

**Федеральное государственное автономное образовательное
учреждение высшего образования
РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ДРУЖБЫ НАРОДОВ
ИНСТИТУТ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА И ТУРИЗМА**

**УТВЕРЖДЕНА
Ученым Советом
Института гостиничного бизнеса и туризма
Протокол № 9 от «26» октября 2021 г.**

**ПРОГРАММА
вступительного междисциплинарного экзамена
в магистратуру по направлению подготовки
43.04.02 «Туризм»
профиль
«Планирование и развитие туризма»**

Москва -2021

ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ

Лица, имеющие высшее образование и желающие освоить программу магистерской подготовки по направлению подготовки 43.04.02 «Туризм», допускаются к конкурсу по результатам междисциплинарного экзамена. Целью проведения вступительного междисциплинарного экзамена является оценка уровня знаний, умений и навыков поступающих, которые соответствуют уровню бакалавриата (специалитета) и необходимы для успешного освоения магистерской программы в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта по направлению подготовки 43.04.02 «Туризм».

Программа вступительного междисциплинарного экзамена составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта по направлению 43.04.02 «Туризм», ОС ВО РУДН по направлению подготовки 43.04.02 «Туризм». Программа для подготовки к сдаче вступительного междисциплинарного экзамена разрабатывается и утверждается Ученым советом института.

1. ФОРМА И ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ ВСТУПИТЕЛЬНОГО МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО ЭКЗАМЕНА

Форма и порядок проведения регламентируются Правилами приема в ФГАОУ ВО «Российский университет дружбы народов» по программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры на 2021/22 учебный год, утвержденные Приказом ректора № 664 от 29.10.2021 г., и Приказом ректора «О составах экзаменационных комиссий для приема в магистратуру в 2021 году» № 140 от 04.03.2021 г. Вступительный междисциплинарный экзамен для поступающих в магистратуру по направлению подготовки 43.04.02 «Туризм» будет проходить в форме компьютерного теста формируемого электронной системой сопровождения экзаменов (ЭССЭ) методом случайной выборки заданий из подготовленного банка тестовых заданий, с автоматической проверкой электронной системой сопровождения экзаменов правильности выполненных заданий.

Проведение междисциплинарного экзамена в форме компьютерного теста на основе использования дистанционных образовательных технологий предусматривает ответы на 40 вопросов из банка тестовых заданий. Тестовые задания предусматривают выбор одного или нескольких правильных ответов из множества, задания на соответствие, задания с открытым числовым или другим ответом и др. Тест состоит из двух частей: **10 вопросов** теста - базовая часть программы, **30 вопросов** – специальная часть программы. На выполнение всего теста отводится 60 минут.

Тест оценивается из 100 баллов. Для вопросов с выбором одного правильного ответа: за правильный ответ начисляется **2,5 балла**, за неправильный - ноль. Для вопросов с выбором нескольких правильных ответов и вопросов на соответствия: за полный правильный ответ начисляется 2,5 балла, за частичный правильный ответ - учитывается каждая правильная часть ответа в процентном отношении.

Представление к зачислению в магистратуру производится из числа успешно сдавших тестирование в рамках выделенного на данное направление количества мест, на основании набранного по результатам тестирования количества баллов.

2. ОСНОВНЫЕ РАЗДЕЛЫ ПРОГРАММЫ

Состав дисциплин вступительного междисциплинарного экзамена, включающий следующие дисциплины:

- организация туристской деятельности;
- экономика;
- менеджмент;
- маркетинг;

позволяет комплексно определить уровень подготовки поступающих в магистратуру по направлению подготовки 43.04.02 Туризм.

3.1. ОРГАНИЗАЦИЯ ТУРИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Причины и факторы возникновения и развития туризма. Определение понятий «путешествие», «туризм», «турист», «туристская поездка», «экскурсант», «туристская индустрия». Цели, функции и задачи туризма. История развития туризма, характеристика сущности туризма. Факторы развития туризма. Классификация видов туризма. Права и обязанности турфирм и туристов. Классификация и виды туроперейтинга и туроператоров. Технология взаимоотношений туроператора с турагентом. Роль туроператора в формировании туристского продукта, его продвижении и реализации, условия деятельности туроператора.

Туристские услуги, входящие в турпродукт. Разновидности туров. Документальное оформление тура и взаимоотношений турфирмы с клиентом. Особенности деятельности туроператоров внутреннего, въездного и выездного туризма. Виды туроператоров. Инициативные и рецептивные туроператоры. Договорные отношения между туроператором и поставщиками туристских услуг. Договорные отношения между

рецептивными и инициативными туроператорами. Туроператоры и турагенты на международном туристском рынке.

Транспортное обеспечение в туризме, схема взаимоотношений туристских предприятий с транспортными организациями. Значение авиаперевозок в туризме. Понятие чартерного рейса. Туристские формальности и страхование в туризме. Паспортно-визовые формальности. Визовый и безвизовый въезд российских граждан на территорию иностранных государств. Визовый и безвизовый въезд иностранных граждан на территорию Российской Федерации. Таможенные формальности. Страхование в туризме, виды страхования. Страхование ответственности туроператора за ненадлежащее исполнение обязательств по договору о реализации турпродукта. Пути государственного регулирования туристской деятельности (создание нормативно-правовых актов, продвижение туристского продукта на внутреннем и международном туристских рынках, обеспечение безопасности туристов, стандартизация в туристской индустрии, сертификация туристского продукта и др.).

