Приложение № 39 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

Направление подготовки: 43.04.02 «Туризм»

Уровень высшего образования: Магистратура

Санкт-Петербург
2025

Программа вступительного испытания по направлению 43.04.02 «Туризм» для поступающих на программы магистратуры 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) на 2025/2026 учебный год, на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлениям подготовки бакалавров.

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

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

1. Цели и задачи междисциплинарного вступительного испытания

Целью проведения междисциплинарного вступительного испытания при поступлении в магистратуру по направлению 43.04.02 Туризм является выявление имеющихся знаний в области управления туристской деятельности, навыков аналитического мышления и способности к самостоятельной работе и умения применять знания для решения практических задач.

Задачи проведения междисциплинарного вступительного испытания:

- определить общий уровень научной подготовленности поступающего, требуемый для освоения магистерской программы по направлению 43.04.02 Туризм;
- определить общий уровень готовности поступающего к научно-исследовательской работе над выпускной квалификационной работой;
- произвести отбор поступающих, наиболее подготовленных к освоению магистерской программы по направлению 43.04.02 Туризм.

2. Содержание программы

Раздел 1. ОПРЕДЕЛЕНИЕ ТУРИЗМА. КЛАССИФИКАЦИЯ ТУРИЗМА

Понятие «туризм», «турбизнес», «турпродукт», «туриндустрия», «турдеятельность», «турресурсы», «турист». Туризм как экономическая наука. Классификация туризма. Виды туризма, характеристика и перспективы развития. Основные функции туризма. Международный, внутренний, национальный туризм. Активный, пассивный. Деловой туризм. Организованный и неорганизованный туризм.

Раздел 2. ТЕХНИКА И ТЕХНОЛОГИЯ ОРГАНИЗАЦИИ ТУРОПЕРАТОРСКОЙ И ТУРАГЕНТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Туроператоры и турагенты. Схемы взаимодействия между туроператорами турагентами. Основные составляющие турпродукта. Технологии формирования туристского продукта. Технологии организации перевозок. Технологии организации размещения и питания. Технологии организации информационного и экскурсионного обслуживания. Технологии формирования ассортимента туроператора. Технологии продвижения туристского продукта. Технологии оказания услуг по реализации туристского продукта. Технологии страхования в туризме. Технологии обеспечения безопасности в туризме.

Раздел 3. МЕНЕДЖМЕНТ В ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ

Особенности управления в туристской индустрии. Туристско-рекреационный комплекс как объект управления. Туристские предприятия как объекты управления. Организационные структуры и методы управления в туристской индустрии. Процесс и функции управления в туристской индустрии. Особенности функциональных видов управления в организациях туристской индустрии.

Раздел 4. МАРКЕТИНГ В ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ

Особенности маркетинга в туристской индустрии: общее понятие и сущность маркетинга; понятие маркетинга в туристской индустрии. Маркетинговые технологии в индустрии туризма: внешняя и внутренняя среда маркетинга в туризме; понятие рынка туризма и его характеристика; поведение потребителей в индустрии туризма: мотивация коммуникативной политики в туристской индустрии: информационное обеспечение маркетинга в туризме; современные коммуникационные технологии продвижения в туризме; планирование и организация рекламной кампании в туризме; товарные знаки и брендинг как инструмент продвижения в туризме

Раздел 5. ОРГАНИЗАЦИЯ ТУРИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.

Понятие туристской деятельности. Организация деятельности по формированию турпродукта. Туроператорская турагентская деятельность. Организация деятельности в различных отраслях туристской индустрии. Виды туризма.

Раздел 6. ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ В ТУРИЗМЕ.

Особенности правового регулирования в сфере туризма. Субъекты предпринимательской деятельности в области туризма. Нормативно-правовые акты по валютному регулированию и валютному контролю. Финансовое обеспечение ответственности туроператоров. Консалтинговые и правовые услуги в туризме. Формы и способы защиты прав потребителей в сфере туристического обслуживания. Рассмотрение и разрешение споров в сфере туристического обслуживания.

Раздел 7. СТАНДАРТИЗАЦИЯ И КОНТРОЛЬ КАЧЕСТВА УСЛУГ В СФЕРЕ ТУРИЗМА.

