Приложение № 29 к приказу
№ 36/09 от «28» февраля 2025 г.

ЧАСТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГИЙ УПРАВЛЕНИЯ И ЭКОНОМИКИ»

Ректор СПбУТУиЭ
_____ О.Г. Смешко
«28» февраля 2025 г.

ПРОГРАММА
ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ
ПО ОРГАНИЗАЦИИ ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ

Санкт-Петербург
2025

Программа вступительного испытания по Организации туристской индустрии для поступающих на программы бакалавриата на базе среднего профессионального образования разработана в соответствии с Правилами приёма на обучение по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам магистратуры в частное образовательное учреждение высшего образования «Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики» (далее - Университет), в том числе в филиалы Университета, на 2025/2026 учебный год, на основании федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования.

ОБСУЖДЕНО
на заседании кафедры Туризма и гостеприимства
«14» января 2025 г., протокол № 5
Зав. Кафедры Филиппова И.Г.

ОДОБРЕНО
методическим советом Института креативных индустрий и гостеприимства
«17» января 2025 г., протокол № 6
Председатель методического совета Института креативных индустрий и гостеприимства
Сланов В.П.

1. Общие положения

Абитуриент при сдаче вступительного испытания должен продемонстрировать знание основных теоретических вопросов Организации туристской индустрии и умение применять их для решения конкретных задач по данной дисциплине.

При ответах на вопросы теста экзаменующийся должен:

-знать историю развития и роль мирового туризма в мировой экономике;

-знать основные термины и понятия, принятые в туристской деятельности на русском и иностранном языках;

-знать инфраструктуру туризма;

-знать возможности информационных, банковских и финансовых услуг и технологий в туризме;

-знать законодательные акты и нормативные документы по правовому регулированию туристкой деятельности, страхованию в туризме, по вопросам регулирования туристских формальностей;

-знать определение, основные факторы, условия формировании и развития туристского региона

-уметь профессионально пользоваться основными терминами и понятиями, относящимися к туристской деятельности, на русском и иностранном языках;

-уметь осуществлять поиск и использование информации о состоянии и структуре рынка туристских услуг;

-уметь пользоваться законодательными актами и нормативными документами по правовому регулированию туристской деятельности;

-уметь использовать потенциал туристских регионов при формировании турпродуктов;

-уметь консультировать туристов по вопросам пользования банковскими, финансовыми услугами, современными информационными технологиями;

-уметь предоставлять информацию о туристско-рекреационных и курортных ресурсах региона, страны назначения

2. Содержание программы

Тема 1. История развития мирового туризма

Туризм как явление современного мира. Основные понятия, принятые в туристской деятельности. Первые турагентства и предприятия размещения и питания. История развития транспорта.

Тема 2. Туризм как отрасль экономики

Сущность и экономическое содержание туризма. Факторы и условия формирования и развития туристского региона. Экономические и финансовые показатели в туризме.

Тема 3. Туристский продукт

Структура туристского продукта. Технология создания туристского продукта. Обеспечение качества туристского продукта.

Тема 4. Туристский рынок

Структура туристского рынка. Основные участники туристского рынка.

Конкуренция на рынке туризма. Реклама туристского продукта.

Тема 5. Виды предпринимательства в туризме

Организационно-правовые формы ведения хозяйства. Понятие и виды деятельности туроператора и турагента. Роль и значение туроператора и турагента на туристском рынке. Международная деятельность туроператоров и турагентов. Имидж туристской фирмы.

Тема 6. Гостиничный комплекс и его структура

История развития мировой гостиничной индустрии. Классификация гостиниц. Структура типового гостиничного предприятия. Перспективы развития мирового гостиничного комплекса. Структура типового гостиничного предприятия.

Тема 7. Комплекс услуг предприятия питания и его роль в туризме

Организация питания в туризме. Классификация туристских предприятий питания.

Тема 8. Транспортные услуги в туризме

Транспорт как средство обеспечения туристской деятельности. Виды транспортных перевозок.

Тема 9. Туристские формальности

Сущность и виды туристских формальностей. Технологии реализации туристских формальностей. Влияние туристских формальностей на туристскую политику. Проблемы развития туристских формальностей и пути их решения.