Недвижимые объекты культурного наследия. Нематериальное наследие. Памятники и ансамбли. Достопримечательные места. Типы памятников. Федеральные, региональные и муниципальные объекты культурного наследия. Состав, значение и распределение, особенности сохранения. История системы охраны культурного наследия. Международное право. Политика в сфере культурного наследия. Правовые формы организаций наследия. Российское право. Предмет охраны. Территория памятника. Зоны охраны памятника. Закон «Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов РФ». Негосударственные организации охраны наследия. Опыт создания и функционирования неправительственных некоммерческих организаций охраны наследия. Международный опыт. Национальные трасты. Перспективы развития негосударственного сектора.

Экологические проблемы сохранения и использования культурного и природного наследия. Многоканальное финансирование. Спонсорство и меценатство. Гранты и собственные средства. Волонтерство. Работа с местным сообществом при реализации социокультурных проектов. Деятельность по сохранению культурного наследия как фактор экономического развития. Показатели экономического эффекта. Оценка объектов культурного наследия. Историческая недвижимость. Особенности предпринимательской деятельности в сфере наследия. Культурный туризм. Угрозы и риски в сфере культурного туризма.

Характеристика гостиничной деятельности и гостиничного продукта. Определение индустрии гостеприимства как сферы туристской деятельности. Модели гостеприимства (европейская, азиатская, американская, восточноевропейская). Инновации в индустрии гостеприимства. Общие требования к организации гостиничной деятельности. Способы развития гостиничной деятельности. Содержание и особенности гостиничного продукта как комплекса услуг, его фиксированность во времени и месторасположению. Основные и дополнительные услуги. Создание и продвижение привлекательного гостиничного продукта. Гостиничный продукт как составляющая туров (индивидуальных, групповых, заказных, инклюзив-туров). Основные направления индустрии развлечений. Особенности конгрессного бизнеса. MICE- туризм и деловые массовые мероприятия в индустрии гостеприимства.

Классификация гостиниц в России и за рубежом. Система классификации гостиниц и других средств размещения. Мировые системы категоризации и классификации средств размещения. Типология гостиниц. Европейский стандарт классификации номеров. Взаимосвязь категории средств размещения и цены размещения. Стандартизация и система управления качеством в гостиничной индустрии. Ведущие международные гостиничные группы. Новые направления развития в мировом гостиничном бизнесе. Стратегия международной гостиничной сети. Индустрия общественного питания как сегмент индустрии туризма. Типы и разновидности предприятий питания в индустрии туризма.

Государственное регулирование гостиничной сферы. Постановление Правительства РФ от 16.02.2019 N 158 «Об утверждении Положения о классификации гостиниц». Правила предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации. Международные гостиничные правила. Кодекс отношений между гостиницами и турагентствами Всемирной федерации ассоциаций турагентств и Международной гостиничной ассоциации.

Основные понятия экскурсионной и выставочной деятельности в туризме. Возникновение, развитие и совершенствование экскурсионного дела в России и за рубежом. Современное понимание экскурсии. Сущность, признаки и функции экскурсии. Классификация экскурсий. Особенности организации и проведения экскурсий в музеях, на выставках, особо охраняемых территориях. Экскурсионные объекты и их характеристика. ГОСТ Р 54604-2011 «Туристские услуги. Экскурсионные услуги». Этапы разработки экскурсии. Методика проведения экскурсии. Проектирование экскурсионной программы. Выставочная деятельность в туризме. Выставки и ярмарки. Крупнейшие выставки мира и России. Методика подготовки и организации выставки. Правила успешного проведения выставки. Результативность выставочной деятельности

Правовое обеспечение туристской деятельности. Классификация направлений правового обеспечения туристской деятельности. Использование правовых норм различных отраслей права для регулирования отношений в сфере туризма. Основные положения нормативных правовых актов Российской Федерации, регулирующих в отраслях, предоставляющих услуги туристам (Кодекс торгового мореплавания, Воздушный кодекс, Устав железных дорог, Устав автомобильного транспорта, Кодекс внутреннего водного транспорта, Таможенный кодекс и другие).

Законодательство Российской Федерации по вопросам регулирования отношений в сфере туризма и гостеприимства. Положения Федерального закона «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации». Разработка предложений по совершенствованию туристского законодательства. Законодательные и нормативные акты субъектов Российской Федерации по вопросам туризма. Концепция развития туризма в Российской Федерации, утвержденная Правительством РФ. Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года.

Федеральный закон «О техническом регулировании». Стандартизация и сертификация в туризме. Основные положения государственного регулирования туристской деятельности в зарубежных странах. Принцип устойчивого развития туризма. Организация управления продвижением туризма на рынках других стран. Влияние нормативных документов Европейского Союза (ЕС) на развитие туризма. Разграничение полномочий по руководству туристской и гостиничной деятельностью, передача административных и законодательных полномочий местным органам власти.