Понятие стандартизации. Законодательство РФ о стандартизации. Государственное управление стандартизацией. Организация работ по стандартизации. Нормативные документы по стандартизации и требования к ним. Соотношения Государственных стандартов России и международных договоров. Соотношения Государственных стандартов и законодательных актов РФ. Понятие сертификации. Законодательство РФ о сертификации. Участники сертификации и их полномочия, права и обязанности в области сертификации продукции и услуг. Сертификат соответствия и Знак соответствия. Обязательная и добровольная сертификация. Основные цели и принципы сертификации. Определение категорий коллективных средств размещения. Правила проведения работ в области сертификации. Инспекционный контроль за сертифицированной продукцией.

Рекомендуемая литература

Основная литература:

1. Дехтярь, Г. М. Стандартизация, сертификация, классификация в туристской индустрии : учебник для вузов / Г. М. Дехтярь. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 383 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17047-4
2. Джанджугазова, Е. А. Маркетинг туристских территорий : учебник для вузов / Е. А. Джанджугазова. — 4-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 205 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-21280-8
3. Ветитнев, А. М. Информационные технологии в туристской индустрии : учебник для вузов / А. М. Ветитнев, В. В. Коваленко, В. В. Коваленко. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 340 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07375-1

4. Коль, О. Д. Маркетинг в туристской индустрии : учебник и практикум для вузов / О. Д. Коль. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 342 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16269-1.

Дополнительная литература:

1. Морозов, М. А. Экономика организаций сферы туризма : учебник для вузов / М. А. Морозов, Н. С. Морозова. — 7-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 301 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-20740-8
2. Скобельцына, А. С. Технологии и организация экскурсионных услуг : учебник для вузов / А. С. Скобельцына, А. П. Шарухин. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 251 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18075-6.
3. Тимохина, Т. Л. Технологии гостиничной деятельности: теория и практика : учебник для вузов / Т. Л. Тимохина. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 300 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14413-0
4. Каменец, А. В. Молодежный социальный туризм : учебное пособие для вузов / А. В. Каменец, М. С. Кирова, И. А. Урмина ; под общей редакцией А. В. Каменца. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 192 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07649-3
5. Скобельцына, А. С. Технологии и организация экскурсионных услуг : учебник для вузов / А. С. Скобельцына, А. П. Шарухин. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 251 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18075-6
6. Феденева, И. Н. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме : учебное пособие для вузов / И. Н. Феденева, В. П. Нехорошков, Л. К. Комарова ; ответственный редактор В. П. Нехорошков. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 205 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06479-7

4. Критерии и шкала оценивания ответа абитуриента

Для объективной оценки знаний поступающих, на междисциплинарном вступительном испытании, проводимом в устной форме оценивание осуществляется по 100 (стобалльной) шкале.

Критерии и шкала оценивания:

Баллы	Критерии оценки
100-90	оценка «отлично» ставится за глубокое понимание рекомендуемого материала, за умение самостоятельно комментировать отдельные положения, за логический и литературно правильно построенный ответ, за убедительность и ясность ответа, когда поступающий не допускает ошибок.
89-70	оценка «хорошо» ставится за правильное и глубокое усвоение рекомендуемого материала, однако в ответе допускаются не точности и незначительные ошибки, как в содержании, так и в форме построения ответа.
69-60	оценка «удовлетворительно» свидетельствует о том, что поступающий знает основные, существенные положения рекомендованного материала, но не умеет их разъяснять, допускает отдельные ошибки и неточности в содержании знаний и в форме построения ответа.
59-40	оценка «неудовлетворительно» выставляется за плохое изложение рекомендуемого материала, ответ показывает, что поступающий знаком с рекомендованным материалом, но не выявляет основных положений, допускает существенные ошибки, которые искажают смысл излагаемого, передает информацию, которую запомнил из прочитанного, но которая

	логически не обработана в его сознании, не переведена в систему положений, доводов.
39-1	оценка «плохо» ставится тогда, когда поступающий не знаком с рекомендуемым материалом.

Вступительное испытание состоит из 2 вопросов.

За каждый вопрос поступающий может набрать максимум 50 баллов.

Баллы, полученные за выполненные задания, суммируются.

Минимальное количество баллов, подтверждающее успешное прохождение междисциплинарного вступительного испытания устанавливается на уровне 60 баллов.

