

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Костромской государственный университет»

УТВЕРЖДАЮ

и. о. проректора по учебно-методической работе

Л. И. Тимонина

Подписано цифровой подписью:
Тимонина Любовь Ильинична

**ПРОГРАММА ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ
В МАГИСТРАТУРУ**

Направление подготовки 43.04.02 ТУРИЗМ

**Направленность ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ТУРИСТСКОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ**

Составитель:

канд. психол. наук, доцент кафедры медиакоммуникаций и туризма

Марианна Вячеславовна Данилина

Кострома

2022

Пояснительная записка

Вступительное испытание проводится в соответствии с Правилами приема в КГУ, Регламентом проведения вступительных испытаний и Программой вступительного испытания. Данная программа предназначена для подготовки абитуриента к вступительному испытанию в магистратуру по направлению 43.04.02 «Туризм», направленность «Организация и управление туристской деятельностью».

Программа содержит перечень тем для подготовки к вступительным испытаниям, описание формы вступительных испытаний и критерии оценки, образцы заданий вступительного испытания, список рекомендуемой литературы для подготовки.

Целью вступительных испытаний является определение готовности и возможности поступающего в магистратуру абитуриента освоить выбранную магистерскую программу.

Вступительный экзамен может проводиться как в очной, так и в дистанционной форме.

Продолжительность вступительного испытания (очно) - 120 мин.

Форма проведения вступительного испытания (очно) – Продолжительность вступительного испытания (дистанционно) – 90 минут.

Форма проведения вступительного испытания (дистанционно) – письменная.

При проведении вступительных испытаний с использованием дистанционных технологий идентификация личности абитуриента осуществляется посредством анализа учетных данных пользователя (логина и пароля) и предъявления паспорта (иного документа, удостоверяющего личность) в развернутом виде (разворот с фотографией на уровне глаз). Процедура идентификации личности абитуриента сопровождается видеофиксацией с помощью онлайн-сервисов.

Критерии оценки и шкала оценивания

При очной форме проведения вступительного испытания

В материале для экзамена задания разделены на *две группы* по степени сложности. Задание каждого типа оценивается в баллах, поэтому за правильный ответ назначается та величина балла, которая указана.

Первый уровень – задания А. тестового типа с выбором правильных варианта или вариантов ответов. В предложенных тестах допускается множественный вариант ответов на поставленные вопросы. В тестовый блок также включены задания усложнённого типа, где необходимо правильно установить или соответствие, или дать правильный вариант/приближенный к правильному вариант ответа на вопросы. Также данный уровень включает проверку знаний в форме

решения задач по расчёту отдельных показателей стоимости тура и базовых экономических показателей, используемых в экономической деятельности предприятий туристской индустрии. Каждый вопрос максимально оценивается в *четыре балла*.

Второй уровень - задание В. Здесь необходимо выполнить задание с акцентом на аналитическое, креативное мышление в письменной форме, дать максимально развернутый ответ. Задание содержит или несколько подпунктов или имеет одно условие с информационным сопровождением. Задание оценивается максимально в *двадцать баллов*.

Баллы снимаются по следующим принципам:

1) Например, в задание типа А: общая сумма балла делится на количество правильных ответов (в каждом тесте может быть свое), например, за задание в четыре балла, правильных ответов в тесте - 4. Если из четырех три ответа правильно, то $3:4 \times 4 = 3$ балла и т. д.

2) Если правильный ответ должен быть один, то при неправильном ответе ноль баллов.

Критерии оценки ответов

Задание А.

Критерии	Баллы (макс. 80б.)
Выбраны полностью все правильные ответы на все тестовые вопросы	80 б.
Выбраны правильные варианты ответов не на все тестовые вопросы	53-79 б.
Выбраны частично правильные ответы в тестовых вопросах	1-52 б.
Выбраны не правильные варианты ответов на все тестовые вопросы	0 б.

Задание В.

Критерии	Баллы (макс. 20б.)
Задание выполнено полностью правильно, представлен развёрнутый ответ согласно условию задания	20б.
Задание выполнено частично неправильно, представлен развёрнутый ответ согласно условию задания	15-19б.
Задание выполнено частично неправильно, не	10-14б.

представлен развёрнутый ответ согласно условию задания	
Задание выполнено в большей степени не правильно согласно условию задания (ок.50 % не верно)	5-9б.
Задание выполнено в большей степени не правильно согласно условию задания (более 50% не верно)	1-4б.
Задание полностью выполнено неправильно	0б.

