

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«РОСТОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ  
УНИВЕРСИТЕТ (РИНХ)»

«УТВЕРЖДАЮ»  
Ректор ФГБОУ ВО «РГЭУ (РИНХ)»

д.э.н., профессор  
Е.Н.Макаренко



*Е.Н. Макаренко* 2024 г.

**ПРОГРАММА  
ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ И ПРАВИЛА ПРОВЕДЕНИЯ В  
ФГБОУ ВО «РГЭУ (РИНХ)» НА 2025/2026 УЧЕБНЫЙ ГОД**

Ростов-на-Дону

2024 год

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ  
ФГБОУ ВО «РОСТОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ  
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ (РИНХ)»  
ИНСТИТУТ МАГИСТРАТУРЫ**

**ПРОГРАММА  
ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К КОМПЛЕКСНОМУ ВСТУПИТЕЛЬНОМУ  
ИСПЫТАНИЮ В МАГИСТРАТУРУ ПО НАПРАВЛЕНИЮ  
ПОДГОТОВКИ МАГИСТРАТУРЫ 43.04.02 «ТУРИЗМ»**

Ростов-на-Дону

2025

Составитель: к.э.н., доцент, зав. кафедрой «Антикризисного и корпоративного управления» Синюк Т. Ю.

Настоящее пособие предназначено лицам, поступающим, для обучения по программе подготовки магистров в рамках направления «Туризм», «Проектирование в индустрии туризма» на базе высшего профессионального образования.

Пособие содержит общую характеристику направления, примерный вариант теста проверки знаний поступающих на данную форму обучения, а также рекомендуемую литературу для подготовки к вступительному испытанию.

## СОДЕРЖАНИЕ

1 Информация о направлении магистерской подготовки по направлению магистратуры 43.04.02 «Туризм»	4
2 Организационно-методические указания по проведению экзамена направления магистратуры 43.04.02 «Туризм»	7
3 Программа для поступающих в магистратуру по направлению магистратуры 43.04.02 «Туризм»	7
4 Примерный вариант теста по направлению магистратуры 43.04.02 «Туризм»	15
5 Условия приема в магистратуру	21
6 Список рекомендуемой литературы	23

## НАШИ АДРЕСА

### Приемная комиссия:

Россия, г. Ростов-на-Дону, ул. Большая Садовая 69, каб. 110, тел. (863) 237-02-60, 240-55-48  
[www.rsue.ru](http://www.rsue.ru)

### Институт магистратуры:

г. Ростов-на-Дону, ул. Б. Садовая, 69, каб. 413, тел. (863) 240-13-04

### Факультет Менеджмента и предпринимательства:

344002, Россия, г. Ростов-на-Дону, ул. Островского 62, [www.rsue.ru/fmip](http://www.rsue.ru/fmip)

### Кафедра «Антикризисное и корпоративное управление»

каб. 206, тел. 267-95-41

### Деканат:

каб. 200, тел/факс (863) 267-40-61

**Мы Вас ждем!**

# **1 ИНФОРМАЦИЯ О НАПРАВЛЕНИИ МАГИСТЕРСКОЙ ПОДГОТОВКИ ПО НАПРАВЛЕНИЮ МАГИСТРАТУРЫ 43.04.02 «ТУРИЗМ»**

Выпускник, обладающий квалификацией магистр, должен быть широко эрудирован, владеть методологией решения сложных профессиональных проблем и научных исследований, уметь применять информационные технологии.

Обучение в магистратуре опирается на лекционные курсы, соответствующие аннотированной программе, проводимые профессорско-преподавательским составом высокого научного уровня, а также самостоятельную работу магистранта, который под руководством научного руководителя выполняет индивидуальный план и готовит магистерскую диссертацию.

Магистратура - вторая ступень высшего образования для выпускников бакалавриата или современная форма второго высшего образования для выпускников, имеющих диплом специалиста.

В современном российском высшем образовании степень магистра следует по научному уровню за степенью бакалавра и предшествует степени кандидата наук. Это не ученая, а академическая степень, она отражает образовательный уровень выпускника высшей школы, присуждается по окончании обучения по соответствующей образовательно-профессиональной программе, которая ориентирована на научно-исследовательскую или научно-педагогическую работу, практическую работу, требующую высокой квалификации и профессионализма.

Выпускники магистратуры готовы к профессиональной деятельности, требующей углубленных и фундаментальных знаний различных аспектов управленческой деятельности и экономических отношений.

Магистерская программа «Проектирование в индустрии туризма» предназначена для подготовки высококвалифицированных специалистов, обладающих фундаментальными знаниями в области управления в индустрии туризма и гостеприимства, умеющих давать научную оценку уровня развития туристских дестинаций и применять полученные знания на практике – составлять документы и организовывать туристскую деятельность; применяющих свои навыки для осуществления управленческой, аналитической, исследовательской и организационной деятельности в области управления туристской деятельностью, способных:

- проектировать и осуществлять технологические процессы формирования туристского продукта;
- разрабатывать новые туристские продукты и предприятия в соответствии с потребностями рынка;
- оценивать инновационно-экономические риски при внедрении новых продуктов и услуг;

- осуществлять информационное обеспечение организации производства, труда и управления туристским предприятием;
- готовить технико-экономическое обоснование новых продуктов услуг;
- обеспечивающих организацию комплексного туристского обслуживания в основных секторах туристской индустрии, проектирование туристско-рекреационных зон и комплексов, управление ими;
- обладающих самостоятельностью в культуре мышления, обобщения, анализа и восприятия информации;
- способных принимать самостоятельные решения;
- использующих возможности новых технологий для достижения поставленных целей, основ научной деятельности.

