

Согласовано  
Советом факультета экономики и  
управления

Утверждаю  
Председатель приемной комиссии  
ФГБОУ ВО «СОГУ»

А.У. Огоев

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2024 г.



## **ПРОГРАММА**

вступительных испытаний на базе высшего образования при приеме на  
обучение по образовательным программам высшего образования –  
программам магистратуры в 2024 году

### **43.04.02 Туризм**

Составитель: к.г.н.,  
доцент кафедры менеджмента,  
маркетинга и туризма  
Калоева З.Ю.

## Содержание

Часть 1. Правила проведения вступительного испытания

Часть 2. Программа вступительного испытания

Раздел 1. Туризм в современном рынке услуг

Раздел 2. Туризм как вид деятельности

Раздел 3. Индустрия туризма

Раздел 4. География туризма

Раздел 5. Маркетинг в индустрии туризма

Раздел 6. Менеджмент в индустрии туризма

Раздел 7. Техника и технологии в туристской индустрии

Список рекомендуемых источников информации

Приложение 1. Перечень вопросов для вступительных экзаменов

Приложение 2. Образцы билетов вступительного экзамена

## **Часть I. Правила проведения вступительного испытания**

Вступительное испытание по направлению подготовки **43.04.02 Туризм**на магистерскую программу «Индустрия туризма и гостеприимства» представляет собой комплексный экзамен, который проводится в устной форме по билетам за подписью председателя экзаменационной комиссии - декана факультета управления.

Билет состоит из двух вопросов, отражающих основные разделы программы вступительных испытаний.

Оценка знаний абитуриентов проводится по 100- балльной шкале по **критериям**, представленных в нижеследующей таблице:

<b>Дисциплина раздела программы вступительных испытаний</b>	<b>Максимальное количество баллов за ответ</b>
Вопрос 1	50
Вопрос 2	50
<b>Итого</b>	<b>100</b>

**Минимальное количество баллов - 56.**

Форма проведения экзамена: устная; очная/или дистанционная

Настоящая программа соответствует требованиям, предъявляемым к образовательным программам Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки **43.04.02 Туризм**(уровень магистратуры), утвержденным Приказом Минобрнауки России от 06 июня 2017 года №556. К лицам, поступающим на магистерские программы по направлению подготовки 43.04.02 Туризм, предъявляются общие требования для поступления на магистерские программы ФГБОУ ВО «Северо-Осетинский государственный университет имени К.Л. Хетагурова».

Вступительные испытания (вступительный экзамен) принимается сформированной и утвержденной приказом ректора ФГБОУ ВО «Северо-Осетинский государственный университет имени К.Л. Хетагурова» приемной комиссией, только при наличии необходимого кворума в присутствии председателя комиссии. Вступительный экзамен проводится в заранее

подготовленной и определенной аудитории Северо-Осетинского государственного университета имени К.Л. Хетагурова, в которой оборудуются места для экзаменационной комиссии и индивидуальные места для студентов. Во время экзамена члены комиссии наблюдают за самостоятельной подготовкой к ответу.

К началу экзамена должны быть приготовлены и находиться в аудитории:

- приказ о составе приемной комиссии;
- экзаменационные билеты в запечатанном конверте;
- сведения о претендентах, сдающих экзамен, подготовленные в приемной комиссии университета;
- список студентов, сдающих экзамен;
- протоколы сдачи экзамена;
- экзаменационная ведомость для выставления оценок по вступительному испытанию.

В аудиторию запрещается вносить объемные сумки, пакеты, аудио- и видеотехнику, мобильные телефоны, компьютеры, и другие технические средства.

Процедура вступительного экзамена включает три этапа:

1. Начало экзамена.
2. Заслушивание ответов.
3. Подведение итогов экзамена.