5. Примерные вопросы для подготовки к междисциплинарному вступительному испытанию

1. Туризм как социально-экономическая наука.
2. Туристские территории мира, их иерархия и типология.
3. География международных туристских потоков.
4. Туристские центры и их роль в формировании туристских регионов.
5. Жизненный цикл туристского продукта.
6. Туристские ресурсы в дестинациях.
7. Туристский потенциал региона.
8. Значение туризма в жизни общества.
9. Понятие туристской индустрии.
10. Туристский продукт и туристская услуга.
11. Международный рынок туризма.
12. Рынок туризма в России. Содержание современной туристской политики в России.
13. Понятие, сущность и функции менеджмента в туризме.
14. Маркетинг в туризме. Маркетинговый процесс и его этапы.
15. Классификация услуг сферы сервиса. Рынок услуг в сфере туризма.
16. Организация и управление транспортными перевозками в туризме.
17. Основы безопасности туристов при перевозках различными видами транспорта.
18. Нормативно-правовая база развития туризма в России на федеральном
19. и региональном уровнях.
20. Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»
21. Организационно-правовые формы коммерческих организаций в сфере туризма.
22. Правовое регулирование договорных отношений по оказанию услуг туристской индустрии.
23. Международное сотрудничество в сфере туризма.
24. Система организации управления туризмом в России на федеральном и региональном уровнях.
25. Концепции и Программы развития туризма в России на современном этапе.
26. Цели, задачи и общие требования к рекламе в туризме. Реклама как инструмент продвижения туристского продукта.
27. Особенности продвижения туристского продукта на внутреннем и внешнем рынках.
28. Средства распространения рекламы в туризме. Законы и нормативные акты, регулирующие рекламную деятельность в туризме.
29. Организация выставочной деятельности в туризме и ее основные этапы.
30. Становление и развитие системы стандартизации, ее цели и задачи.
31. Характеристика национальных стандартов туристской индустрии, порядок их разработки.

32. Лицензирование в обеспечении безопасности и качества услуг в туристской индустрии.
33. Сертификация туристской индустрии: ее цели, задачи и развитие.
34. Место и роль туроператорской и турагентской деятельности на рынке туруслуг.
35. Современные тенденции развития туроператорской и турагентской деятельности.
36. Принципы формирования турпакета, как основного продукта туроператорской деятельности.
37. Общая характеристика процесса формирования и реализации турпакета.
38. Формирование цены турпродукта.
39. Создание системы продвижения турпродукта.
40. Основные параметры и условия, формирующие положительный образ туристских центров при организации въездного туризма.
41. Индустрия гостеприимства, ее значение и место в туризме. История развития индустрии гостеприимства.
42. Сегментация рынка гостиничных услуг.
43. Гостиничный продукт: местоположение, средства обслуживания, уровень сервиса, цена.
44. Страхование туристских услуг.
45. Государственное и правовое регулирование деятельности предприятий питания. Классификация предприятий питания и их характеристики.
46. История экскурсионного дела в России. Экскурсионная деятельность и ее основные характеристики. Основные критерии, лежащие в основе классификации экскурсий.
47. Этапы подготовки экскурсии. Основные методики проведения экскурсий.
48. Техника и технология проведения экскурсии. Организация работы с музеями, выставками и театрами.
49. Продажи туристских услуг как сложный технологический процесс.
50. Основы технологий продаж оптовых операторов и участников рынка
51. туристских услуг.
52. Основные этапы совершения покупки на рынке туристских услуг.
53. Разработка стратегии продаж товаров и услуг на предприятиях индустрии туризма.
54. Роль управления качеством в туризме. Классификация показателей качества и методы их определения.
55. Этапы развития управления качеством услуг в туризме. Особенности систем управления качеством услуг туризма.
56. Международные туристские организации – их роль и значение в развитии мирового туризма.
57. Всемирное наследие ЮНЕСКО. Сущность, современное состояние и перспективы развития.
58. Объекты Всемирного культурного и природного наследия России.
59. Современные состояния и перспективы развития туризма.
60. Специфика потребления туристского продукта.
61. Основные элементы туристской системы. Туристская дестинация.
62. Формы государственного регулирования туристской деятельностью.
63. Характеристика и структура экономических отношений в туризме
64. Туризм как самостоятельная отрасль экономики страны
65. Структура туристского рынка в России
66. Сегментация рынка туристских услуг.
67. Перспективы развития международного туризма.