Объекты профессиональной деятельности специалиста по туризму-потребители услуг туристской индустрии, их потребности; туристский продукт туристские ресурсы – природные, исторические, социально-культурные объекты, включающие объекты туристского показа, а также иные объекты, способные удовлетворить духовные и иные потребности туристов, содействовать поддержанию их жизнедеятельности, восстановлению и развитию их физических сил и здоровья технологические процессы предоставления услуг туристской индустрии: разработка и реализация туристских продуктов, отвечающих требованиям потребителей результаты интеллектуальной деятельности; нематериальные активы, принадлежащие субъектам туристской индустрии на праве собственности или ином законном основании объекты, связанные с разработкой и реализацией туристского продукта и туристских услуг (предприятия индустрии туризма) – средства размещения; средства транспорта; объекты общественного питания, объекты санаторно-курортного лечения и отдыха, спортивно-оздоровительных услуг, объекты и средства развлечения, познавательного делового и иного назначения, объекты экскурсионной деятельности; организации, предоставляющие услуги экскурсоводов (гидов), гидов-переводчиков, инструкторов-проводников, иные предприятия туристской индустрии информационные ресурсы и системы туристской деятельности, средства обеспечения автоматизированных информационных систем и их технологий

Подготовка магистров по направлению «Туризм» обеспечивает освоение методик проверки качества обслуживания; определения и анализа проблем в работе сервисного предприятия; изучение техники работы с жалобами персонала; управления конфликтами и профилактики конфликтных ситуаций; знание систем налогообложения, бухучета и аудита туристических фирм; разработки стратегии компании и постановки долгосрочных целей; проведения стратегического и конкурентного анализа; управления инновациями и изменениями на предприятиях сферы туризма; разработки и управления проектами создания новых, реконструкции и модернизации существующих предприятий сферы туризма; обоснования и

управления проектами реформирования и реструктуризации предприятий сферы туризма; методик разработки и принятие управленческих решений по повышению конкурентоспособности и развитию бизнеса в сфере индустрии гостеприимства и туризма.

Основными методами обучения в магистратуре являются интерактивные лекции, анализ кейсов, групповые проекты, индивидуальные и групповые презентации, научные семинары, научно-исследовательские проекты на материале реальных компаний и организаций.

Магистерская программа «Проектирование в индустрии туризма» включает следующие дисциплины специализации:

- Стратегическое и программно-целевое управление туризмом;
- Прикладные исследования и мониторинг туристических трендов;
- Геобрендинг в развитии туризма;
- Стандартизация и менеджмент качества в туризме;
- Планирование и проектирование рекреационных территорий ;
- Организационное проектирование и управление проектами в индустрии туризма;
- Современные технологии и инструментарий менеджмента в туризм
- Электронный туризм;
- Управление поведением потребителей в индустрии гостеприимства;
- Туристское страноведение;
- Исследование туристского потенциала территорий;
- Мастер-план туристских территорий ;
- Управление туристским комплексом на основе принципов устойчивости;
- Технологии профессиональных коммуникаций в управлении сферой туризма ;
- Кросс-культурное взаимодействие в туризме;
- Технологии проектирования и методология создания туристских продуктов;
- Туристическая безопасность: организация и проектирование экскурсионных маршрутов.

По окончании всем выпускникам выдается диплом магистра по направлению «Туризм».

## **2 ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ПРОВЕДЕНИЮ ЭКЗАМЕНА**

Цель экзамена – отобрать наиболее подготовленных абитуриентов, имеющих диплом бакалавра или специалиста для обучения в магистратуре по направлению «Туризм».

Вступительный экзамен проводится в форме тестов, включающих **25 вопросов**. Время на проведение теста – **1 час**.

Вопросы для сдачи испытания разработаны с учетом дисциплин подготовки бакалавров и специалистов.

Результаты междисциплинарного экзамена оцениваются по стобальной шкале.

За каждый положительный ответ теста – присваивается **4 балла**.

Абитуриент, набравший **менее 20 баллов** считается **не сдавшим экзамен**.

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

В программе комплексного междисциплинарного экзамена приводится примерный вариант испытательного теста и список рекомендуемой литературы для помощи в подготовке к экзамену

## **3 ПРОГРАММА ДЛЯ ПОСТУПАЮЩИХ В МАГИСТРАТУРУ ПО НАПРАВЛЕНИЮ МАГИСТРАТУРЫ 43.04.02 «ТУРИЗМ»**

Программа вступительного экзамена предназначена для лиц, прошедших обучение по первой ступени высшего образования (бакалавр, специалист, дипломированный специалист) и желающих продолжить обучение по второй ступени (магистратура). Программа включает в себя перечень тем для подготовки к экзамену, примерные вопросы к вступительному экзамену.

Перечень тем для подготовки к экзамену в виде теста.

### ***3.1. Перечень тем для подготовки к экзамену.***

#### ***1. Туризм: определение и классификация.***

Эволюция понятия «туризм». Виды туризма, их характеристика и перспективы развития. Типы классификации видов туризма. Специфика делового туризма. Основные функции туризма.

#### ***2. Индустрия туризма на современном этапе.***

Феномен массового туризма. Фазы развития туризма. Место и роль туризма в мировой экономике. Понятие индустрии туризма, ее основные функции и характеристика темпов развития. Составляющее туристской индустрии. Интенсивность туризма. Классификация развитых в туристском отношении стран по масштабам развития туризма и по соотношению приёма и поставки туристов.

*3. Туристские организации: классификация, цели и методы деятельности.*

Международные организации в сфере туризма и гостеприимства, их роль в процессе экономической глобализации. Приоритетные функции крупнейших международных туристских организаций, их значение в обеспечении устойчивых темпов развития туризма. Общероссийские туристские организации. Региональные и местные туристские организации.

*4. Туристское ресурсоведение. Туристский потенциал и туристские ресурсы территории.*

Туристское ресурсоведение: понятие, подходы, эволюция. Основные методы туристского ресурсоведения. Туристские ресурсы: классификация и принципы выделения. Рекреационные ресурсы: понятие, критерии, свойства. Основные виды туристских ресурсов. Природные ресурсы туризма и их оценка. Культурно-исторические ресурсы туризма и их оценка. Социально-экономические ресурсы туризма и их оценка. Пространственная организация туристских ресурсов. Территориальные системы рекреации и туризма. Туристские центры и дестинации. Туристский потенциал территории. Планирование использования туристских ресурсов территории с учетом их специфики. Ресурсный потенциал территории, его связь с развитием рынка туристских услуг. Принципы исследования и оценки ресурсного потенциала территориального объекта. Характеристика компонентов, необходимых для развития туризма. Принципы планирования и позитивные социально-культурные последствия развития туристского потенциала региона.