Договорные отношения в туристском бизнесе. Основные положения регулирования отношений между организациями и предприятиями при осуществлении туристской деятельности. Законодательное регулирование взаимоотношений клиента (туриста) с туристскими фирмами и отелями, предоставляющими туристские и гостиничные услуги. Содержание и заключение договоров о туристском обслуживании.

Сущность, функции и виды предпринимательской деятельности в сфере туризма. Организационные формы предпринимательской деятельности в сфере туризма. Государственное регулирование предпринимательской деятельности. Инфраструктура бизнеса в сфере туризма. Формирование предпринимательской среды.

Конкуренция в предпринимательстве. Формирование конкурентной стратегии организации туристской деятельности. Малый бизнес и его место в системе предпринимательства. Предпринимательские риски и методы их предотвращения (минимизации). Оценка эффективности предпринимательской деятельности организаций в туризме. Совершенствование малого предпринимательства в сфере туристских услуг.

Основная литература

1. Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24.11.1996 N 132-ФЗ (последняя редакция) http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462/
2. Федеральный закон «Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации» от 25.06.2002 N 73-ФЗ (последняя редакция) http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_37318/
http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_11376/
3. Федеральный закон «О порядке выезда из Российской Федерации и въезда в Российскую Федерацию» от 15.08.1996 N 114-ФЗ (последняя редакция) URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_11376/
4. Гражданский кодекс Российской Федерации URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/
5. Федеральный закон «Об обществах с ограниченной ответственностью» от 08.02.1998 N 14-ФЗ (последняя редакция) URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_17819/
6. Таможенный кодекс Российской Федерации URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_215315/
7. «Кодекс торгового мореплавания Российской Федерации» от 30.04.1999 N 81-ФЗ URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_22916/
8. Федеральный закон «Устав железнодорожного транспорта Российской Федерации» от 10.01.2003 N 18-ФЗ (последняя редакция) URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_40444/
9. Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 (ред. от 29.07.2018) «О защите прав потребителей» URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_305/
10. Федеральный закон «Об акционерных обществах» от 26.12.1995 N 208-ФЗ (последняя редакция) URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_8743/
11. Федеральный закон «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей» от 08.08.2001 N 129-ФЗ (последняя редакция) URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_32881/
12. Федеральный закон «О техническом регулировании» от 27.12.2002 N 184-ФЗ (последняя редакция) URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_40241/
13. Федеральный закон «Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности» от 08.12.2003 N 164-ФЗ (последняя редакция) URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_45397/
14. Федеральный закон «О порядке выезда из Российской Федерации и въезда в Российскую Федерацию» от 15.08.1996 N 114-ФЗ (последняя редакция) URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_11376/
15. Распоряжение Правительства РФ от 20.09.2019 N 2129-р «Об утверждении Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года»
16. Косолапов А.Б. Организация туристской деятельности. Учебник. М.: Кнорус, – 2020. – 304 с.
17. Дехтярь, Г. М. Стандартизация, сертификация, классификация в туристской и гостиничной индустрии : учебное пособие для вузов / Г. М. Дехтярь. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 412 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12232-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://www.biblio-online.ru/bcode/452692>
18. Кулакова, Н. И. Технология и организация экскурсионных услуг: учебное пособие для вузов / Н. И. Кулакова, Т. В. Ганина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 127 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11353-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/456977>
19. Скобельцына, А. С. Технологии и организация экскурсионных услуг : учебник для вузов / А. С. Скобельцына, А. П. Шарухин. — 2-е изд., перераб. и доп. —

Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 262 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06902-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/455218>

20. Золотовский, В. А. Правовое регулирование в сфере туризма : учебное пособие для вузов / В. А. Золотовский, Н. Я. Золотовская. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 247 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02425-8. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://www.biblio-online.ru/bcode/453374>

21. Стребкова Л.Н. Основы предпринимательской деятельности: учеб. Пособие. / Л.Н. Стребкова. – Новосибирск: Изд-во НГУ, 2018.– 132. ISBN 978-5-7782-3346-1 Текст : электронный //URL: <https://e.lanbook.com/book/131841>

22. Золотовский, В. А. Правовое регулирование в сфере туризма : учебное пособие для вузов / В. А. Золотовский, Н. Я. Золотовская. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 247 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02425-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://www.biblio-online.ru/bcode/453374>

23. Сущинская, М. Д. Культурный туризм : учебное пособие для вузов / М. Д. Сущинская. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 157 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07374-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://www.biblio-online.ru/bcode/452660>

24. Актуальные проблемы развития туристской индустрии/ под ред. А.Д. Чудновского. М.: Кнорус, 2018. – 404 с.

Дополнительная литература

25. Игнатьева И.Ф. Организация туристской деятельности. Учебное пособие. СПб: Питер, 2018.– 448 с.

26. Трофимова, О. В. Основы делового общения и гостеприимства : учебное пособие / О. В. Трофимова, Е. В. Купчик. — 3-е изд., стер. — Москва : ФЛИНТА, 2019. — 258 с. — ISBN 978-5-9765-1542-0. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/115898> (дата обращения: 23.11.2020). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

27. Кобяк, М. В. Управление качеством гостиничного предприятия : учебник для вузов / М. В. Кобяк, С. С. Скобкин ; под редакцией С. С. Скобкина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 518 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12759-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://www.biblio-online.ru/bcode/448273>

28. Кудряшова О.А. Понятия, функции и значение выставочной деятельности [текст] / О.А. Кудряшова // Маркетинг в России и за рубежом. - 2012. - №5. - С. 58-71.