3. Рекомендуемая литература

Основная литература

1. Рассохина, Т. В. Менеджмент туристских дестинаций : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Т. В. Рассохина. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 217 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16586-9
2. Бугорский, В. П. Организация туристской индустрии. Правовые основы : учебник для среднего профессионального образования / В. П. Бугорский. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 165 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-02282-7.
3. Сидоров, М. Н. Стратегический менеджмент : учебник для среднего профессионального образования / М. Н. Сидоров. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 157 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-09247-9
4. Феденева, И. Н. Организация туристской индустрии : учебник для среднего профессионального образования / И. Н. Феденева, В. П. Нехорошков, Л. К. Комарова ; ответственный редактор В. П. Нехорошков. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 205с.- (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-07372-0

Дополнительная литература

1. Скобкин, С. С. Менеджмент в туризме : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. С. Скобкин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва :

Издательство Юрайт, 2025. — 366 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10542-1
2. Морозов, М. А. Экономика туризма : учебник для среднего профессионального образования / М. А. Морозов, Н. С. Морозова. — 7-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 301 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-20739-2
3. Предоставление экскурсионных услуг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / под редакцией Т. В. Рассохиной. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 262 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18947-6
4. Джанджугазова, Е. А. Маркетинговые технологии в туризме: маркетинг туристских территорий : учебник для среднего профессионального образования / Е. А. Джанджугазова. — 4-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 205 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-21279-2.
5. Христов, Т. Т. География туризма : учебник для среднего профессионального образования / Т. Т. Христов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 282 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18719-9

4. Критерии оценки вступительного испытания по Организации туристской индустрии

Для объективной оценки знаний, поступающих на вступительном испытании по Организации туристской индустрии, проводимом в форме тестирования (письменно), оценивание осуществляется по 100 (стобалльной) шкале:

Вступительное испытание **Организации туристской индустрии** состоит из 10 заданий в тестовой форме.

Задания теста оцениваются с различным присвоением оценочного балла.

Баллы, полученные за выполненные задания, суммируются.

Минимальное количество баллов, подтверждающее успешное прохождение вступительного испытания устанавливается на уровне 27 баллов.

Критерии и шкала оценивания:

№ задания	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Количество баллов	4	5	5	6	8	10	12	15	15	20

5. Примерный вариант вступительного испытания по Организации туристской индустрии для поступающих:

1. Таможенные формальности представляют собой процедуры, связанные с проверкой соблюдения лицами, пересекающими государственную границу:

А) установленного паспортно-визового режима

Б) установленных требований вакцинации

В) правил и условий ввоза и вывоза вещей, товарных и валютных средств

Г) все ответы верны

2. Для исследования рынка туристических услуг и выбора своего сегмента туристического бизнеса необходимо изучать:
А) статистику численности туристических фирм, зарегистрированных в регионе;
Б) объемы реализации туристических услуг и ценовые факторы;
В) все ответы верны
Г) нет правильного ответа

3. По классификации средств размещения ВТО санатории, конгресс- центры относятся к группе:
А) гостиниц и аналогичных средств размещения
В) индивидуальных средств размещения
С) специализированных средств размещения
D) прочих коллективных средств размещения

4. Содержательными составляющими характеристики туристического продукта, который предлагается и включается в каталог туроператора, являются:
А) местонахождение, тип и категория транспортных средств;
Б) тип питания, включенный в турпакет;
В) все ответы верны
Г) нет правильного ответа.

5. Производственно-обслуживающая деятельность по организации и продаже туристического продукта предусматривает:
А) маршрутизацию;
Б) сервисно анимационное, нормативно правовое, документальное, финансово-коммерческое, информационно маркетинговое обеспечение;
В) все ответы верны
Г) нет правильного ответа

6. Субъектами туристической деятельности являются:
А) турагент, туроператор, экскурсовод
Б) контрагент, продавец, туроператор
В) турагент, организатор, потребитель
Г) все ответы верны

7. Туроператор это:
А) предприятие, организующее рекламу и продвижение туристского продукта
Б) реализатор туристского продукта
В) предприятие, занимающееся разработкой туристского продукта, комплектацией тура и обеспечивающее их функционирование
Г) все ответы верны

8. К задачам материальной базы размещения относятся:
А) удовлетворение потребностей по размещению и дополнительным услугам в зависимости от вида и категории гостиничного объекта;
Б) обеспечение возможности отдыха и восстановления физических и психологических сил;
В) все ответы верны
Г) нет правильного ответа.

9. Деятельность по формированию, продвижению и реализации туристского продукта, осуществляет:

A) туроператорская компания

B) гостиница

C) консалтинговая компания

D) турагентство

10. К задачам гастрономической базы туризма относятся:

А) предложения клиентам готовы и к употреблению блюда и напитки;

Б) предоставление места для организации товарищеских или деловых встреч;

В) все ответы верны.

Г) все ответы верны