*5. Компьютерные сети и их использование в сфере туризма.*

Направления использования Интернет в сфере туризма. Классификация существующих туристских интернет-проектов и их характеристика. Принципы и этапы создания сайтов турфирм. Реклама услуг сферы туризма и гостеприимства в Интернет. Понятие «электронной коммерции». Проблемы развития электронной коммерции в России. Классификация сайтов турфирм и туроператоров по степени их принадлежности к системам «электронной коммерции».

*6. Системы бронирования и резервирования в сфере туризма.*

Общая характеристика глобальных компьютерных систем бронирования и резервирования (GDS), используемых на российском рынке: преимущества, конкуренция, услуги. Системы бронирования Amadeus, Galileo, Worldspan, Sabre. Другие зарубежные системы бронирования. Российские компьютерные системы бронирования. Принципы работы и подключение к системам бронирования и резервирования.



### *7. Системы управления гостиничным комплексом.*

Общая характеристика гостиничного комплекса. Роль информационных технологий в оптимизации менеджмента гостиниц. Обзор рынка программного обеспечения управления гостиницей. Программные продукты компаний «Micros-Fidelio» и «HIS». Специфика внедрения западных автоматизированных систем управления на российском рынке. Российские системы управления гостиницей (Интеротель, KEI-Hotel, Русский ОТЕЛЬ, Hotel-2000, Эдельвейс, ОТЕЛЬ-Симпл, UCS-Shelter). Сравнительная характеристика основных систем управления гостиничным комплексом.

### *8. Системы управления ресторанным бизнесом.*

Общая характеристика ресторанный комплекса. Роль информационных технологий в оптимизации менеджмента предприятий питания. Аппаратное обеспечение ресторанной автоматизированной системы управления (АСУ). Программное обеспечение ресторанной АСУ. Российские и зарубежные ресторанные системы.

### *9. Системы управления туристским бизнесом.*

Роль информационных технологий в оптимизации менеджмента туристских предприятий. Цели и этапы комплексной автоматизации турфирм. Стандартное и специальное программное обеспечение туристского офиса. Фирмы-разработчики специального программного обеспечения (Мегатек, Аримсофт, Само-Софт, Интурсофт) и их программные продукты. Характеристика и структура типовых программных комплексов. Проблема стандартизации обмена информацией между участниками туристского рынка.

### *10. Понятие и виды планирования в туризме.*

Понятие планирования как одной из функций менеджмента. Этапы развития корпоративного планирования. Виды планирования в туризме (классификация, характеристика). Принципы планирования. Пределы планирования. Стратегическое и тактическое планирование. Пять задач стратегического планирования. Уровни туристского планирования и их интеграция. Процесс планирования в организации: основные этапы. Организационные структуры планирования. Корпоративная культура как условие эффективного планирования. Кодексы корпоративной этики: сущность и задачи. Подходы к планированию в компании: виды, характеристика. Понятие бизнес-плана как комплексного документа, цели и функции бизнес-плана. Этапы разработки и реализации бизнес-плана (подготовка программ; планирование рынка; оформление документа). Структура и содержание бизнес-плана (план производства, план маркетинга, организационный план, финансовый план, план исследований и разработок).

### *11. Стратегия организации и конкурентное преимущество.*

Понятие организационных сред, их характеристика и взаимосвязь: внутренние факторы (цели, задачи, структура, люди, технология), внешние факторы среды прямого и косвенного воздействия. Значение анализа организационных сред для формирования стратегии. Анализ отрасли и

конкурентной ситуации: основные этапы и методы (модель пяти сил конкуренции Портера, модель «продукт-рынок», матрица БКГ, матрица МакКинси). Анализ ресурсов и конкурентных возможностей компании: этапы и методы (анализ разрыва, модель МакКинси «7С», матрица Вилсона, SWOT-анализ, цепочки ценности). Базовые стратегии конкуренции: характеристика, область применения. Разработка стратегии с учетом специфики отрасли и ситуации.

#### *12.Технология разработки туристских маршрутов.*

Технология туристского обслуживания: разработка маршрутов, формирование туров и экскурсионных программ, предоставление основных и дополнительных услуг. Понятия маршрута и тура. Туристская путевка и ваучер. Классификация туристских маршрутов (по типам, по построению трассы, по способам передвижения, по содержанию). Основные этапы разработки туристского маршрута. Заключение договоров (контрактов) с перевозчиками. Отношения с принимающей стороной. Формирование тура.

#### *13.Стандартизация сервисной деятельности*

Понятие и базовые принципы, нормативно-правовые акты. Роль международных стандартов в определении конкурентоспособности товара/услуги. Принципы ТОМ. Международные стандарты серии 9000. Значение систем качества и причины их внедрения.

#### *14.Особенности сферы услуг и виды сервиса.*

Современные определения понятия услуги. Виды потребностей. Материальные и социально-культурные услуги. Специфика и свойства услуги как товара. Основные группы характеристик качества услуг. Нормативно-правовые акты в сфере услуг.

#### *15.Цели, принципы и формы подтверждения соответствия услуг.*

Оценка соответствия. Подтверждение соответствия: цели и формы. Обязательное и добровольное подтверждение соответствия. Системы сертификации. Схемы сертификации услуг. Органы по сертификации. Сертификация систем качества.

#### *16.Основные модели маркетинга услуг.*

Контактная зона. Внутренний маркетинг. Мотивация персонала. Интерактивный маркетинг. Культура обслуживания. Методы разработки и анализа процесса взаимодействия покупателя и продавца. Потребительское поведение: основные модели и определяющие факторы.

#### *17.Государственное регулирование в сфере туризма и гостеприимства.*

Законодательные и иные нормативные акты в сфере туристской деятельности. Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации». Основные понятия, принципы, цели, задачи. Права и обязанности туриста. Закон РФ «О защите прав потребителей». Право потребителя на безопасность товаров, работ, услуг. Федеральные законы и иные нормативные акты, регулирующие безопасность, страхование, стандартизацию, сертификацию, рекламу туристских услуг. Федеральные

целевые программы развития туризма в РФ. Региональные законы и иные нормативные акты в сфере туризма. Органы исполнительной власти, осуществляющие регулирование и координацию туристской деятельности в РФ: федеральные, региональные.