29. Хайретдинова, Н.Э. Организация экскурсионных услуг в индустрии гостеприимства: учебное пособие / Н.Э. Хайретдинова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Уфимский государственный университет экономики и сервиса». - Уфа: Уфимский государственный университет экономики и сервиса, 2018. - 176 с. : ил., табл., схем. - Библиогр. в кн.. - ISBN 978-5-88469-739-3; [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=445128>

30. Алексеев, С.В. Правовое регулирование предпринимательской деятельности: учебное пособие / С.В. Алексеев. - Москва: Юнити-Дана, 2018. - 502 с. - (Dura lex, sed lex). [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114493>

31. Правовое обеспечение сервиса и туризма. Электронный ресурс : практикум / Н. Ю. Давыдова. Электрон. текстовые данные. Оренбург: Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ, 2014. 102 с. 2227-8397.

32. Правовое обеспечение профессиональной деятельности [Текст/Электронный ресурс]: Учебник и практикум / К.М. Беликова [и др.]; под ред. А.Я. Капустина. – 2-е изд., перераб. и доп.: Электронные текстовые данные. – М.: Юрайт, 2018. – 382 с. – (Бакалавр. Прикладной курс) <http://librudn.ru/>

33. Бугорский, В. П. Правовое и нормативное регулирование в индустрии гостеприимства : учебник и практикум для вузов / В. П. Бугорский. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 165 с. — (Высшее образование). - ISBN 978-5-9916-9313-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: http://www.biblio-online.ru/bcode/452708_вузов

34. Герасимова О.О. Основы предпринимательской деятельности: учебное электронное издание. Текст : электронный //URL: <https://e.lanbook.com/book/135348>

35. Шеменова О.В. Организация предпринимательской деятельности / О.В. Шеменова, Т.В. Харитонов. – Москва: Издательство «Дашков и К», 2018- 296 с. - ISBN 978-5-394-01147-4— URL: <https://e.lanbook.com/book/93474>

36. Генова Н.М. Этика предпринимательской деятельности: курс лекций/ Н.М. Генова, В.В. Стебляк. - Омск: Изд-во Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского, 2018. – 128 с. – URL: <https://e.lanbook.com/book/119797>

37. Шульгина, Д. П. Культурное и природное наследие России : учебник для вузов / Д. П. Шульгина, О. В. Шульгина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 177 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10874-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://www.biblio-online.ru/bcode/456416>

3.2. ЭКОНОМИКА

Основные понятия. Общая экономическая теория как общественная наука, которая изучает поведение людей и групп в производстве, распределении и потреблении материальных благ в целях удовлетворения потребностей при ограниченных ресурсах, что порождает конкуренцию за их использование. Потребности, ресурсы и выбор.

Экономические блага (средства удовлетворения потребностей, имеющих в ограниченном количестве). Экономические ресурсы (факторы производства) как элементы, используемые для производства экономических благ и их классификация. Экономический кругооборот и экономические агенты. Кривая производственных возможностей. Понятие экономической системы. Основные элементы экономической системы. Типы экономических систем, их характеристики и отличительные черты.

Понятие рыночной экономики. Функции рынка. Рынок как совокупность трансакций (сделок). Классификация рынков. Закон спроса. Спрос как платежеспособная потребность покупателя в данном товаре при данной цене. Кривая спроса. Функция спроса – функция, определяющая спрос в зависимости от влияющих на него различных факторов. Эластичность спроса по цене (эластичный и неэластичный спрос).

Величина предложения. Функция предложения, кривая предложения. Закон предложения. Время и предложение: мгновенный, краткосрочный и долгосрочный периоды. Эластичность предложения по цене. Факторы, формирующие предложение: цены факторов производства и новые технологии, налоги и субсидии. Рыночное равновесие. Равновесная цена и равновесный объем продаж. Влияние изменений спроса и предложения на рыночное равновесие.

Производство и факторы производства. Источник производства (ресурсы). Группы ресурсов (природные, материальные, трудовые, финансовые). Факторы производства как реально вовлеченные в процесс производства ресурсы (земля, капитал, труд, предпринимательские способности, информация). Изокоста (прямая равных издержек). Производственная функция, отражающая зависимость между объемом применяемых фирмой ресурсов и максимально возможным выпуском продукции, произведенной в определенное время. Двухфакторную модель производственной функции Кобба-Дугласа. Совокупный и предельный продукт. Кривая производственной возможности. Изокванта как кривая постоянного (равного) продукта.

Закон убывающей предельной производительности (убывающей отдачи). Издержки производства и прибыль. Совокупный, средний, предельный доход. Экономические издержки. Внешние и внутренние издержки. Фиксированные (постоянные) и переменные, общие издержки. Точка безубыточности. Бухгалтерская, экономическая, нормальная прибыль. Показатели выпуска фирмы: общий, средний и предельный продукт.

Понятие полезности. Принцип убывающей предельной полезности (закон Госсена). Потребительский выбор, максимизирующий функцию полезности рационального потребителя в условиях ограниченности ресурсов (дохода).