Начало экзамена. В день экзамена перед началом экзамена абитуриенты, поступающие в магистратуру, приглашаются в аудиторию, где председатель приемной комиссии:

- знакомит присутствующих и экзаменующихся с приказом о создании приемной комиссии, зачитывает его и представляет экзаменующимся состав комиссии персонально;

- вскрывает конверт с экзаменационными билетами, проверяет их количество и раскладывает на специально выделенном для этого столе;

- даёт общие рекомендации экзаменуемым по подготовке ответов, устному изложению вопросов билета, а также по ответам на дополнительные вопросы;

- оставляет в аудитории пять студентов, которые выбирают билеты, называют свою фамилию, имя, отчество и номер билета, занимают свободные места за столами для подготовки ответов.

Вступительный экзамен проводится устно по индивидуальным билетам, которые берет каждый абитуриент методом «случайного выбора». Заслушивание ответов. Абитуриенты, подготовившись к ответу, поочередно занимают место перед комиссией для сдачи экзамена. Для ответа каждому студенту отводится примерно 20-30 минут.

Дополнительные вопросы тесно связаны с основными вопросами билета. Право выбора порядка ответа на вопросы билета предоставляется экзаменуемому абитуриенту. В обоих из этих вариантов комиссия, внимательно слушая экзаменуемого, предоставляет ему возможность дать полный ответ по всем вопросам билета вступительных испытаний. В некоторых случаях по инициативе председателя или членов комиссии ответ студента может быть тактично приостановлен. При этом дается краткое, но убедительное пояснение причины приостановки ответа: ответ явно не по существу вопроса, ответ слишком детализирован, экзаменуемый допускает ошибку в изложении нормативных актов, статистических данных и пр. Другая причина - когда студент грамотно и полно изложив основное содержание вопроса, продолжает его развивать. Если ответ остановлен по первой причине, то экзаменуемому предлагают перестроить содержание излагаемой информации сразу же или после ответа на другие вопросы билета. Заслушивая ответы каждого экзаменуемого, вступительная комиссия подводит краткий итог ответа, проставляет соответствующие баллы в экзаменационную ведомость в соответствии с рекомендуемыми критериями. Ответивший абитуриент сдает свои записи, сделанные при подготовке ответов на вопросы билета вступительных испытаний.

Подведение итогов сдачи экзамена. После ответа последнего студента под руководством председателя приемной комиссии проводится обсуждение и выставление оценок. По каждому абитуриенту решение о выставяемой оценке должно быть единогласным.

Члены комиссии имеют право на особое мнение по оценке ответа отдельных лиц. Оно должно быть мотивированно и записано в протокол. Одновременно формулируется общая оценка уровня теоретических и практических знаний экзаменующихся, выделяются наиболее грамотные компетентные ответы.

Результат вступительного экзамена на магистерскую программу определяется по 100 балльной шкале. Они объявляются в тот же день после оформления в установленном порядке протоколов заседаний приемной комиссии и размещаются на официальном сайте Северо- Осетинского государственного университета имени К.Л. Хетагурова.

Абитуриент, не сдавший вступительный экзамен в магистратуру, допускается к нему повторно, но не ранее чем через один год.

## **Часть 2. Программа вступительного испытания**

### **Раздел 1. Туризм в современном рынке услуг**

Сфера услуг в современном обществе. Понятия «постиндустриальное», «информационное» общество и место в нем сферы услуг. Сервисная экономика как атрибут постиндустриального общества. Клиентоориентированный характер постиндустриальной экономики. Секторы экономики. Формирование и особенности рынка услуг. Факторы, определяющие развитие рынка услуг. Классификация услуг. Виды услуг и их основные группы. Рекреационные услуги – услуги туризма и отдыха. Туризм и его значение для развития общества. Социально-экономическое значение туризма. Основные функции туризма. Туризм и повышение уровня жизни населения. Концепция благосостояния и политика развития туризма. Туризм и социальные проблемы общества. Влияние туризма на оздоровление общества. Туризм как культурологическое явление. Туризм и процессы глобализации. Национальная экономика, инвестиции и туризм.