При дистанционной форме проведения вступительного испытания

В материале для экзамена задания разделены на *две группы* по степени сложности. Задание каждого типа оценивается в баллах, поэтому за правильный ответ назначается та величина балла, которая указана.

Первый уровень – задания А. тестового типа с выбором правильных варианта или вариантов ответов. В предложенных тестах допускается множественный вариант ответов на поставленные вопросы. В тестовый блок также включены задания усложнённого типа, где необходимо правильно установить или соответствие, или дать правильный вариант/приближенный к правильному вариант ответа на вопросы. Также данный уровень включает проверку знаний в форме решения задач по расчёту отдельных показателей стоимости тура и базовых экономических показателей, используемых в экономической деятельности предприятий туристской индустрии. Каждый вопрос максимально оценивается в *четыре балла*.

Второй уровень - задание В. Здесь необходимо выполнить задание с акцентом на аналитическое, креативное мышление в письменной форме, дать максимально развернутый ответ. Задание содержит или несколько подпунктов или имеет одно условие с информационным сопровождением. Задание оценивается максимально в *двадцать баллов*.

Баллы при дистанционной форме в блоке А (тест) выставляются автоматически.

Баллы при дистанционной форме в блоке В (задание) выставляются с учетом полноты и информативности выполнения в соответствии с условием.

Критерии оценки ответов

Задание А.

Критерии	Баллы (макс. 80б.)
Выбраны полностью все правильные ответы на все тестовые вопросы	80 б.
Выбраны правильные варианты ответов не на все тестовые вопросы	53-79 б.
Выбраны частично правильные ответы в тестовых вопросах	1-52 б.
Выбраны не правильные варианты ответов на все тестовые вопросы	0 б.

Задание В.

Критерии	Баллы (макс. 20б.)
Задание выполнено полностью правильно, представлен развёрнутый ответ согласно условию задания	20б.
Задание выполнено частично неправильно, представлен развёрнутый ответ согласно условию задания	15-19б.
Задание выполнено частично неправильно, не представлен развёрнутый ответ согласно условию задания	10-14б.
Задание выполнено в большей степени не правильно согласно условию задания (ок.50 % не верно)	5-9б.
Задание выполнено в большей степени не правильно согласно условию задания (более 50% не верно)	1-4б.
Задание полностью выполнено неправильно	0б.

Содержание вступительного испытания

Туристско-рекреационное проектирование

Туристско-рекреационная деятельность как объект проектирования. Туристско-рекреационное проектирование в системе разработки и реализации региональных программ. Нормативно-техническая база туристско-рекреационного проектирования. Проектирование туристских объектов. Проектирование туристских услуг. Кластерный подход к туристскому проектированию.

Человек и его потребности

Общая характеристика понятия потребность. Определение потребности как нужды и дефицита. Характеристика потребности как отсутствия блага, потребность как необходимость, надобность. Потребность как состояние и как системная реакция. Соотношение физиологических и психологических компонентов потребностей. Система классификации потребностей. Основные черты социальных и материальных потребностей. Характеристика психологических и духовных потребностей. Иерархическая теория потребностей А. Маслоу. Классификация потребностей согласно концепции реестра человеческих потребностей Мэррея. Этапы формирования потребностей. Характеристика факторов, влияющие на формирование потребностной сферы. Особенности мотивации достижения. Особенности формирования туристской мотивации. Влияние типологии туристов на процесс формирования мотивации. Факторы и стили поведения, влияющие на формирование потребностно-мотивационной сферы потребителей. Потребностно-мотивационные образования по особенностям сферы путешествия.

Организация туристской деятельности

Туристские ресурсы как основа пространственной организации туризма. Структура туристского потенциала и особенности определения. Территориальные системы рекреации и туризма. Туристские регионы и зоны. Туристские объекты и комплексы. Туристские маршруты и их типы. Туристские услуги, туристский продукт как комплекс туристских услуг. Туристские организации и их формы. Особенности и функционирование туристского рынка.