#### *18.Экскурсия: признаки и классификация.*

Экскурсоведение как наука. Понятие и функции экскурсии. Признаки экскурсии. Экскурсионный метод познания. Компоненты деятельности экскурсовода. Психологические аспекты экскурсии. Методика экскурсии. Классификация экскурсий. Тематика и содержание экскурсий. Композиция экскурсии. Рассказ в экскурсии: формы, особенности, требования. Виды группировок экскурсантов.

#### *19.Методика разработки и проведения экскурсии.*

Экскурсионная методика как наука. Тематика экскурсий. Цель и задачи экскурсии. Основные этапы подготовки экскурсии и их последовательность. Структура экскурсии и принципы ее проведения. Дифференцированный подход к организации экскурсионного обслуживания. Классификация экскурсионных объектов, критерии их оценки. Продолжительность экскурсии. Карточка (паспорт) объекта экскурсии. Требования к построению маршрута экскурсии. «Портфель» экскурсовода. Составление методической разработки. Методика проведения экскурсии. Классификация приемов проведения экскурсии. Методические приемы показа и рассказа. Элементы техники ведения экскурсии. Профессиональные требования к экскурсоводу. Обязательные квалификационные требования к экскурсоводу.

#### *20.Классификация средств размещения туристов.*

Нормативно-правовая база гостиничной отрасли. Понятие средств размещения. Определение гостиниц. Гостиничное дело. Гостиничное хозяйство. Категории, разряды и группы коллективных и индивидуальных средств размещения. Типы гостиниц в зависимости от конкретного оборудования и особенностей предоставляемых услуг. Основные и дополнительные средства размещения. Типовые характеристики отелей.

#### *21.Технология обслуживания и реализации гостиничных услуг.*

Специфика гостиничного бизнеса. Формы продажи гостиничных услуг: централизованная, децентрализованная, комбинированная. Особенности технологии обслуживания и реализации гостиничных услуг. Технологический цикл гостиничного обслуживания: этапы и их характеристики. Классификация гостиничных номеров. Службы гостиниц и их функциональные особенности. Основные критерии качества обслуживания.

#### *22.Дополнительные услуги в сфере гостеприимства.*

Характеристика и перспективы развития дополнительных услуг в сфере гостеприимства. Состав, структура и классификация дополнительных услуг. Система предложения дополнительных услуг в гостинице, ее основные элементы.

*23.Предприятия ресторанного сервиса: классификация и методы обслуживания.*

Принципы классификации предприятий питания. Культура и методы обслуживания на предприятиях ресторанного сервиса (американский, французский, русский сервис). Характеристика и виды меню.

*24.Паспортно-визовые формальности и страхование в международном туризме.*

Законодательство РФ о порядке выезда из РФ и въезда в РФ. Порядок оформления и выдачи документов гражданам РФ для выезда из РФ и въезда в РФ. Порядок выезда гражданина РФ из РФ. Разрешение на въезд в страну. Визы, их типы. Общие правила предоставления документов на визу. Защита прав граждан РФ за рубежом. Законодательство РФ о страховании выезжающих за рубеж. Виды туристского страхования: компенсаторное и сервисное. Основные понятие и термины: полис страхования, страховщик, страхователь, страховая выплата, страховая премия, страховой случай, страховое событие. Не страховые случаи. Порядок выплат при наступлении страхового случая.

*25.Технология формирования туристских пакетов.*

Деятельность туристских фирм по организации путешествий: базовые принципы и модели. Понятие тура. Основные типы тура в туристском бизнесе – инклюзив-тур и заказной тур. Дополнительные компоненты туров. Порядок проектирования туристской услуги. Оценка экономической эффективности сформированного тура. Технологическая карта маршрута, паспорт маршрута, информационный листок, каталог маршрута, калькуляция тура. Ваучер. Проект программы обслуживания туристов. Расчет себестоимости турпродукта. Переменные и постоянные затраты на организацию тура. Организация питания туристов. Транспортные расходы. Маржинальный доход туристского предприятия. Специфика затрат туристской фирмы. Процедуры бронирования туров. Условия бронирования туров и ограничения ответственности. Характеристика отношений турагентов с туроператорами. Ключевые позиции деятельности туроператора.

*26.Реклама и связи с общественностью в сфере туризма и гостеприимства: характеристика основных приемов и методов.*

Современные рекламные и PR-технологии, их значение в продвижении товаров и услуг. Виды рекламы. Целевые аудитории потребителей рекламного продукта. Брендинг: основные термины и определения. Процесс создания брэнда: позиционирование, стратегия. Специфика высокотехнологичных брэндов. Общественное мнение: понятие, структура, механизмы формирования. Целевая аудитория, виды и категории целевых аудиторий, ключевая аудитория, внешняя и внутренняя аудитория, конечный потребитель, лидеры общественного мнения. Виды PR-текстов. Оценка эффективности PR- мероприятий.

*27. Основные туристские и курортные зоны России: классификация, состояние и перспективы развития.*

Перечень туристских и курортных зон федерального значения. Характеристика их специализации по видам туризма. Исторические производственные территории как специфический региональный тип зонирования. Три категории туристских зон с учетом уровня развития туристской инфраструктуры и ресурсного потенциала. Города и районы, особо рекомендуемые для развития туризма. Позиционирование турпродукта регионов России за рубежом.

*28. Основы менеджмента туризма.*

Основы менеджмента, понятия, сущность и функции менеджмента туризма, опыт менеджмента за рубежом, возможность его использования в России. Понятие, сущность и функции менеджмента. Менеджмент как вид деятельности. Развитие менеджмента в прошлом и настоящем. Принципы менеджмента. Методы менеджмента. Опыт менеджмента за рубежом, возможность его использования в России.

*29. Стратегическое управление и планирование в сфере туризма.*

Содержание понятия «стратегический менеджмент», «миссия», «стратегия». Процесс стратегического управления предприятием туризма: формулировка миссии, определение долгосрочных и краткосрочных целей развития, анализ внешней и внутренней среды, разработка стратегий. Основные элементы стратегического планирования предприятия туризма.

