Изд-во Московского психолого-социального института Воронеж: Изд-во НПО «МОДАК», 2004.

3.Басовский Л. Е. Маркетинг: учеб. пособие. М., 2004.

4.Березкина Т. Е. Основы маркетинга. Практикум: учеб. пособие / Т. Е. Березкина, О. А. Березкина. М., 2006.

5.Беквит Г. Продавая невидимое: руководство по современному маркетингу услуг: пер. с англ. М., 2005

6.Земляк С. В. Специфика маркетинговых технологий в отраслях сферы малого бизнеса. М., 2004

7.Котлер Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм: учебник для вузов / Ф. Котлер, Дж. Боуэн, Дж. Мейкенз. М., 2005.

8.Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебник / под ред. В. А. Алексунина. М., 2007.

9.Магомедов Ш. Ш. Маркетинговые исследования товаров и услуг: учеб.

10.Маркетинг услуг. Настольная книга российского маркетолога / А. Л. Разумовская [и др.].М.; СПб., 2006.

II. Организация и технологии туристского обслуживания

Основная литература:

1. Биржаков М.Б. Введение в туризм: Учебник. - Издание 7-е, переработанное и дополненное. - СПб.: «Невский фонд» - «Издательский дом Герда», 2004.

2. Трухачев, А.В. Туризм. Введение в туризм [Электронный ресурс] : учебник / А.В. Трухачев, И.В. Таранова. – Ставрополь: АГРУС Ставропольского гос. аграрного ун-та, 2013. – 396 с.

3. Организация туристской индустрии и география туризма: Учебник / Н.Г. Можяева, Г.В. Рыбачек. - М.: Форум: НИЦ ИНФРА-М, 2014.

Дополнительная литература

1. Ильина Е.Н. Туроперейтинг: организация деятельности: Учебник - М.: Финансы и статистика, 2007.

2. Маринин М.М. Туристские формальности и безопасность в туризме. М.: Финансы и статистика, 2004.

3. Ушаков Д.С. Прикладной туроперейтинг, М.: Ростов-на-Дону: ИКЦ «МарТ», 2006.

III. Туроперейтинг

Основная литература:

1. Туроперейтинг: Учебник / А.С. Кусков, В.Л. Голубева. - М.: Форум: НИЦ ИНФРА-М, 2014.

2. Трухачев, А.В. Туризм. Введение в туризм [Электронный ресурс] : учебник / А.В. Трухачев, И.В. Таранова. – Ставрополь: АГРУС Ставропольского гос. аграрного ун-та, 2013.

3. Ильина Е.Н. Туроперейтинг: Стратегия обслуживания: Учебник. - М.: Финансы и кредит, 2008

Дополнительная литература

1. Боголюбов В.С. Экономика туризма. - М.: Академия, 2005. — 185 с.

2. Бутко И.И., Ситников Е.А., Ушаков Д.С. Туристический бизнес: основы организации. - Ростов-на-Дону: Феникс, 2007.

3. Технология и организация гостиничных услуг: Уч./Л.Н.Семеркова, В.А.Белякова, Т.И.Шерстобитова и др. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015.

4. Ильина Е.Н. Туроперейтинг: организация деятельности. - М.: Финансы и статистика, 2004. - 256 с.

5. Маринин М.М. Туристские формальности и безопасность в туризме. - М.: Финансы и статистика, 2004. - 139 с.

6. Туризм, гостеприимство, сервис: Словарь-справочник / Под ред. Л.П. Воронковой. - М.: Аспект-Пресс, 2002. - 367 с.

7. Ушаков Д.С. Технологии выездного туризма. - М.: ИКЦ «МарТ», 2007.

8. Ушаков Д.С. Технологии въездного туризма. - М.: ИКЦ «МарТ», 2006.

9. Ушаков Д.С. Прикладной туроперейтинг. - М.: ИКЦ «МарТ», 2005

10. Чудновский А.Д. Управление индустрией туризма. - М.: КноРус, 2004. - 437 с.

ПРИМЕРНЫЕ ВОПРОСЫ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К ВСТУПИТЕЛЬНОМУ ЭКЗАМЕНУ

I. Менеджмент и маркетинг в туризме

1. Сущность методов управления туристской фирмой.

2. Туризм как социально-экономическая сфера деятельности.

3. Влияние политической, экономической и социальной обстановки на развитие туризма.

4. Комплексный подход при государственном планировании развития туризма.

5. Разработка плана развития туризма на областном уровне.

6. Особенности сетевого бизнеса в индустрии туризма.

7. Франчайзинг в индустрии туризма.

8. Управляющие компании в индустрии туризма.

9. Дерево целей туристского предприятия. Правила построения дерева целей.