Информационные технологии в туристской индустрии

Определение информационной технологии. Составные части информационной технологии. Виды информационных технологий. Методы применения информационных и коммуникационных технологий в туризме. Современные средства оргтехники в туризме. Применение программного обеспечения в туристской индустрии. Прикладное программное обеспечение в сфере туризма: специальные программы и использование средств Microsoft Office. Системы бронирования и размещения: Amadeus, Galileo, Worldspan, Sabre, российские системы бронирования. Пакеты прикладных программ, применяемые для работы в настоящее время. Профессионально ориентированные пакеты

прикладных программ в туризме. Программы «Само-Тур», «Тур», «Туристский офис», «Аист-2,5», Voyage Office, «Jack», программные продукты фирм «Интур-Софт» и «Арим-Софт».

Менеджмент в туристской индустрии

Понятие управления. Субъект и объект управления. Цели и функции управления туристского предприятия. Системный, ситуационный, процессный подходы в управлении туристским предприятием. Структура и жизненный цикл туристской организации. Модели организационных структур управления туристскими организациями. Особенности регионального менеджмента в сфере туризма. Особенности управления в сфере международного туризма. Стратегические аспекты управления. Сущность и особенности стратегического менеджмента в сфере туризма. Сущность инновационного менеджмента. Управление инновациями в сфере туризма. Концепция управления персоналом в туристских организациях.

Маркетинг в туристской индустрии

Маркетинг: основные понятия и определения. Развитие маркетинговой концепции. Комплекс маркетинга (4p, 7p). Особенности продуктовой политики. Товарная стратегия фирмы. Методы портфельного анализа (матрицы Ансоффа, БКГ, 6E). Ценообразование: цели и стратегии. Методы ценообразования. Ценообразование на различных стадиях развития туристского рынка. Особенности сбытовой политики. Стратегии сбыта туристского предприятия. Коммуникативная политика туристского предприятия. Реклама, PR, стимулирование продаж, персональные продажи как инструменты маркетинговых коммуникаций. Стратегия маркетинга. Определение. Классификации. Аппарат принятия стратегических решений. Маркетинговые исследования – определение. План маркетингового исследования. Типология и методы проведения маркетинговых исследований. Анализ деятельности конкурентов: количественные и качественные характеристики. Особенности конкурентного анализа в деятельности туристских предприятий. Методическая основа принятия решений в маркетинге. Принятие решений в условиях определенности, в условиях риска и в условиях полной неопределенности. Международный маркетинг. Внешнеэкономический маркетинг как составная часть маркетинга туризма.

Экономика туристского рынка

Экономика туристского рынка сущность и основные факторы: Туррынок и его функции. Сегментация туррынка. Сезонность функционирования туррынка. Типы предприятий в туристской индустрии. Типы туроператоров и турагентов. Туристский спрос и основные факторы его формирования. Исследования рынка туристских услуг. Конъюнктура туррынка.

Жизненный цикл турпродукта. Позиционирование турпродукта, его основные этапы характеристики и средства. Сущность и особенности ценообразования в

туризме. Функции цены и факторы, влияющие на установление цен в туризме. Ценовые стратегии и ценовая политика. Структура цен на турпродукт. Экономическая эффективность туризма. Экономические показатели развития туризма, туристского предприятия.

Демонстрационные варианты заданий

При очной форме проведения вступительного испытания

<i>Блок А</i>			
Выберите или дайте правильный ответ (ответы). В предложенных тестах допускается множественный вариант ответов на поставленные вопросы. Каждый вопрос максимально оценивается в четыре балла.			
№	ВОПРОСЫ	ОТВЕТЫ	БАЛЛЫ
А1	Участники <i>туристской деятельности</i> :	а) туроператор; б) турагент; в) турист; г) посредник; д) гид-экскурсовод; е) компания	
А2	К <i>глобальным системам бронирования</i> относятся:	а) Amadeus; б) Londging Touch; в) Galileo; г) Sabre; д) Worldspan.	
А3	Основные <i>услуги индустрии туризма</i> – это...	а) питание; б) джип-сафари; в) проживание; г) трансфер; д) транспорт; е) фестивали; ж) экскурсии.	
А4	<i>Потребность</i> – это....	а) определенное состояние личности, вызванное необходимостью; б) зависимость от социальных условий; в) нужда в чем-то, объективно необходимом для поддержания жизнедеятельности и развития организма, личности и социальной группы	
А5	Назовите <i>характеристики туристского продукта</i> :	а) осязаемость; б) неразрывность производства и потребления; в) изменчивость; г) стабильность; д) срок годности; е) неспособность к хранению; ж) неосязаемость.	