*30. Текущее планирование деятельности предприятия туризма.*

Планирование себестоимости услуги. Текущие финансовые планы. План маркетинга. Планирование потребности в персонале. Процедура разработки и утверждения планов. Виды рисков в индустрии туризма. Выбор конкретных мер, способствующих устранению или минимизации возможных отрицательных последствий риска. Страхование предпринимательских рисков.

*31. Система коммуникаций и методы принятия решений на предприятиях туризма.*

Система коммуникаций и их роль в совершенствовании управления предприятием туризма. Сущность и содержание стадий принятия управленческих решений. Методы принятия решений. Использование групповых методов выработки вариантов решений.

*32. Процесс обслуживания клиентов.*

Процесс обслуживания клиентов в туристской фирме и его этапы. Понятие «контактной зоны». Использование технических средств в обслуживании. Атмосфера гостеприимства в индустрии туризма: правила поведения персонала, требования к внешнему виду, стиль обслуживания клиентов. Теория организации обслуживания различных групп потребителей. Особенности индивидуального обслуживания клиентов предприятий туризма.

*33. Исследование потребителей туристских услуг.*

Сегментирование, принципы сегментирования. Особенности сегментирования в туризме. Факторы сегментации потребительского рынка туристических услуг, выбор целевых групп потребителей, методы стимулирования потенциальных клиентов. Технологии доставки туристского продукта: обычный канал, вертикальная и горизонтальная схемы распределения.

#### *34. Стимулирование сбыта и продвижение туристских услуг на рынке.*

Продвижение товара и услуг в туризме. Организация деятельности маркетинговой службы предприятия. Понятие, функции, направление деятельности, цели PR в туризме. Рекламно-информационная деятельность туристических агентств, каналы распространения информации. Туристические каталоги: общая характеристика, классификация, отличительные черты различных каталогов. Классификация выставочных мероприятий, проводимых в сфере туризма: международные, национальные, региональные туристские выставки и ярмарки. Цели проведения и отличительные особенности основных туристских выставочно-ярмарочных мероприятий в России и за рубежом. Политика продвижения услуг в туризме. Инструменты продвижения: реклама, публик рилейшнз, стимулирование продаж, личные продажи.

#### *35. Разработка туристского предложения.*

Программный туризм как основа обслуживания клиентов на современном этапе. Разновидности туристских программ. Формирование качественной и привлекательной программы обслуживания.

#### *36. Стратегии развития туристских организаций.*

Методы стратегического рыночного позиционирования. Этапы планирования деятельности туристической организации.

#### *37. Современный рынок услуг и место в нем сферы туризма и гостеприимства*

Сфера услуг в современном обществе. Понятия «постиндустриальное», «информационное» общество и место в нем сферы услуг. Сервисная экономика как атрибут постиндустриального общества. Клиентоориентированный характер новой 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

#### *38. Туризм как вид деятельности*

Категории «туризм» и «путешествие». Туризм и его виды. Внутренний и внешний туризм. Национальный туризм. Международный 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. Сезонность.

### **3.2 Перечень примерных вопросов к вступительному экзамену.**

- 1 Туризм: определение и классификация.
- 2 Индустрия туризма на современном этапе. Феномен массового туризма.
- 3 Эволюция организованного туризма и этапы его развития в России.
- 4 Туристские организации: классификация, цели и методы деятельности.
- 5 Туристский потенциал и туристские ресурсы региона. Специфика их использования.
- 6 Компьютерные сети и их использование в сфере туризма.
- 7 Системы бронирования и резервирования в сфере туризма.
- 8 Системы управления гостиничным комплексом.
- 9 Системы управления ресторанным бизнесом.
- 10 Системы управления туристским бизнесом.
- 11 Понятие и виды планирования в туризме.
- 12 Стратегия организации и конкурентное преимущество.
- 13 Технология разработки туристских маршрутов.
- 14 Стандартизация сервисной деятельности: понятие и базовые принципы.
- 15 Цели, принципы и формы подтверждения соответствия услуг.
- 16 Государственное регулирование в сфере туризма и гостеприимства.
- 17 Экскурсия: признаки и классификация.
- 18 Методика разработки и проведения экскурсии.
- 19 Классификация средств размещения туристов.
- 20 Дополнительные услуги в сфере гостеприимства.

- 21 Предприятия ресторанного сервиса: классификация и методы обслуживания.
- 22 Паспортно-визовые формальности и страхование в международном туризме.
- 23 Технология формирования туристских пакетов.
- 24 Реклама и связи с общественностью в сфере туризма и гостеприимства: характеристика основных приемов и методов.
- 25 Основные туристские и курортные зоны России: классификация, состояние и перспективы развития.
- 26 Жизненный цикл туристского продукта.
- 27 Технология разработки маршрутов и формирования туров.
- 28 Технологии туроператорской деятельности.
- 29 Сегментация рынка туристических услуг.
- 30 Туристский потенциал региона.
- 31 Основные виды туризма.
- 32 Рекреационный туризм: виды, тенденции, специфика.
- 33 Основы туроперейтинга во внутреннем туризме.
- 34 Культурно-познавательный туризм: виды, тенденции, специфика.
- 35 Событийный туризм: виды, тенденции, специфика.
- 36 Экологический туризм: виды, тенденции, специфика.
- 37 Технологии турагентской деятельности
- 38 Страхование туристских услуг.
- 39 Основные элементы туристско-рекреационной системы. Туристская дестинация.
- 40 Отличительные черты инкаминга как вида туристской деятельности.
- 41 Этапы развития российского въездного туризма.
- 42 Сложность аутгоинга
- 43 Покупка блока мест на условиях комитмента.
- 44 Покупка блока мест на условиях элотмента.
- 45 Услуги meet-компаний
- 46 Какова роль кросс-промоции в туристском бизнесе?
- 47 Технологические этапы разработки тура.
- 48 Государственное регулирование туристской деятельности в РФ.
- 49 Защита интересов российских туристов за пределами РФ.