Теория потребительского выбора. Постулаты теории потребительского выбора. Кривая безразличия и бюджетное ограничение. Предпочтение потребителя (ординалистская теория, Ф.Эджуорт, В. Парето, Е. Слуцкий, Р. Аллен и Дж. Хикс). Кривая «доход-потребление» и кривая «цена-потребление». Потребительское равновесие. Взаимодополняемость и взаимозаменяемость товаров и услуг. Эффект замещения (субституции).

Макроэкономика как отрасль экономической науки. Классическая и кейнсианская модель. Особенности макроэкономического анализа. Макроэкономическое агрегирование рынков. Реальный и монетарный сектор экономики. Макроэкономические связи. Общественное воспроизводство. Кругооборот доходов и продуктов в макроэкономической системе. Модель кругооборота с участием финансовых рынков, государства, иностранного сектора.

Секторы национальной экономики. Институциональная единица. Кругооборот доходов и продуктов в простой экономической системе. Понятие системы национальных счетов. Показатели системы национальных счетов. Валовой внутренний продукт (ВВП) и валовой национальный продукт (номинальный, реальный ВНП), дефлятор ВВП. Совокупный общественный продукт (СОП). Валовой национальный располагаемый доход (ВНРД). Чистый национальный продукт (ЧНП). Национальный доход (НД). Личный доход

(ЛД). Располагаемый личный доход (РЛД). Макроэкономические тождества. Способы расчета ВВП, ВВП (метод конечного использования, по добавленной стоимости (производственный метод), по доходам (распределительный метод).

Государственный бюджет. Структура и принципы построения государственного бюджета. Принципы построения госбюджета. Дефицит и профицит бюджета. Циклическое балансирование госбюджета. Мультипликатор государственных расходов. Государственный долг и способы его погашения. Платежный баланс бюджета. Государственный долг и его влияние на функционирование экономики. Система налогообложения, основные функции налогов. Принципы налогообложения.

Рынок денег. Спрос, предложение, эмиссия денег. Система неразменных кредитных денег. Денежное обращение. Равновесие на денежном рынке. Кривая ликвидности денег, модель Хансена. Инфляция в современной экономике. Инфляция: сущность и виды. Социально-экономические последствия инфляции. Антиинфляционные мероприятия государства.

Основная литература

1. Микроэкономика : учебник и практикум для вузов / Г. А. Родина [и др.] ; под редакцией Г. А. Родиной. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 330 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07343-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://www.biblio-online.ru/bcode/449985>

2. Экономика. Базовый курс: учебное пособие для студентов неэкономических специальностей.— Изд. 2-е/ под ред. В.А. Исаева, А.В. Савинского.— М.: РУДН, 2017.-304 с.

3. Макроэкономика : учебник для вузов / под общей редакцией В. Ф. Максимовой. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 171 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9802-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://www.biblio-online.ru/bcode/453038>

Дополнительная литература

4. Борисов Е. Ф., Петров А. А., Березкина Т. Е. Экономика. Учебник для бакалавров. М.: Проспект. 2020. 272 с.

5. Ивашковский С.Н. Экономика для менеджеров: микро и макроуровень. М.: Дело. – 2019, – 408 с.

6. Корнейчук, Б. В. Макроэкономика. Продвинутый курс : учебник и практикум для вузов / Б. В. Корнейчук. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 385 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02582-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://www.biblio-online.ru/bcode/451296>

7. Ефимова, Е.Г. Экономика : учебник / Е.Г. Ефимова. - 4-е изд., стер. - Москва : Издательство «Флинта», 2018. - 392 с. : табл., граф. - ISBN 978-5-89349-592-8 ; [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page>.

8. Лукашенко М. А., Ионова Ю. Г., Михненко П. А. Экономика. Учебник. В 2 частях. Часть 1. М.: Издательский дом Университета «Синергия», 2019.— 364 с.

9. Лукашенко М. А., Алавердов А.Р. Г. Экономика. Учебник. В 2 частях. Часть 2. М.: Издательский дом Университета «Синергия». 2018, – 384 с.

10. Поликарпова, Т. И. Основы экономики : учебник и практикум / Т. И. Поликарпова. — 4-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. —

254 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-07771-1. — URL : <https://urait.ru/bcode/453556>

11. Рыбина, З.В. Экономика : учебное пособие / З.В. Рыбина. - 2-е изд. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2017. - 550 с. : ил., табл. - ISBN 978-5-4475-8777-2 ; [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page>.

12. Шимко П.Д. Экономика. Учебник и практикум для академического бакалавриата. М.: Юрайт, 2019. – 462 с.

3.3. МЕНЕДЖМЕНТ

Рыночная экономика и менеджмент: понятия, сущность, цели, задачи и функции менеджмента, опыт менеджмента за рубежом, возможность его использования в России. Краткий исторический обзор науки о менеджменте. Основные школы управления. Менеджер и его функции. Качества менеджера. Психология менеджмента. Бизнес и предпринимательство. Внутренняя и внешняя среда бизнеса. Внешние связи и возможности менеджмента, налаживание взаимовыгодного сотрудничества. Организация – объект менеджмента. Цели и задачи управления предприятием. Процессный, системный и ситуационный подход к управлению. Внутренние переменные организации. Организация и ее среда.