A6	<i>Взаимодействие между предприятиями в региональном туристском менеджменте могут быть выстроены по принципу:</i>	а) горизонтальной кооперации; б) интерактивной кооперации; в) вариативной кооперации.	
A7	<i>К факторам формирования управленческих стратегий в сфере туризма возможно отнести:</i>	а) уровень развития туристской экономики; б) масштаб туристской компании; в) личностные характеристики руководителей	
A8	<i>К поставщикам услуг относятся:</i>	а) предприятия по размещению; б) экскурсионные организации; в) музеи; г) предприятия по организации досуга; д) транспортные предприятия; ж) управление статистики; з) департамент по туризму	
A9	<i>Процесс формирования туристской мотивации, прежде всего, зависит от:</i>	а) степени инвестирования в рекламные кампании новых туристских направлений; б) изменений в правовом регулировании туристской деятельности; в) изменений в демографической и социальной структурах потенциальных туристов.	
A10	<i>Установить соответствие</i>	Инкаминг - ... Аутгоинговый туроператор - ... Инсайдинг - ... а) отправляющий, инициативный. Специализируется на разработке путешествий граждан своей страны за её пределы; б) принимающий или рецептивный, занимающийся разработкой туров на территории собственной страны для иностранных граждан; в) планирующий и реализующий продукт на территории своей страны для своих граждан	

A11	<i>Дайте правильный ответ</i>	Субъект предпринимательской деятельности и туристского рынка, осуществляющий деятельность по планированию, разработке, продвижению и реализации туристского продукта это - ...	
A12	<i>Дайте правильный ответ</i>	Многофункциональный документ, подтверждающий статус туриста, устанавливающий право туриста на услуги, входящие в состав тура, а также подтверждающий факт их оказания называется ...	
A13	<i>Установить соответствие</i>	Туристская деятельность - Туризм въездной - Туризм внутренний - Туризм выездной - а) Туроператорская и турагентская деятельность, а также иная деятельность по организации путешествий; б) Туризм в пределах территории Российской Федерации лиц, постоянно проживающих в Российской Федерации; в) Туризм лиц, постоянно проживающих в Российской Федерации, в другую страну; г) Туризм в пределах территории Российской Федерации лиц, не проживающих постоянно в Российской Федерации;	
A14	<i>Написать правильный ответ</i>	Набор услуг, предоставляемых туристам в соответствии с их потребностями и тематикой тура, распределённый по времени – это ...	
A15	<i>Написать правильный ответ</i>	Туристский сезон, который характеризуется как период наибольшей деловой активности на туристском рынке, время действия наиболее высоких тарифов на туристский продукт и услуги, называется сезон	

A16	<i>Установить соответствие</i>	<p>Качество услуги - Качество обслуживания - а) совокупность характеристик услуги, определяющих её способность установленные потребности потребителя; б) совокупность характеристик процесса условий обслуживания, обеспечивающих удовлетворение потребностей клиента.</p>	
A17	<i>Дайте правильный ответ</i>	Юридическое или физическое лицо, занимающееся продвижением разработанного туроператором туристского продукта - это ...	
A18	<i>Установить соответствие между типом туриста и формой работы с ним</i>	<p>Новичок Колеблющийся Постоянный а) Доказать, что в вашей фирме надежнее; б) Подробно описать ресурсы страны, типы гостиниц, виды питания; в) Помнить имена и предпочтения отдыха.</p>	
A19	<p><i>Выберите правильный вариант ответа</i> Предприятие туроператорской деятельности реализовало туристские продукты и услуги на 800 тыс. руб. Затраты на производство составили 600 тыс. руб. Определите чистую прибыль предприятия, если ставка налога на прибыль составляет 20%.</p>	<p>а) 130 тыс. руб. б) 200 тыс. руб. в) 160 тыс. руб.</p>	
A20	<p><i>Выберите правильный вариант ответа</i> Туроператор внутреннего туризма предлагает к реализации двухдневный экскурсионный тур с посещением г. Кострома и г. Ярославль. Рассчитайте полную себестоимость тура на одного человека. Используйте данные таблицы.</p>	<p>а) 10460 руб. б) 9156 руб. в) 8720 руб.</p>	

Статья затрат	Процент	Сумма на 1 чел., руб.	
Стоимость питания		1670	
Стоимость проживания		2800	
Стоимость экскурсионного обслуживания		2400	
Стоимость транспортного обслуживания		1850	
Итого прямых затрат:			
Накладные и коммерческие расходы	5		
Итого полная себестоимость тура:			

