

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Костромской государственный университет»



**ПРОГРАММА
ВСТУПИТЕЛЬНЫХ ИСПЫТАНИЙ В МАГИСТРАТУРУ
ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 43.04.02 ТУРИЗМ**

И.Бор Исполнитель
к.филол.н., доцент Горланова И.Б.

Кострома 2017

**ПРОГРАММА
КОМПЛЕКСНОГО ВСТУПИТЕЛЬНОГО
МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО ЭКЗАМЕНА
для поступающих в магистратуру
НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ
43.04.02 ТУРИЗМ**

**1. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
ПО ПРОВЕДЕНИЮ ЭКЗАМЕНА**

Цель экзамена – отобрать наиболее подготовленных абитуриентов для обучения в магистратуре по направлению 43.04.02 «Туризм».

Продолжительность экзамена 90 минут.

Результаты экзамена оцениваются по стобалльной шкале (100 баллов).

Вопросы для ответов представлены на специальном тестовом бланке. Ответы размещаются только в специально отведённом на бланке месте. Для развернутого ответа задания типа «Д» выдаются дополнительные листы со штампом деканата.

Во время экзамена абитуриентам запрещается пользоваться мобильными телефонами и любым другим электронным оборудованием.

Обращаем внимание поступающих на то, что черновики экзаменационной работы ни во время её проверки, ни во время апелляции не рассматриваются.

**2. СОДЕРЖАНИЕ ОСНОВНЫХ ВОПРОСОВ ПРОГРАММЫ ТУРИЗМ
(сформированы по основным дисциплинам базовой части блока Б1 ФГОС ВО
43.03.02 ТУРИЗМ)**

2.1 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.

2.2 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.

2.3 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.

2.4 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».

2.5 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.

2.6 Маркетинг в туристской индустрии

Маркетинг: основные понятия и определения. Развитие маркетинговой концепции. Комплекс маркетинга (4р, 7р). Особенности продуктовой политики. Товарная стратегия фирмы. Методы портфельного анализа (матрицы Ансоффа, БКГ, 6Е). 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.

3. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

Основная литература

1. Бутко И.И. Маркетинг в туризме : учеб. пособие. - 2-е изд. - Москва : Дашков и К*, Наука-Спектр, 2013.
2. Джанджугазова Е. А. Туристско-рекреационное проектирование: учебник. М.: Академия, 2014. - 272 с.
3. Кнышова Е. Н. Маркетинг туризма : учеб. пособие для эконом. спец. - Москва : Форум, 2010.
4. Кусков А.С. Туropерейтинг, М.:ФОРУМ, 2009.
5. Матюхина Ю. А. Организация туристской индустрии: учеб. пособие. - Москва : Инфра-М; Альфа-М, 2012.
6. Жукова М.А., Менеджмент в туристическом бизнесе, М. КНОРУС, 2006.
7. Человек и его потребности, под. ред. К. М., Оганяна. - Спб. СПБТИС, 2005.
8. Чудновский А. Д. Жукова М. А., Информационные технологии управления в туризме, М.:КНОРУС, 2008.

Дополнительная литература

9. Баумгартен Л.В. Стратегический менеджмент в туризме: учеб. пособие для студ. вузов. - М. : ИЦ "Академия", 2007.
10. Баумгартен Л. В. Управление качеством в туризме. Практикум : учеб. пособие для вузов. - М. : КноРус, 2008.
11. Виноградова М.В., Панина З.И., Ларионова А.А, Васильева Л.А. Бизнес-планирование в индустрии гостеприимства: учебное пособие. – М.: Дашков и К, 2012.
12. Дерябина С., Жуков А.А. Технология и организация операторских и агентских услуг М: Акадескнига, 2011.- 208 с.
13. Дмитриев М.Н., Забаев М.Н. Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме.- М.: ЮНИТИ-Дана, 2009. – 400 с.
14. Джанджугазова Е. А. Маркетинг туристских территорий : учеб. пособие для студ. вузов, напр. "Туризм". - 2-е изд., стер. - М. : Академия, 2008.
15. Зайцева Н.А., Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме, М: Пик, 2005.
16. Котлер Ф., Боэн Дж., Мейкенз Дж. Маркетинг. Гостеприимство и туризм. - М.: ЮНИТИ, 2005. – 1063 с.
17. Организация туристического бизнеса: технология создания туристического продукта: учеб.-практ. пособие . - Москва : Дашков и К*, 2009.
18. Шаповалов В. А. Управление маркетингом и маркетинговый анализ. Ростов-на-Дону: "Феникс", 2008.
19. Чудновский А.Д. Управление индустрией туризма России в современных условиях. М.: Кнорус, 2007.

ПРИМЕРЫ ТЕСТОВЫХ ЗАДАНИЙ ПО КВМЭ

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

№	ВОПРОСЫ	ОТВЕТЫ	БАЛЛЫ
A1	Участники туристской деятельности:	а) туроператор; б) турагент; в) турист; г) посредник; д) гид-экскурсовод; е) компания	
A2	К глобальным системам бронирования относятся:	а) Amadeus; б) Longing Touch; в) Galileo; г) Sabre; д) Worldspan.	