#### **4 ПРИМЕРНЫЙ ВАРИАНТ ТЕСТА ПО НАПРАВЛЕНИЮ МАГИСТРАТУРЫ 43.04.02 «ТУРИЗМ»**

**В приведенных ниже заданиях может быть только один  
верный ответ**



**1. Выберите правильный способ ухода от конфликта с клиентом:**

- a) извинение со стороны менеджера;
- b) комплимент на фоне самокритики;
- c) умение правильно доказать клиенту свою правоту;
- d) прямым поведением дать клиенту понять, что он не прав

**2. Совокупность характеристик, определяющих способность услуги удовлетворять потребности клиента, - это:**

- a) свойства услуги
- b) качество услуги
- c) комплектность услуги
- d) параметры услуги

**3 Деятельность по формированию, продвижению и реализации туристического продукта, осуществляемая юридическим лицом называется:**

- a) рекламная деятельность
- b) сервисная деятельность
- c) туроператорская деятельность

**4 Туристский продукт это:**

- a) комплекс услуг по перевозке и размещению, оказываемых за общую цену (независимо от включения в общую цену стоимости экскурсионного обслуживания и (или) других услуг) по договору о реализации туристского продукта;
- b) временные выезды (путешествия) граждан Российской Федерации, иностранных граждан и лиц без гражданства (далее - лица) с постоянного места жительства в лечебно-оздоровительных, рекреационных, познавательных, физкультурно-спортивных, профессионально-деловых и иных целях без занятия деятельностью, связанной с получением дохода от источников в стране (месте) временного пребывания;
- c) путевка, которую турист приобретает в туристической фирме

**5 Экскурсант это:**

- a) лицо, посещающее страну (место) временного пребывания в познавательных целях на период менее 24 часов без ночевки в стране (месте) временного пребывания и использующее услуги экскурсовода (гида), гида-переводчика, инструктора-проводника;
- b) лицо, посещающее страну (место) временного пребывания в лечебно-оздоровительных, рекреационных, познавательных, физкультурно-спортивных, профессионально-деловых и иных целях без занятия деятельностью, связанной с получением дохода от источников в стране (месте) временного пребывания, на период от 24 часов до 6 месяцев

подряд или осуществляющее не менее одной ночевки в стране (месте) временного пребывания;

- c) турист или иное лицо, заказывающее туристский продукт от имени туриста, в том числе законный представитель несовершеннолетнего туриста;

**5 К туристско информационному центру относится:**

- a) организация, осуществляющая деятельность по информированию физических и юридических лиц о туристских ресурсах и об объектах туристской индустрии, а также продвижению туристских продуктов на внутреннем и мировом туристских рынках;
- b) юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, которым турагентом передано исполнение поручения туроператора на продвижение и реализацию туристского продукта в порядке, предусмотренном Федеральным законом, и сведения о которых внесены в единый федеральный реестр турагентов, субагентов в порядке, предусмотренном Федеральным законом;
- c) организация, осуществляющая деятельность по формированию, продвижению и реализации туристского продукта,

**6 Комплекс услуг по перевозке и размещению, оказываемых за общую цену (независимо от включения в общую цену стоимости экскурсионного обслуживания и (или) других услуг) по договору о реализации туристского продукта – это:**

- a) экскурсия
- b) тур-маршрут
- c) туристский продукт

**7 Анализ, заключающийся в сопоставлении факторов внешней среды с профилем компании для определения сильных и слабых ее сторон, возможностей и угроз бизнесу, называется:**

- a) SWOT-анализ
- b) PEST-анализ
- c) SNW - анализ

**8 Юридическое или физическое лицо, выполняющее работы по формированию (созданию или проектированию) туристского продукта, его продвижению на рынок, а также по реализации, называется:**

- a) Туроператор
- b) Турагент
- c) Субагент

**9 Запрещается осуществление туроператорской деятельности юридическим лицом, если:**

- a) сведения о нем отсутствуют в едином федеральном реестре туроператоров;
- b) оно не состоит в АТОР;
- c) оно не зарегистрировано в государственном реестре ОПО Ростехнадзора

**10 Пэкидж-тур это:**

- a) комплексная туристическая услуга, включающая размещение, питание, экскурсионное обслуживание, транспортные, бытовые, спортивно-оздоровительные, физкультурные, медицинские и прочие услуги;
- b) временные выезды (путешествия) граждан Российской Федерации, иностранных граждан и лиц без гражданства (далее - лица) с постоянного места жительства в лечебно-оздоровительных, рекреационных, познавательных, физкультурно-спортивных, профессионально-деловых и иных целях без занятия деятельностью, связанной с получением дохода от источников в стране (месте) временного пребывания;
- c) отдельные туристические услуги: питание, размещение, экскурсионное обслуживание, транспорт (по выбору).

**11 Туроператоры на приеме, то есть комплектующие туры и программы обслуживания туристов с использованием прямых договоров с поставщиками услуг (гостиницами, предприятиями питания, досугово-развлекательными учреждениями и т.д.) это:**

- a) Рецептивные туроператоры
- b) Специализированные операторы
- c) Инициативные туроператоры

**12 Международный вид туристской деятельности, основанный на развитии инфраструктуры туризма, организации и реализации трансграничных маршрутов по приграничным территориям это:**

- a) Трансграничный туризм
- b) Национальный туризм
- c) МІСЕ туризм

**13 К результатам формирования тура можно отнести следующие технологические документы:**

- a) технологическую карту туристского путешествия, график загрузки туристского предприятия, информационный листок к туристской путевке
- b) договор, пакетный тур, страховку
- c) проездной документ, документы об оплате, медицинская страховка;

**14 Туристский продукт – некий туристский товар, но который обладает рядом особенностей:**

- a) Неосвязаемость, неспособность к хранению, неотделимость от источника, непостоянство качества
- b) Рыночность, ликвидность, обращаемость, стандартность, риск, регулируемость.
- c) Гарантированность, тарифность, риск, стандартность

**15 Основные формы продаж туристского продукта турагентом:**

- a) Прямая продажа, контрагентская сеть
- b) Франчайзинговая сеть, нетрадиционные формы продажи
- c) Все перечисленное верно

**16 Выделяют следующие модели гостеприимства:**

- a) европейская, азиатская, американская и восточноевропейская
- b) рыночная, планово-распределительная, модель переходного периода,
- c) конструктивна, деструктивная и конформистская.