Блок В

Выполните задание в письменной форме. Задание максимально оценивается в двадцать баллов

В1	Составить следующие разделы сценария продаж в туристском агентстве: а) Уникальные конкурентные преимущества компании. б) Пять самых важных факторов компании, которые вызовут к ней доверие. в) Эффективные фразы приветствия и прощания с туристом по телефону. г) Удачные вопросы к туристу, позволяющие понять его потребности и оценить запрос на тот или иной тур.	
-----------	---	--

При дистанционной форме проведения вступительного испытания

БЛОК А

А. Выберите правильный ответ (ответы) и отметьте их. В предложенных тестах допускается множественный вариант ответов на поставленные вопросы. Каждый правильный ответ оценивается в четыре балла.

№	ВОПРОСЫ	ОТВЕТЫ	БАЛЛЫ
А1	<i>На какой этап «жизни» туристского продукта информационные технологии</i>	а) проектирование; б) планирование; в) продвижение.	

	<i>вливают наиболее сильно?</i>		
A2	<i>Системы бронирования появились на основе:</i>	а) авиакомпаний; б) гостиничных комплексов; г) туристских фирм; д) предприятий проката автомобилей.	
A3	<i>Природные, исторические, социально-культурные объекты, включающие объекты туристского показа, а также иные объекты, способные удовлетворять духовные потребности туристов, содействовать восстановлению и развитию их физических сил, называются:</i>	а) туристский продукт; б) туристская деятельность; в) туристские ресурсы; г) туристская индустрия.	
A4	<i>Проектная деятельность, в том числе в сфере туризма, отличается такими основными характеристиками как:</i>	а) ограничением во времени; б) современными информационными технологиями управления; в) систематизированностью; г) последовательностью разработки; д) уникальностью.	
A5	<i>Что означает латинское слово «recreatio» (рекреация)?</i>	а) лечение; б) восстановление; в) деятельность; г) путешествие.	
A6	<i>Какие типы туризма можно выделить в соответствии с рекомендациями ВТО:</i>	а) въездной; б) выездной; в) смешанный; г) внутренний	
A7	<i>Согласно классификации потребностей А. Маслоу, четвертой иерархической ступенью является:</i>	а) потребности в социальном окружении социальной принадлежности, группе, общении с людьми; б) потребности в уважении, в признании окружающих и в стремлении к личным достижениям; в) потребности в безопасности.	
A8	<i>Оценка рисков и выявление уровня неопределенности свойственны:</i>	а) одному из основных понятий риск-менеджмента; б) сущности риск-менеджмента; в) одному из этапов анализа рисков.	

A9	<i>К специфическим свойствам туристских ресурсов относятся:</i>	а) целостность; б) значимость; с) емкость; д) надежность.	
A10	<i>Установить соответствие:</i>	Туристское предложение Туристский спрос Туристский рынок а) подтверждение платежеспособностью туристско-рекреационных потребностей, выраженных в определенном количестве турпродукта и услуг, которые потребители могут приобрести при определенных ценах. Туристский спрос б) сфера проявления экономических отношений между производителями и потребителями туристского продукта, в которой совершается процесс превращения туристских услуг в деньги и обратно. Туристский рынок в) объем туристских продуктов и услуг, который предлагается потребителю, желающего совершить туристское путешествие по одной из возможных цен Туристское предложение	
A11	<i>Стратегии развития (роста) прежде всего предполагают:</i>	а) развитие за счет сокращение персонала туристского предприятия; б) развитие за счет новой туристской продукции на базе сложившейся отрасли; в) развитие за счет изменений существующих видов деятельности.	
A12	<i>Какой фактор оказывает одно из доминирующих воздействий на формирование, определение и развитие потребностей:</i>	а) психологический; б) возрастной; в) межличностный.	
A13	<i>Установить соответствие:</i>	Конкуренция Интеграция Диверсификация	