### **Раздел 2. Туризм как вид деятельности**

Категории «туризм» и «путешествие». Туризм и его виды. Въездной, выездной и внутренний туризм. Основные виды туризма по Российскому законодательству. Взаимосвязь различных видов туризма. Туристский бизнес. Характерные черты туристского бизнеса. Основные факторы, влияющие на развитие туристского бизнеса. Занятость в туристской сфере. Количественные и качественные параметры занятости. Занятость и развитие туристских регионов. Туристский продукт и его потребительские свойства. Затраты на производство турпродукта. Характерные черты туристского рынка. Основные компоненты туристского рынка. Показатели спроса на туристский продукт. Предложение турпродукта.

Поведение туристской фирмы на рынке. Организация туристских путешествий. Создание привлекательного турпродукта. Туристские ресурсы. Классификация туристских ресурсов. Окружающая среда и туризм. Национальные парки и их использование в туристской деятельности. Туристский регион. Признаки туристского региона. Факторы, влияющие на развитие туристского региона.

### **Раздел 3. Индустрия туризма**

Роль индустрии туризма в развитии национальной экономики. Основные компоненты современной индустрии туристского бизнеса. Специфика и особенности индустрии туризма, факторы роста. Экономическое значение развития индустрии туристского бизнеса. Предприятия организации туризма. Туроператоры и турагенты: оперативная деятельность и полномочия.

Обеспечение безопасности в туризме. Стандартизация и сертификация туристских услуг. Страхование в туризме.

Предприятия транспорта. Качество транспортного обслуживания. Воздушный и водный транспорт. Круизный бизнес на мировом и российском туристском рынке. Железнодорожный транспорт. Организация и особенности туристских путешествий на железнодорожном транспорте. Автомобильный и автобусный транспорт. Организация туристских путешествий на внутренних и международных маршрутах автомобильным транспортом. Комплексное использование различных видов транспорта при организации путешествия.

Предприятия размещения туристов. Современная гостиничная индустрия. Гостиничные цепи. Международные гостиничные ассоциации. Гостиничная услуга: характер и особенности.

Предприятия питания в индустрии туризма. Функции предприятий питания.

Экскурсионное обслуживание в туристской индустрии. Роль учреждений культуры в развитии туризма.



Предприятия досуга и развлечений. Аттрактивная и анимационная деятельность в туристской практике.

#### **Раздел 4. География туризма**

Значение и роль физико-географических факторов и ресурсов. Природные рекреационные ресурсы. Экономико-географические факторы и ресурсы. Уровень развития туристской инфраструктуры. Этнические факторы и ресурсы. Культурно-исторические факторы и ресурсы. Туристско-рекреационное районирование как особое направление в географии туризма.

Значение районообразующих факторов в формировании туристских районов. Туристские регионы РФ и мира.

География деловых поездок. Паломнический туризм. Экотуризм. Лечебно-оздоровительный туризм. Курорт: понятие и признаки. Требования, предъявляемые к современным курортам. Классификация курортов. Учреждения лечебно-оздоровительного отдыха на курортах. Санатории и их профили. Пансионаты. Сеть учреждений отдыха. Туризм и рекреация: общее и различия.

**Туристский рынок: сущность, особенности, тенденции развития.** Определение понятия туристского рынка. Предпосылки возникновения туристского рынка. Виды рынков и их структура. Функции рынка. Ценообразующая функция. Информационная функция. Регулирующая функция. Посредническая функция. Санирующая функция. Понятие конкуренции. Защита конкурентной среды. Особенности объектов и субъектов рыночных отношений в туризме. Механизм функционирования рынка туристских и гостиничных услуг. Процессы глобализации в международном туризме и гостеприимстве. Правовое регулирование туристской деятельности. Основные законодательные акты, регулирующие туристскую деятельность в РФ