A3	Основные услуги индустрии туризма – это...	а) питание; б) джип-сафари; в) проживание; г) трансфер; д) транспорт; е) фестивали; ж) экскурсии.
A4	Потребность – 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
A5	Назовите характеристики туристского продукта:	а) осязаемость; б) неразрывность производства и потребления; в) изменчивость; г) стабильность; д) срок годности; е) неспособность к хранению; ж) неосязаемость.
A6	Взаимодействие между предприятиями в региональном туристском менеджменте могут быть выстроены по принципу:	а) горизонтальной кооперации; б) интерактивной кооперации; в) вариативной кооперации.
A7	К факторам формирования управлеченческих стратегий в сфере туризма возможно отнести:	а) уровень развития туристской экономики; б) масштаб туристской компании; в) личностные характеристики руководителей
A8	К поставщикам услуг относятся:	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	Процесс формирования туристской мотивации, прежде всего, зависит от:	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.	
В. Выберите правильный ответ (ответы) и отметьте их. В предложенных тестах допускается множественный вариант ответов на поставленные вопросы. Каждый вопрос оценивается в четыре балла			
B1	<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	
B2	<i>Написать правильный ответ</i>	Субъект предпринимательской деятельности и туристского рынка, осуществляющий деятельность по планированию, разработке, продвижению и реализации туристского продукта это - ...	
B3	<i>Написать правильный ответ</i>	Многофункциональный документ, подтверждающий статус туриста, устанавливающий право туриста на услуги, входящие в состав тура, а также подтверждающий факт их оказания называется ...	
B4	<i>Установить соответствие</i>	Туристская деятельность - Туризм въездной - Туризм международный - 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; г) Туризм лиц, постоянно проживающих в Российской Федерации, в другую страну; д) Туризм в пределах территории Российской Федерации лиц, не проживающих постоянно в Российской Федерации; е) Туризм выездной или въездной.	
B5	<i>Написать правильный ответ</i>	Набор услуг, предоставляемых туристам в соответствии с их потребностями и тематикой тура, распределённый по времени – это ...	
B6	<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	
B7	<i>Установить соответствие</i>	Качество услуги - Качество обслуживания - а) совокупность характеристик услуги, определяющих её способность установленные потребности потребителя; б) совокупность характеристик процесса условий обслуживания, обеспечивающих удовлетворение потребностей клиента.	
B8	<i>Написать правильный ответ</i>	Юридическое или физическое лицо, занимающееся продвижением разработанного туроператором туристского	

		продукта - это ...	
B9	Установить соответствие между типом клиента и формой работы с ним	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.	

С. Решите задачи и укажите правильный ответ. Каждая задача оценивается в семь баллов

C1	Определить затраты на содержание одного работника аппарата управления, если общая численность работающих – 1586 чел., численность работников аппарата управления – 125 чел., сумма затрат на содержание аппарата управления – 5500 тыс.руб.	Ответ (с расчетами):																			
C2	Фирма продала продукции на 800 тыс. руб. Затраты на изготовление продукции составили 600 тыс. руб. Рассчитать прибыль предприятия от реализации продукции и чистую прибыль, если ставка налога на прибыль составляет 20%.	Ответ (с расчетами):																			
C3	Рассчитать стоимость тура на 1 человека по данным таблицы. <table border="1"> <thead> <tr> <th>Статья затрат</th> <th>Процент</th> <th>Сумма на 1 чел., руб.</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Стоимость питания</td> <td></td> <td>2500</td> </tr> <tr> <td>Стоимость проживания</td> <td></td> <td>2000</td> </tr> <tr> <td>Заработка руководителя группы</td> <td></td> <td>100</td> </tr> <tr> <td>Отчисления во внебюджетные фонды</td> <td>30, 2</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Стоимость экскурсионного обслуживания</td> <td></td> <td>2300</td> </tr> </tbody> </table>	Статья затрат	Процент	Сумма на 1 чел., руб.	Стоимость питания		2500	Стоимость проживания		2000	Заработка руководителя группы		100	Отчисления во внебюджетные фонды	30, 2		Стоимость экскурсионного обслуживания		2300	Ответ (с расчетами):	
Статья затрат	Процент	Сумма на 1 чел., руб.																			
Стоимость питания		2500																			
Стоимость проживания		2000																			
Заработка руководителя группы		100																			
Отчисления во внебюджетные фонды	30, 2																				
Стоимость экскурсионного обслуживания		2300																			

	Стоимость транспортного обслуживания		350		
	Итого прямых затрат				
	Накладные расходы	20			
	Полная себестоимость				
	Прибыль	10			
C4	Работнику фирмы установлена повременно-премиальная система оплаты труда. Его тарифный разряд – 4-й, а тарифный коэффициент 4-го разряда – 2,2. Тарифная ставка 1-го разряда – 25 руб./час. За месяц работник отработал 175 часов. Премия работнику – 30% тарифного заработка. Рассчитать заработную плату работника за месяц.	Ответ (с расчетами):			
D. Выполните задание в письменной форме. Каждое задание оценивается в девять баллов					
D1	Составить следующие разделы сценария продаж: а) Уникальные конкурентные преимущества компании. б) 5 самых важных факторов вашей компании, которые вызовут к ней доверие. в) Эффективные фразы приветствия и прощания с клиентом по телефону. г) Удачные вопросы к клиенту, позволяющие понять его потребности и разговорить его. д) Наиболее удачные метафоры, сравнения применительно к вашим продажам.				

Задание каждого типа оценивается в баллах, поэтому за правильный ответ назначается та величина балла, которая указана. Баллы обычно снимаются по следующим принципам:

- 1) общая сумма балла делится на количество правильных ответов (в каждом тесте может быть свое), например, за задание три балла, правильных ответов в тесте – 4. Если из четырех три ответа правильно, то $3:4 \times 3 = 2,25$ балла и т.д.
- 2) если правильный ответ должен быть один, то при неправильном ответе – ноль баллов.

Критерии оценки ответов на экзаменационные тесты

<i>Набранные баллы по тестовым заданиям</i>	<i>Оценка</i>
от 81 до 100	Отлично
от 61 до 80	Хорошо
от 50 до 60	Удовлетворительно
менее 50	Неудовлетворительно