		<p>а) процесс объединения усилий различных подсистем для достижения целей организации; Интеграция</p> <p>б) процесс расширения сферы деятельности предприятия или денежной эмиссии им разнообразной номенклатуры продукции, как правило, косвенно соответствующей или не соответствующей сложившемуся производственному профилю; Диверсификация</p> <p>в) процесс взаимодействия между экономическими субъектами, в процессе которого происходит их борьба, что способствует оптимизации сбыта продукции (предоставления услуг). Конкуренция</p>	
A14	<i>Маркетинговые исследования:</i>	<p>а) всегда проводятся по стандартной схеме, шаблону исследования;</p> <p>б) ориентированы на решение специфических задач;</p> <p>в) предназначены для разработки теоретических моделей.</p>	
A15	<i>Для анализа внешней и внутренней среды организации используют SWOT-анализ (сильные, слабые стороны, возможности и угрозы). Укажите, что представляют собой сильные стороны?</i>	<p>а) факторы внешней среды, которые могут помешать организации достичь своих целей;</p> <p>б) факторы внешней среды, которые могут способствовать достижению целей организации;</p> <p>в) внутренние особенности, использование которых будет способствовать достижению целей организации;</p> <p>г) внутренние особенности, которые мешают достижению целей организации.</p>	
A16	<i>Установить соответствие:</i>	<p>Первый этап формирования потребности</p> <p>Второй этап формирования потребности</p> <p>Третий этап формирования</p>	

		<p>потребности</p> <p>а) выбор конкретного "предмета" желания и формирование потребности его достичь, выражающейся в сознательном преднамеренном побуждении к действию. Второй этап формирования потребности</p> <p>б) осознание потребности как желания, побуждающего к поисковой активности. Первый этап формирования потребности</p> <p>в) поисковая активность, связанная с мысленным перебором конкретных предметов удовлетворения потребности и условий их получения. Третий этап формирования потребности</p>	
A17	<i>Установить соответствие:</i>	<p>Туристская индустрия Туристская инфраструктура Туристский потенциал</p> <p>а) совокупность природных и историко-культурных объектов и явлений, а также социально-экономических и технологических предпосылок для организации туристской деятельности на определенной территории; Туристский потенциал</p> <p>б) совокупность предприятий, учреждений и организаций материального производства и непромышленной сферы, обеспечивающих производство, распределение, обмен и потребление туристского продукта, освоение и использование туристских ресурсов и создание материально-технической базы туризма; Туристская индустрия</p> <p>в) совокупность гостиниц, транспортных средств, организаций общественного питания и проведения досуга, делового, познавательного, спортивного, оздоровительного и</p>	

		другого назначения, а также предприятия, осуществляющие турагентскую и туроператорскую деятельность. Туристская инфраструктура	
A18	<i>Установить соответствие:</i>	<p>Турист Экскурсант Путешественник</p> <p>а) лицо, передвигающееся по какой-либо территории или акватории с целью их изучения, а также с общеобразовательными, познавательными, спортивными и другими целями; Путешественник</p> <p>б) потребитель туристских продуктов, туристских услуг, временный посетитель местности, населенного пункта, территории или страны независимо от его гражданства, национальности, пола, языка и религии, находящийся в данной местности не менее 24 часов, Турист</p> <p>в) лицо, посещающее территорию временного пребывания в познавательных целях на период менее 24 часов без ночевки и использующее услуги экскурсовода (гида), гида-переводчика. Экскурсант</p>	
A19	<i>Выберите правильный вариант ответа</i> Предприятие туроператорской деятельности реализовало туристские продукты и услуги на 950 тыс. руб. Затраты на производство составили 700 тыс. руб. Определите чистую прибыль предприятия, если ставка налога на прибыль составляет 20%.	<p>а) 150 тыс. руб.</p> <p>б) 200 тыс. руб.</p> <p>в) 240 тыс. руб.</p>	
A20	<i>Выберите правильный вариант ответа</i> Туроператор внутреннего туризма предлагает к реализации двухдневный экскурсионный тур с посещением г. Кострома и г. Ярославль. Рассчитайте полную	<p>а) 9980руб.</p> <p>б) 10261руб.</p> <p>в) 8956 руб.</p>	

себестоимость тура на одного человека. Используйте данные таблицы.			
Статья затрат	Процент	Сумма на 1 чел., руб.	
Стоимость питания		1870	
Стоимость проживания		2950	
Стоимость экскурсионного обслуживания		2670	
Стоимость транспортного обслуживания		2100	
Итого прямых затрат:			
Накладные и коммерческие расходы	7		
Итого полная себестоимость тура:			

БЛОК В

Выполните задание в письменной форме. Правильно выполненное задание максимально оценивается в двадцать баллов.

Разработать информационный листок к 3-х дневному туру в г. Кострому с проживанием в отеле.