Мотивационные концепции. Современные теории мотивации. Мотивация персонала. Создание системы мотивации труда. Формы власти и влияния. Система материальной заинтересованности на предприятиях. Сравнительный анализ содержательных теорий мотивации. Процессуальные теории мотивации: теория ожиданий В. Врума; теория справедливости (равенства); концепция Л. Портера и Э. Лоулера. Концепция партисипативного управления. Методы совершенствования мотивации и повышения результативности труда.

Значение коммуникаций в организациях. Система коммуникаций. Коммуникационный процесс. Личностные сети коммуникаций. Преграды на пути коммуникаций, обратная связь в коммуникационном процессе. Виды коммуникаций: коммуникации между организацией и ее средой, коммуникации между уровнями и подразделениями, коммуникации по восходящей и нисходящей, неформальные коммуникации. Вербальные и невербальные коммуникации. Коммуникационный процесс: элементы и этапы. Виды коммуникационных каналов и сетей. Сложность взаимного общения и пути его совершенствования.

Этика делового общения. Управление конфликтами. Процесс принятия решений. Методы принятия решений. Сущность и смысл контроля. Основные виды контроля. Поведенческие аспекты контроля. Характеристики эффективного контроля. Роль и значение контроля в организации. Виды контроля. Характеристика предварительного,

текущего и заключительного контроля. Этапы реализации процесса контроля. Поведенческие аспекты контроля. Эффективность контроля. Функции контроля в экономическом механизме менеджмента. Особенности организации контроля. Управление как цикл решения проблем.

Виды управленческих решений. Характеристика процесса принятия решения и его этапы. Факторы, влияющие на принятие решения. Факторы, влияющие на процесс принятия решений. Технология принятия управленческих решений Проблемы риска, стратегия и тактика принятия решений. Формирование условий для реализации решений.

Общее и отличное в понятиях лидер и менеджер. Подходы к изучению лидерства. Традиционные концепции лидерства: концепция личных качеств, концепция лидерского поведения. Теории ситуационного лидерства. Сравнительный анализ ситуационных моделей лидерства. Современные теории лидерства: причинно-следственный подход к изучению лидерства, концепция харизматического лидерства, концепция преобразующего лидерства.

Основная литература

1. Маслова, Е.Л. Менеджмент: учебник / Е.Л. Маслова. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2018. - 333 с.: табл., схем., ил. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02414-6; [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452863>
2. Иванова, И. А. Менеджмент: учебник и практикум для вузов / И. А. Иванова, А. М. Сергеев. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 305 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04184-2. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://www.biblio-online.ru/bcode/450097>
3. Иванова, И. А. Менеджмент: / И. А. Иванова, А. М. Сергеев. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 305 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-7906-0. — URL: <https://urait.ru/bcode/452215>

Дополнительная литература

4. Герчигова, И.Н. Менеджмент: практикум: учебное пособие / И.Н. Герчигова. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва: Юнити-Дана, 2018. - 799 с.: табл., граф., схемы - (Золотой фонд российских учебников). - Библиогр. в кн. - ISBN 5-238-00889-9; [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115014>
5. Глызина, М. П. Менеджмент: учебно-практическое пособие / М. П. Глызина, Л. И. Дуброва, Е. А. Иванова; Донской государственный технический университет. - Ростов-на-Дону: ДГТУ, 2018. - 134 с.: табл
6. Информационный менеджмент: учебное пособие / Н.Д. Эриашвили, Г.Г. Чараев, О.В. Сараджева и др.; под ред. Н.Д. Эриашвили; ред. Е.Н. Барикаева. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва: Юнити-Дана, 2018. - 415 с.: ил., схем., табл. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-02730-2; [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=426579>
7. Петров, А. Н. Менеджмент в 2 ч. Часть 2. : учебник для вузов / А. Н. Петров; ответственный редактор А. Н. Петров. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 299 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02084-7. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://www.biblio-online.ru/bcode/452009>

8. Максимцев, И. А. Операционный менеджмент: Учебник для вузов/ И.А. Максимцев [и др.] – СПб.: Питер, 2018. –544 с.
9. Первушина, Т. Л. Организация производства и менеджмент : учебное пособие / Т. Л. Первушина. — Красноярск : СибГУ им. академика М. Ф. Решетнёва, 2019. — 84 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/147457> (дата обращения: 23.11.2020). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
10. Менеджмент. Практикум : учебное пособие для вузов / Ю. В. Кузнецов [и др.] ; под редакцией Ю. В. Кузнецова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 246 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00609-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://www.biblio-online.ru/bcode/450764>
11. Операционный менеджмент : учебное пособие / В. И. Тележников, Т. П. Тихоненко, Н. Г. Шебеко, Т. Л. Бородко ; под ред. В. И. Тележникова. – Минск : Амалфея, Минск : Мисанта, 2019. –460 с
12. Петрович, М. В. Управление организацией : учебник / М. В. Петрович ; Академия управления при Президенте Республики Беларусь. – 2–е изд., стер. – Минск : [б. и.], 2017. – 479 с.
13. Пихлер, Роман. Управление продуктом в SCRUM: agile–методы для вашего бизнеса / Роман Пихлер ; пер. А. Коробейников. – Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2019. – 227
14. Киселев, М. В. Управляй будущим: как принимать решения в условиях неопределенности / М. В. Киселев ; Школа бизнеса «Синергия». – Санкт–Петербург [и др.] : Питер, 2019. – 187, [1] с. : ил. – (Практика лучших бизнес–тренеров России)

3.4. МАРКЕТИНГ

Маркетинговая информация – исходная позиция для разработки и планирования маркетинговой политики турфирмы. Основные этапы маркетинговых исследований. Основные объекты исследований туристского рынка.