**17 Обязательные с точки зрения законности и установленного порядка действия, связанные с оформлением и совершением туристского путешествия, а также процедуры, связанные с пересечением границы, называются:**

- a) туристскими формальностями
- b) туристской дестинацией
- c) геобрендингом

**18 Основой для разработки турпродукта является его:**

- a) краткое описание
- b) морфологический анализ
- c) коммерциализация

**19 Комплекс мер, направленных на реализацию туристского продукта (реклама, ярмарках, организация туристских информационных центров по продаже туристского продукта, издание каталогов, буклетов и др.), является:**

- a) продвижением туристского продукта
- b) маркетингом туристского организатора
- c) формированием туристских услуг

**20. В России применяется следующая система классификации услуг гостиниц**

- a) система «звезд»
- b) система «корон»
- c) система трех категорий

**21 Под трансфером в индустрии гостеприимства понимается:**

- a) перемещения туриста до дестинации и по экскурсионному маршруту внутри дестинации с использованием транспорта;
- b) переезд туристов из вокзала (аэропорта) в гостиницу в день приезда (прилета) и наоборот - переезд из гостиницы на вокзал (аэропорт) в день отъезда (вылета);
- c) перемещения туриста внутри курортного комплекса с использованием транспорта
- d) все перечисленное верно

**22 Туристская анимация призвана выполнять следующие основные рекреационные функции:**

- a) спортивно-оздоровительную и познавательную
- b) лечебную, оздоровительную и познавательную
- c) адаптационную, информационную, образовательную

**23 Основные отличия туриста от экскурсанта?**

- a) в организации посещения другой местности;
- b) в целях путешествия;
- c) в длительности путешествия.

**24.Каким образом подразделяются по построению трассы маршрута?**

- a) линейные и кольцевые, радиальные;
- b) стационарные и кольцевые, радиальные;
- c)линейные, стационарные.

**25. Как обозначается двухместный номер с видом на море на базе питания «полупансион» в гостиничной документации?**

- a) TRPL, FB, SSV;
- b) DBL-twin, BB ;
- c) SNGL, BB, SCV;
- d) DBL, AI ;
- e) DBL, SV, HB.

**5 УСЛОВИЯ ПРИЕМА В МАГИСТРАТУРУ**

На первый курс магистратуры принимаются граждане Российской Федерации и других государств, имеющие диплом бакалавра или специалиста.

Лица, имеющие диплом бакалавра/специалиста и желающие освоить данную магистерскую программу, зачисляются в магистратуру по результатам вступительных испытаний, программы которых разрабатываются кафедрой.

Целью проведения тестирования по направлению «Туризм» является выявление у будущего студента факультета Менеджмента и предпринимательства, обучающегося в сокращенные сроки, специальных знаний, касающихся различных аспектов организации и управление процессами туризма, основ управления туристическими предприятиями различных организационно-правовых форм, полученных абитуриентами в рамках предыдущего образования.

Абитуриент должен обладать следующими качествами: способность принимать решения, быть профессионально ориентированным на работу в сфере туризма и индустрии гостеприимства, обладать знаниями, умениями и навыками в области следующих профессиональных дисциплин: менеджмент, управление персоналом, гостиничное обслуживание, туристическое обслуживание, управление проектами, ресторанное обслуживание, а также желанием продолжать обучение на второй ступени высшего образования - в магистратуре. Абитуриент должен быть психологически устойчив, нацелен на будущую трудовую деятельность и на работу с клиентами.

Абитуриент должен владеть следующими компетенциями:

- понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес;
- организовывать и планировать деятельность предприятий сферы туризма;
- способностью находить организационно-управленческие решения и нести за них ответственность;
- стремиться к личному и профессиональному саморазвитию;
- владеть методами количественного анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования;
- учитывать последствия управленческих решений и действий с позиции социальной ответственности;
- принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях;
- использовать информационно-коммуникационные технологии;
- самостоятельно определять задачи личного развития, заниматься самообразованием;
- владеть базовыми положениями математики, естественных, гуманитарных и экономических наук при решении задач;
- выделять и анализировать запросы потребителя и возможности их реализации;

- владеть навыками взаимодействия с потребителями по продвижению реализации сервисных услуг;
- проводить маркетинговые исследования рынка сервисных услуг; работать в коллективе и команде, обеспечивать ее сплочение.

Тестирование проводится в письменной форме. Перед началом экзамена члены вступительной комиссии выдают абитуриентам, присутствующим на экзамене и имеющим экзаменационный лист и документ, удостоверяющий личность, по одному тестовому заданию и бланку ответов. На бланке ответов указывается шифр и номер варианта тестового задания. В случае отсутствия указанных сведений на бланке ответов результаты тестирования комиссией не засчитываются. Замена абитуриентом полученного варианта тестового задания не допускается.

Тестовое задание содержит 25 вопросов по вопросам организации и управление процессами сервиса.

На каждый из вопросов тестового задания может быть только один правильный ответ. Каждый правильный ответ на вопрос теста оценивается в четыре балла, неправильный – в ноль баллов.

Время проведения вступительного испытания – 60 минут. Оценка выставляется по стобальной шкале.

Удельный вес каждого правильного ответа теста – 4 балла. Оценке «неудовлетворительно» соответствует 0-20 баллов.

## **6 СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ**

- 1 Агешкина, Н. А. Основы турагентской и туроператорской деятельности : учебное пособие / Н.А. Агешкина. – Москва : ИНФРА-М, 2021. – 567 с.
- 2 Акентьева, С. И. Организация туристской индустрии. Учебник / С.И. Акентьева, В.В. Игнатьева, Г.В. Петрова. - М.: Academia, 2017. - 320 с.
- 3 Баумгартен, Л. В. Стратегический менеджмент в туризме / Л.В. Баумгартен. - М.: Академия, 2017. - 352 с. 2018. - 280 с.
- 4 Бгатов, А. П. Туристские формальности: учеб. для высш. проф. образования/ А. П. Бгатов.- М. : Академия, 2014.
- 5 Березовая, Л. Г. История туризма и гостеприимства : учебник для вузов / Л. Г. Березовая. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025
- 6 Боголюбова, С. А. Виды и тенденции развития туризма : учебное пособие для вузов / С. А. Боголюбова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 202 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17765-7