10. Основные стадии процесса подготовки и принятия управленческих решений.

11. Роль человеческих ресурсов в индустрии туризма.

12. Требования, предъявляемые к современному руководителю.

13. Делегирование прав, ответственности и власти.

14. Технология определения потребности в персонале.

15. Организация проведения деловых совещаний.

16. Типы конфликтов. Их основные причины.

17. Методы преодоления конфликтных ситуаций.

18. Деятельность турфирмы по выбору партнеров-поставщиков.

19. Разновидности форм и способов платежей между принимающей и отправляющей турфирмами.

20. Реквизиты договоров между туроператором и контрагентами.

21. Оценка экономической эффективности туризма в государственном масштабе.

22. Основные характеристики обслуживания, влияющие на маркетинг в индустрии туризма.

23. Маркетинговые стратегии, наиболее эффективные для индустрии туризма.

24. Основные тенденции в естественной и технологической среде, в которой действуют компании индустрии туризма.

25. Концепция позиционирования, обеспечивающая получение компанией конкурентного преимущества.

26. Степень удовлетворения запросов потребителя и лояльность потребителя.

27. Ценовые изменения, реагирование покупателей и конкурентов на ценовые изменения. Собственное реагирование на подобные изменения у других участников рынка.

28. Сущность различных видов деятельности PR: отношения с прессой, публицити продукции, корпоративные коммуникации, лоббирование и консалтинг.

29. Составление маркетингового плана: назначение, этапы составления.

30. Маркетинговый контроль.

II. Организация и технологии туристского обслуживания

1. Туристское обслуживание: понятие и определение, виды. Этапы туристского обслуживания. Комплексность и специфичность туристского обслуживания.

2. Туристские услуги: понятие и определение, основные и дополнительные. Туристские услуги в составе турпакета

3. Пакет услуг, заказной и инклюзив-турпакет. Порядок формирования турпакета. Особенности состава пакета услуг в зависимости от вида тура.

4. Предпродажное и послепродажное туристское обслуживание.

5. Качество туристского обслуживания. Критерии качества. Способы обеспечения и контроля.

6. Безопасность туристского обслуживания. Меры по обеспечению безопасности туристского обслуживания со стороны туристской фирмы. Инструктаж

7. Предоставление полной и достоверной информации об организации туристского путешествия и стране пребывания.

8. Законодательные особенности предоставления полной и достоверной информации об организации туристского путешествия и стране пребывания туриста.

9. Классы обслуживания туристов на предприятиях туристской индустрии (транспорте, гостинице, ресторане и т.д.).

10. Продвижение туристского продукта: способы и их эффективность.

11. Документальное обеспечение реализации внутреннего туристского путешествия: основные документы. Пакет документов туриста.

12. Документальное обеспечение реализации международного туристского путешествия: основные документы. Пакет документов туриста.

13. Нормативно-законодательная база туристского обслуживания.

14. Особенности обслуживания туристов в офисе туристской фирмы при продаже туристского продукта.

15. Базовая схема организации туристского путешествия (международного и внутреннего).

16. Понятие рынка выездного туризма. Становление, современное состояние и особенности рынка выездного туризма в России и Санкт-Петербурге.

17. Понятие туристского рынка въездного туризма. Становление, современное состояние и особенности рынка въездного туризма в России и Санкт-Петербурге.

18. Индустрия и инфраструктура въездного и внутреннего туризма в Санкт-Петербурге.

19. Организация сопровождения туристов на туристских маршрутах.

20. Руководитель туристской группы: должностные обязанности, квалификация, этапы работы.

21. Руководитель туристской группы принимающей фирмы: должностные обязанности, этапы работы.

22. Руководитель туристской группы направляющей фирмы: должностные обязанности, этапы работы.

23. Пакет документов руководителя туристской группы. Документальное обеспечение сопровождения туристов.

24. Организация обслуживания туристов на автобусном маршруте.

25. Особенности организации обслуживания иностранных туристов на предприятиях индустрии туризма.

26. Особенности сопровождения групповых и индивидуальных туристов.

27. Основные этапы разработки нового туристского маршрута.

28. Взаимодействие туроператора с турагентами при продвижении и реализации турпродукта. Технология бронирования туров турагентством.

29. Контроль послепродажного обслуживания туристов и стимулирование потребителей.

30. Основные группы претензии туристов, работа с претензиями туристов.

III. Туроперейтинг

1. Определение туроперейтинга. Возникновение бизнеса туроперейтинга на туристском рынке.

2. Определение туроперейтинга. Основные различия между туроператором и турагентом.

3. Определение туроператора. Типы туроперейтинга.

4. Определение туроператора. Сущность инициативного и рецептивного туроперейтинга.