Маркетинговая информационная система (МИС), ее значение для принятия решений. Основные элементы МИС: специалисты, техника и технология, источники информации, организационная форма.

Потребительский рынок как исходная позиция маркетингового планирования. Сегментация туристского рынка, влияние различных факторов на сегментацию рынка. Потребители - центральный элемент системы туристского рынка. Группы потребителей и их характеристики. Модели поведения потребителей. Удовлетворение запросов потребителей – основа успешной деятельности туристского предприятия.

Маркетинговая среда: понятие макро – и микросреды предприятия туристической индустрии. Маркетинговая макросреда: основные факторы (демографические, экономические, политические, техногенные, законодательные) и их влияние на деятельность туристических компаний. Маркетинговая микросреда (внутренняя и внешняя): предприятия, поставщики, конкуренты, потребители, контактные аудитории, ситуационный анализ маркетинговой

среды, матрица SWOT-анализа. Стратегия развития предприятия и стратегия маркетинга. Выбор и разработка маркетинговой стратегии туристского предприятия,

Турпродукт как комплекс необходимых услуг для туристского путешествия. Основные характеристики продукта: его потребительское свойство (пакет услуг, функциональные особенности, качественный уровень). Основные этапы разработки продукта: генерирование идей, определение концепции нового продукта, его позиционирование на рынке, выбор стратегии продвижения и сбыта продукта, пробный маркетинг, коммерциализация турпродукта. Жизненный цикл туристского и гостиничного продукта, характеристика этапов. Торговая марка предприятия и ее роль в мероприятиях маркетинга и продаж. Ценообразование в туристской индустрии и политика цен на туристские и гостиничные услуги.

Установление коммуникативных связей с потребителями туристских услуг с целью ознакомления их о предлагаемых турах и возможностью приобретения этих туров. Коммуникационные связи и продвижение турпродукта. Основные каналы продвижения турпродукта: реклама, связи с общественностью (PR - public relation), стимулирование продаж, прямой маркетинг, цифровой (digital) маркетинг. Реклама как основной канал продвижения продукта туристскими фирмами и отелями. Виды и средства рекламы в туристской индустрии и гостеприимстве. Стратегия, тактика и особенности продвижения туристского, гостиничного продукта на рынке услуг.

Основная литература

1. Шубаева, В. Г. Маркетинг в туристской индустрии : учебник и практикум для вузов / В. Г. Шубаева, И. О. Сердобольская. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 120 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08449-2.
2. Восколович, Н. А. Маркетинг туристских услуг : учебник и практикум для вузов / Н. А. Восколович. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 191 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08265-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://www.biblio-online.ru/bcode/450596>

Дополнительная литература

3. Глушаков, В. Е. Результативный маркетинг: как найти, создать и удержать клиентов компании : (конкретные решения приоритетных задач в белорусских реалиях) / В. Е. Глушаков. — Минск : Колорград, 2018. — 207 с.
4. Коль, О. Д. Маркетинг в туристской индустрии : учебник и практикум для вузов / О. Д. Коль. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 355 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04332-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://www.biblio-online.ru/bcode/450891>;
5. Котлер, Филип. Маркетинг менеджмент: экспресс-курс / Филип Котлер, К. Л. Келлер. — 3-е изд. — СПб. и др. : Питер, 2017. — 479 с. : ил. — (Классический зарубежный учебник).
6. Международный маркетинг : учебник и практикум для вузов / И. В. Воробьева [и др.] ; под редакцией И. В. Воробьевой, К. .. Пецольт, С. Ф. Сутырина. — Москва : Издательство

- Юрайт, 2020. — 398 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02455-5. — URL : <https://urait.ru/bcode/450356>
7. Синяева, И.М. Маркетинг : учебник / И.М. Синяева, С.В. Земляк, В.В. Синяев ; под ред. Л.П. Дашкова. - 4-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2018. - 750 с. : ил. - Библиогр.: с. 725-730. - ISBN 978-5-394-02387-3 ; [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453934>.
8. Шубаева, В. Г. Маркетинговые технологии в туризме : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. Г. Шубаева, И. О. Сердобольская. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 120 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10550-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://www.biblio-online.ru/bcode/456729>
9. Киган, Роберт. Культура для каждого: как стать организацией осознанного развития / Роберт Киган, Лайза Лэскоу Лейхи ; при участии Мэттью Миллера, Энди Флеминга, Деборы Хелсин ; пер. М. Попов. – Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2019. –
10. Скобкин, С. С. Маркетинг и продажи в гостиничном бизнесе : учебник для вузов / С. С. Скобкин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 197 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07356-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://www.biblio-online.ru/bcode/453850>
11. Кирьянова, Л. Г. Маркетинг и брендинг туристских дестинаций : учебное пособие для вузов / Л. Г. Кирьянова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 264 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9266-3. — URL : <https://urait.ru/bcode/451797>
12. Филлипс, Тим. Управление на основе данных: как интерпретировать цифры и принимать качественные решения в бизнесе / Тим Филлипс ; пер. Ю. Константинова. – Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2019. – 191 с.