#### **Раздел 5. Маркетинг в индустрии туризма**

Сущность и цели туристского маркетинга. Основные функции маркетинга. Видывмаркетинга. Характеристика потребительского поведения туриста. Миссия, видение и уникальное туристское предложение. Разработка новых туристских товаров и услуг. Стадии разработки турпродукта. Жизненный цикл турпродукта. Продвижение туристских товаров и услуг. Определение стратегии продвижения на рынке. Особенности продвижения турпродукта на международных рынках. Товарная марка в туризме: марочный знак и его качество. Туристский бренд. Способы оценки бренда. Пирамида ценностей туристского бренда. Маркетинговое исследование в туризме. Исследование потребителей туруслуг. Исследование конкурентов. Исследование цен на турпродукт. Системы стимулирования сбыта. Внутренний маркетинг туристской компании. Маркетинговый подход к управлению кадрами. Системы поощрения. Территориальный маркетинг. Стратегии маркетинга туристских территорий. Имидж туристской территории. Маркетинговая привлекательность. Маркетинг развития туристской инфраструктуры.

## **Раздел 6. Менеджмент в индустрии туризма**

Специфика туризма как объекта управления. Методы управления туристским предприятием. Принципы эффективного менеджмента туризма. Стратегическая роль управления человеческими ресурсами в сфере туризма. Воздействие внешних факторов на управление персоналом в туризме. Современные способы организации труда. Привлечение эффективного персонала. Подбор и подготовка персонала. Управление персоналом на предприятиях индустрии туризма. Развитие персонала и профессиональное обучение. Организационное поведение. Личность и поведение. Природа и типы профессиональных конфликтов. Деятельность туристских менеджеров. Принятие решений. Типы решений. Модели принятия решений. Влияние

личности турменеджера на принятие решений. Управление кризисами и неожиданными событиями.

## **Раздел 7. Техника и технологии в туристской индустрии**

Техника и технологии в туристском бизнесе. Техническое оснащение современного офиса туристской фирмы. Основные требования к офису туристской фирмы. Информационно-справочное обеспечение офиса турфирмы. Материально-техническая база гостиничных предприятий и туристских комплексов. Санитарно-технические системы. Технологическое оборудование гостиниц. Информационные технологии в туристской отрасли. Структура информационных технологий. Основные тенденции развития информационных технологий на рынке социально-культурного сервиса и туризма. Средства коммуникации и связи. Системы автоматизации деловых процессов в туристском бизнесе. Интернет-технологии в туризме. Поставщики интернет-услуг. Размещение информации в интернете. Классификация и специфика туристских интернет-порталов.

### **Список рекомендуемых источников информации**

- Абабков Ю.Н. Маркетинг в туризме: Учебник / Ю.Н. Абабков, М.Ю. Абабкова, И.Г. Филиппова. – М.: Инфра-М, 2021. – 515 с.
- Баумгартен Л.В. Менеджмент в туристской индустрии : учебник / Л.В. Баумгартен. — М. : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2023. — 236 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/976501>
- Баумгартен, Л. В. Стандартизация и сертификация в туризме [Электронный ресурс] : Практикум / Л. В. Баумгартен. - М.: Дашков и К, 2021. - 304 с. <http://znanium.com/catalog/product/976501>

- Бобкова А.Г. Безопасность туризма : учебник / А. Г. Бобкова, С. А. Кудреватых, Е. Л. Писаревский ; под общ.ред. д-ра юрид. наук. Е.Л. Писаревского. — М. : Федеральное агентство по туризму, 2024. — 272 с. [Электронный ресурс] // Режим доступа: [www.russiatourism](http://www.russiatourism).
- 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, 2022. - 207 с. // ЭБС «Знаниум».
- Джанджугазова Е.А. Туристско-рекреационное проектирование. Рек. ФГОУ ВПО "Гос. ун-т управления" в качестве учебника для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки «Туризм» (квалификация «бакалавр»). Е. А. Джанджугазова. М.. Академия. 2020. 271 с.
- Информационное обеспечение туризма: учебник / Н. С. Морозова, М. А. Морозов, А. Д. Чудновский, М. А. Жукова, Л. А. Родигин. — М. : Федеральное агентство по туризму, 2021. — 288 с. [Электронный ресурс] // Режим доступа: [www.russiatourism](http://www.russiatourism).
- Организация туристской индустрии и география туризма: Учебник / Н.Г. Можяева, Г.В. Рыбачек. - М.: Форум: НИЦ ИНФРА-М, 2021.
- Осипова О.Я. Транспортное обслуживание в туризме: учебник для студ. учреждений высш. проф. образования / О. Я. Осипова. — 6-е изд., перераб. — М. : Издательский центр «Академия», 2022. — 400 с. — (Сер. Бакалавриат). <http://www.academia-moscow.ru>
- Морозов М.А. Экономика туризма: учебник / М. А. Морозов, Н. С. Морозова, Г. А. Карпова, Л. В. Хорева. — М. : Федеральное агентство по туризму, 2022. — 320 с. [Электронный ресурс] // Режим доступа: [www.russiatourism](http://www.russiatourism).
- Менеджмент туризма : учебник / А. Д. Чудновский, Н. В. Королёв, М50 Е.А. Гаврилова, М. А. Жукова, Н. А. Зайцева. — М. : Федеральное