5. Определение туроперейтинга. Основные функции туроперейтинга.

6. Тенденциях развития современного туристского рынка. Приведите примеры туроператорских компаний-лидеров по популярным туристским направлениям.

7. Определение тура. Особенности индивидуального и группового туров.

8. Определение тура. Преимущества и недостатки заказных и включенных туров.

9. Определение турпродукта. Основные потребительские свойства туристского продукта и их характеристика.

10. Определение понятия «пакет услуг» и факторы, влияющие на его комплектацию.

11. Проектирование тура. Этапы проектирования услуги «туристское путешествие» согласно ГОСТ Р 50681-94.

12. Проектирование тура. Содержание документации, детализирующей требования к процессу обслуживания туристов.

13. Проектирование услуги «туристское путешествие». Документы для оформления данного тура.

14. Технологическая карта тура. Информационный листок к путевке туристского путешествия.

15. Общие требования к туристской услуге согласно ГОСТ Р 50690-2000. Рекомендуемые требования к туристской услуге.

16. Программа обслуживания. Порядок составления программы обслуживания.

17.Уровень обслуживания туристов. Оптимальная программа обслуживания.

18.Организации и предприятия, участвующие в обслуживании туристов на туре. Мера ответственности туроператора за обслуживание туристов на маршруте тура.

19.Выбор поставщика услуги. Оформление взаимоотношения с партнерами -поставщиками услуг.

20.Договор с поставщиками услуг. Правила оформления. Необходимые приложения к договору туроператора с поставщиками услуг.

21.Нормативно-правовые документы национального уровня, регулирующие договорные отношения в туризме.

22.Правовые документы международного уровня, регулирующие контрактные взаимоотношения в туризме.

23. Виды договоров с гостиничными предприятиями, их особенности.

24.Нормативные акты РФ и международные документы, регламентирующие авиаперевозки туристов и договорные взаимоотношения с авиакомпаниями.

25.Виды договоров с авиакомпанией. Агентское соглашение с авиакомпанией и его особенности.

26.Виды договоров с авиакомпанией. Продажа мест на регулярных авиарейсах, особенности такого договора. Организации чартерных программ. Стоимость чартерного авиарейса и всей цепочки.

27.Документы (российские и международные), которыми регламентируется организация автобусных перевозок туристов.

28.Виды договоров между туроператором и железной дорогой. Особенности таких договоров.

29.Договор с музеем и экскурсионным бюро и его особенности.

30.Договор между рецептивным и инициативным туроператорами при организации инклюзив-тура, заказного тура. Особенности таких договоров.

31.Атрибуты договора. Основные атрибуты договора между туроператорами.

32.Существенные условия договора в соответствии с ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»?

33.Виды приглашений и виз для поездки в другую страну. Данные анкеты для получения зарубежной визы.

34.Туристская виза. Порядок оформления и сроки действия туристской визы для выезда российских граждан за рубеж.

35.Шенгенская виза. Типы шенгенских виз. Правила получения шенгенской визы. Оформление национальной визы в страны Шенгенского соглашения.

36.Референс, срок его действия и способ получения. Порядок его переоформления.

37.Технология приглашения иностранных туристов в РФ. Документы необходимые иностранцу при обращении в российское консульство за туристской визой.

38.Туристский ваучер, правила его получения в туристских организациях.

39.Основные каналы реализации туристского продукта. Отличия внутренних и внешних каналов сбыта. Правила их использования.

40.Канал продвижения. Схемы рыночных каналов продвижения туристского продукта туроператора.

41.Агентское соглашение. Нормативные акты РФ, регламентирующие заключение агентских соглашений между туроператором и турагентом.

42.Порядок оформления агентского соглашения. Предмет и объект агентского соглашения. Необходимые условия агентского соглашения.

43.Форс-мажорным обстоятельства: их сущность и содержание.

Критерии оценки ответов по пятизначной шкале:

Цифровое выражение	Словесное выражение	Описание
5	Отлично	Ответы на основные и дополнительные вопросы полные и правильные. Поступающий способен обобщить материал, сделать собственные выводы, выразить свое мнение, привести иллюстрирующие примеры.
4	Хорошо	Ответы на основные вопросы полные и правильные, при наличии не существенных ошибок (не более 3х). Поступающий способен обобщить материал, сделать собственные выводы, выразить свое мнение, привести иллюстрирующие примеры.
3	Удовлетворительно	Ответы на основные вопросы неполные, в ответе существенные ошибки в основных аспектах темы.
2	Неудовлетворительно	Ответ только на один из двух основных вопросов - в ответе существенные ошибки в основных аспектах темы.

Если абитуриент набирает менее 3 баллов, он считается не прошедшим вступительное испытание.