Обязательная информация:

1. Указание вида и типа туристского путешествия, основного содержания программы обслуживания в путешествии, протяженности и продолжительности всего маршрута
2. Описание трассы путешествия - пункты пребывания, продолжительность пребывания и условия размещения в каждом пункте обслуживания (тип здания, число мест в номере, его санитарно-гигиеническое оборудование).
3. Краткое описание района путешествия (достопримечательности, особенности рельефа местности и т. п.), программы обслуживания в каждом пункте путешествия (в соответствии с технологической картой туристского путешествия).
4. Перечень услуг, предоставляемых за дополнительную плату.
5. Наличие и краткая характеристика спортивных сооружений и площадок, автостоянок, пассажирских канатных дорог, водоемов, пляжей, аттракционов, детских игровых площадок (комнат).

Примерный перечень дополнительной информации:

1. Информация о возрастных ограничениях, приеме родителей с детьми, семейных туристов.
2. Специальная информация для туристских путешествий с походом.
3. Прочая информация и рекомендации.

**Рекомендуемый список литературы
для подготовки к вступительному испытанию**

1. Боголюбов В. С. Менеджмент в туризме и гостиничном хозяйстве : учебник для академического бакалавриата / В. С. Боголюбов. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 293 с.
2. Березовая Л. Г. История туризма и гостеприимства : учебник для СПО / Л. Г. Березовая. — М. : Издательство Юрайт, 2020 — 477 с.
3. Безрутченко Ю. В. Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме: Учебное пособие / Ю.В. Безрутченко. - М.: Дашков и К, 2016. - 232 с.
4. Бугорский В. П. Организация туристской индустрии. Правовые основы : учеб. пособие для СПО / В. П. Бугорский. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 165 с.
5. Биржаков М. Б. Введение в туризм. — М–СПб.: «Издательский Дом ГЕРДА», НП «Издательство «Невский Фонд», 2014. — 544 с.
6. Восколович Н. А. Маркетинг туристских услуг : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Н. А. Восколович. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 191 с.
7. Ветитнев А. М. Информационные технологии в туристской индустрии : учебник для академического бакалавриата / А. М. Ветитнев, В. В. Коваленко, В. В. Коваленко. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 340 с.
8. Ветитнев А. М. Информационно-коммуникационные технологии в туризме : учебник для СПО / А. М. Ветитнев, В. В. Коваленко, В. В. Коваленко. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 340 с.
9. Гомилевская Г. А. Экономика и предпринимательство в сервисе и туризме: Учебник / Г. А. Гомилевская, А. С. Квасов, Т. В. Терентьева. - М.: Риор, 2017. - 247 с.
10. Джанджугазова Е. А. Маркетинговые технологии в туризме: маркетинг туристских территорий : учеб. пособие для СПО / Е. А. Джанджугазова. — 3-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2020. — 208 с.
11. Дурович А. П. Организация туризма/под ред. Н. И. Кабушкина. / А. П. Дурович, Н. И. Кабушкин, Т.М. Сергеева. - Мн.: Новое знание, 2019. 632 с.
12. Зайцева Н.А. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме: Учебное пособие / Н.А. Зайцева. - М.: Академия, 2018. - 320 с.
13. Золотовский В. А. Правовое регулирование туристской деятельности : учебник для СПО / В. А. Золотовский, Н. Я. Золотовская. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 247 с.

14. Колодий Н. А. Маркетинговые технологии в туризме: экономика ощущений и впечатлений : учеб. пособие для СПО / Н. А. Колодий. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 326 с.
15. Мотышина М. С. Менеджмент туризма : учебник для СПО / М. С. Мотышина, А. С. Большаков, В. И. Михайлов. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 282 с.
16. Морозов М. А. Экономика туризма : учебник для СПО / М. А. Морозов, Н. С. Морозова. — 5-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 291 с.
17. Саак А. Э. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме: Учебное пособие / А.Э. Саак, Ю.А. Пшеничных. - СПб.: Питер, 2018. - 247 с.
18. Севастьянов Д. В. Страноведение и международный туризм : учебник для академического бакалавриата / Д. В. Севастьянов. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 317 с.
19. Черевичко Т. В. Экономика туризма. - М., 2019 – 374с.
20. Швец И. Ю. Региональное управление конкурентоспособностью туристических услуг: методология и практика. — Симферополь: ЧП Предприятие Феникс, 2018. -364 с.