- 7 Безопасность в туризме : учебно-методическое пособие / составитель С. Ю. Махов. — Орел : МАБИВ, 2020. — 118 с. — ISBN 2413-6379. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/176366>
- 8 Бизнес-планирование в туризме : учебник / под общей редакцией Т. В. Харитоновой, А. В. Шарковой. — Москва : Дашков и К, 2021. — 288 с. — ISBN 978-5-394-04314-7. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/229184>
- 9 Бобкова, А.Г. Безопасность туризма / А.Г. Бобкова, С.А. Кудреватых, Е.Л. Писаревский. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014.
- 10 Гамов, В. К. Менеджмент качества и оценка соответствия в туризме / В.К. Гамов, Н.В. Старичкова. - М.: Феникс, 2016. - 288 с.
- 11 Гущина, Л. А. Бизнес-планирование в туризме : учебно-методическое пособие / Л. А. Гущина, Е. Н. Летягина, К. Ю. Хаченкова. — Нижний Новгород : ННГУ им. Н. И. Лобачевского, 2023. — 40 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/344720>
- 12 Гришко, Н. И. Менеджмент в туризме : учебное пособие / Н. И. Гришко. — Минск : РИПО, 2020. — 274 с. — ISBN 978-985-7234-37-0. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/154230>
- 13 Джанджугазова Е. А. Туристско-рекреационное проектирование :учебник для студ. Учреждений высш.проф. Образования / Е. А. Джанджугазова. - М.: Академия, 2014г.
- 14 Джум, Т. А. Организация гостиничного хозяйства / Т.А. Джум, Н.И. Денисова. - М.: Магистр, Инфра-М, 2017. - 400 с.
- 15 Джум, Т. А. Современные формы обслуживания в ресторанном бизнесе. Учебное пособие / Т.А. Джум, Г.М. Зайко. - М.: Магистр, Инфра-М, 2015. - 528 с.
- 16 Зайцева, Н. А. Менеджмент в сервисе и туризме. Учебное пособие / Н.А. Зайцева. - М.: Инфра-М, Форум, 2016. - 368 с.
- 17 Захарова, Н. А. Страхование и статистика в туризме: учебное пособие // Москва: Ай Пи Ар Медиа, 2020, <https://www.iprbookshop.ru/93552.html>
- 18 Косолапов, А. Б. Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности: учеб. пособие / А. Б. Косолапов. – М. : КНОРУС, 2013.
- 19 Лежнин, В. В. Инновационная деятельность на предприятии туризма : учебное пособие / В. В. Лежнин. — Йошкар-Ола : ПГТУ, 2022. — 104 с. — ISBN 978-5-8158-2293-1. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/271037>



- 20 Любавина, Н.Л. Технология и организация туроператорской деятельности./Н. Л. Любавина, Л. А. Кроленко, Т. А. Нечаева. - М.:Академия, 2013.
- 21 Матюхина, Ю. А. Индустрия туризма : учебное пособие / Ю. А. Матюхина. — 3-е изд., стер. — Москва : ФЛИНТА, 2019. — 310 с. — ISBN 978-5-9765-1122-4. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/119394> (дата обращения: 18.01.2024).
- 22 Менеджмент в гостинично-туристическом бизнесе // Мишурова И.В., Бандурина Е.Н., Гудикова О.В., Карпова О.К., Комарова С.Н., Лобахина Н.А., Панфилова Е.А., Прокопец Т.Н., Синюк Т.Ю., Шарاپова А.Е., Ростов-на-Дону, 2017.
- 23 Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме // Мишурова И.В., Бандурина Е.Н., Гудикова О.В., Краславская З.Г., Карпова О.К., Комарова С.Н., Панфилова Е.А., Степанова Ю.С., Синюк Т.Ю., Хачикьян Т.Н., Хохловкина Н.П., Шарاپова А.Е., Ростов-на-Дону, 2013.
- 24 Мининок, Я. В. Организация международного туризма: учебное пособие (опорный конспект лекций)// Симферополь: Университет экономики и управления, 2022 <https://www.iprbookshop.ru/128045.html>
- 25 Стахова, Л. В. Основы туризма : учебник для вузов / Л. В. Стахова. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 327 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14912-8.
- 26 Савкин, И. Ю. Основы туризма и гостеприимства : учебное пособие / И. Ю. Савкин. — Пенза : ПГАУ, 2023. — 84 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/382022>
- 27 Севастьянов, Д. В. Страноведение и международный туризм : учебник для вузов / Д. В. Севастьянов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 317 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08873-1.
- 28 Темякова, Т. В. Экономика и предпринимательство в туризме / Т. В. Темякова, А. В. Вавилина. — 2-е изд., стер. — Санкт-Петербург : Лань, 2024. — 228 с. — ISBN 978-5-507-48832-2. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/364796>
- 29 Технологии туристско-рекреационного проектирования и освоение территорий : учебное пособие / Ю. М. Елфимова, А. В. Трухачев, А. Г. Иволга [и др.]. — Ставрополь : СтГАУ, 2021. — 61 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/245927>
- 30 Трухачев, В.И. Туризм. Введение в туризм : учебник / И.В. Таранова; Ставропольский гос. аграрный ун-т; В.И. Трухачев .— Ставрополь : АГРУС, 2013 .— 396 с. — ISBN 978-5-9596-0862-0

- 31 Урядова, А. В. Специальные виды туризма : учеб. пособие / Д. А. Савин; Яросл. гос. ун-т им. П. Г. Демидова; А. В. Урядова .— Ярославль : ЯрГУ, 2013 .— 128 с. — ISBN 978-5-8397-0966-9
- 32 Чудновский, А.Д. Управление потребительскими предпочтениями в сфере отечественного туризма и гостеприимства и основные направления реализации туристского продукта / А.Д. Чудновский, М.А. Жукова. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014.
- 33 Экономика и менеджмент туризма Синюк Т.Ю., Мишурова И.В., Прокопец Т.Н., Комарова С.Н., Воловик М.Е., Панфилова Е.А., Кошель Т.А. // Учебное пособие / (2-е издание, переработанное и дополненное) Ростов-на-Дону, 2023. <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=54331415>