агентство по туризму, 2022. — 576 с. [Электронный ресурс] // Режим доступа: [www.russiatourism.ru](http://www.russiatourism.ru).

- Правовое обеспечение туризма : учебник / коллектив авторов ; под общ. Под ред. Е.Л. Писаревского. — М. : Федеральное агентство по туризму, 2021. — 336 с. [Электронный ресурс] // Режим доступа: [www.russiatourism.ru](http://www.russiatourism.ru).
- Туроперейтинг: Учебник / А.С. Кусков, В.Л. Голубева. - М.: Форум: НИЦ ИНФРА-М, 2021.

**Интернет-ресурсы:**

1. Федеральное агентство по туризму -[www.russiatourism.ru](http://www.russiatourism.ru)
2. Всемирная туристская организация//[unwto.org](http://unwto.org) –

**Перечень вопросов для вступительных экзаменов**

***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.
7. Предоставление полной и достоверной информации об организации туристского путешествия и стране пребывания.
8. Классы обслуживания туристов на предприятиях туристской индустрии (транспорте, гостинице, ресторане и т.д.).
9. Особенности обслуживания туристов в офисе туристской фирмы при продаже туристского продукта.
10. Базовая схема организации туристского путешествия (международного и внутреннего).
11. Понятие рынка выездного туризма. Становление, современное состояние и особенности рынка выездного туризма в России
12. Понятие туристского рынка въездного туризма. Становление, современное состояние и особенности рынка въездного туризма в России

***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. Роль человеческих ресурсов в индустрии туризма.

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

### ***Туроперейтинг***

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

2. Туроператоры и турагенты на рынке туристских услуг. Основные различия между туроператором и турагентом.

6. Тенденции развития современного туристского рынка.

7. Определение тура. Особенности индивидуального и группового туров.

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

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

10. 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.
29. Существенные условия договора в соответствии с ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»?
30. Виды приглашений и виз для поездки в другую страну. Данные анкеты для получения зарубежной визы.
31. Туристская виза. Порядок оформления и сроки действия туристской



визы для выезда российских граждан за рубеж.

32. Шенгенская виза. Типы шенгенских виз. Правила получения шенгенской визы.

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

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

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

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

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

38. Форс-мажорные обстоятельства: их сущность и содержание.

## **Приложение 2. Образцы билетов вступительного экзамена**

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Северо-Осетинский государственный университет им. К.Л. Хетагурова  
Комплексный междисциплинарный экзамен для поступающих в  
магистратуру по направлению 43.04.02 Туризм в 2024 г. на магистерскую  
программу «Менеджмент туристских дестинаций»  
Экзаменационный билет № 1

- 1.Определение туроперейтинга. Возникновение бизнеса туроперейтинга на туристском рынке.
2. Туристские услуги: понятие и определение, основные и дополнительные. Туристские услуги в составе турпакета
- 3.Шенгенская виза. Типы шенгенских виз. Правила получения шенгенской визы.

Председатель экзаменационной комиссии Г.Л. Родионов

Декан факультета \_\_\_\_\_ Г.Л. Родионов