**4. ПРИМЕРНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ ПО ВСТУПИТЕЛЬНОМУ
МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОМУ ЭКЗАМЕНУ
ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 43.04.02 ТУРИЗМ
ПРОФИЛЬ
«ПЛАНИРОВАНИЕ И РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА»**

Организация туристской деятельности

1. Классификация туризма, факторы развития туризма, функции туризма.
2. Сущность, состояние и тенденции развития туристской индустрии.
3. Туристские формальности и страхование в туризме.
4. Особенности формирования и предоставления туристских услуг.
5. Международные акты, регулирующие деятельность мировой туристской индустрии.
6. Деятельность туристских операторов и туристских агентств.
7. Типология туристских предприятий (туроператоры).
8. Инфраструктуры туризма.
9. Понятие туристской дестинации.
10. Нормативно-правовое регулирование туристской деятельности в РФ.
11. Туризм как вид предпринимательской деятельности.
12. Международная туристская безопасность и туристские формальности.
13. Международный туризм и международные туристские организации.
14. Транспортная система и ее роль в туризме.
15. Классификация гостиниц в России и за рубежом.
16. Основные и дополнительные услуги предприятий размещения.
17. Индустрия общественного питания как сегмент туристской индустрии.
18. Структура, функции и признаки экскурсий.
19. Политика в сфере культурного наследия.

20. Культурный туризм. Угрозы и риски в сфере культурного туризма.

Экономика

21. Потребности, ресурсы и экономический выбор.
22. Экономический кругооборот.
23. Производственные возможности.
24. Типы экономических систем и их основные признаки.
25. Сущность рынка, его структура и функции.
26. Закон спроса и закон предложения.
27. Эластичность спроса и предложения.
28. Понятие полезности и принцип убывающей предельной полезности.
29. Теория потребительского выбора. Кривая безразличия.
30. Производство и факторы производства.
31. Закон убывающей предельной производительности.
32. Издержки производства и прибыль.
33. Условие безубыточности и максимизации прибыли.
34. Спрос и предложение денег. Эмиссия денег.
35. Понятие общественного производства.
36. Инфляция: сущность и виды. Социально-экономические последствия инфляции.
37. Показатели системы национальных счетов.
38. Способы расчета ВВП (ВНП).
39. Основные макроэкономические тождества.
40. Структура и принципы построения государственного бюджета.

Менеджмент

41. Цели, задачи и функции управления. Их классификация.
42. Организация как система и объект управления
43. Внутренняя и внешняя среда организации.
44. Планирование реализации стратегии.
45. Мотивационные концепции. Современные теории мотивации.
46. Методы совершенствования мотивации и повышения результативности труда.
47. Технология принятия управленческих решений. Методы принятия решений.
48. Поведенческие аспекты контроля. Характеристики эффективного контроля.
49. Понятие, классификация и характеристика организационных структур управления.
50. Понятие и классификация управленческих решений.
51. Процесс принятия управленческого решения.
52. Классификация методов принятия решений.
53. Методы управления.
54. Использование моделей в управлении. Типы моделей, их характеристики.
55. Коммуникации и информация в управлении.
56. Коммуникационный процесс: элементы и этапы.
57. Основные тенденции развития компаний в 21 веке.
58. Модернизация управленческих структур.
59. Подходы к изучению лидерства. Современные теории лидерства.
60. Лидерство в новых организационных формах.

Маркетинг

61. Сущность и функции маркетинга.
62. Определение маркетинга. Комплекс маркетинга.
63. Концепции управления маркетингом. Типы маркетинга.
64. Маркетинговая среда фирмы. Макросреда и микросреда маркетинга.
65. Основные каналы продвижения турпродукта: реклама, PR, стимулирование продаж.
66. Технология рекламной деятельности в комплексе продвижения.
67. Ценообразование и политика цен на услуги.
68. Рынок: его сущность, функции, структура, классификация.
69. Потребительский рынок как исходная позиция маркетингового планирования.

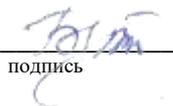
- 70 Приемы и методы маркетинговых исследований.
71. Методы изучения и анализа запросов потребителей.
72. Продвижение продукта, услуг. Организация продаж продукта, услуг.
73. Функциональные маркетинговые стратегии.
74. Стратегическое маркетинговое планирование.
75. Маркетинговая информационная система.
76. Модель покупательского поведения. Социальные и культурные факторы, влияющие на покупательское поведение.
77. Система интегрированных маркетинговых коммуникаций.
78. Целевые рынки: проблемы и технологии развития.
79. Современные тенденции сегментирования.
80. Классические и современные методы сегментирования целевых рынков.

Программу составили:

д.э.н., профессор

кафедры туризма и гостиничного дела

должность, название кафедры


подпись

Е.С. Богомолова

инициалы, фамилия

к.э.н., доцент

кафедры туризма и гостиничного дела

должность, название кафедры


подпись

О.Ю. Зевеке

инициалы, фамилия