

**МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«КАБАРДИНО-БАЛКАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ  
УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ В.М. КОКОВА»**

Утверждаю  
Проректор по УВР профессор  
Кулаев Р.Х.  
2014 г.



**ПРОГРАММА ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ  
В МАГИСТРАТУРУ ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ  
43.04.02 ТУРИЗМ**

для поступающих в федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего профессионального образования  
«Кабардино-Балкарский государственный аграрный университет имени В.М.Кокова»

**для обучения по программам высшего образования**

**Нальчик 2014**

## Содержание

1. Общие положения, регламентирующие порядок проведения вступительных испытаний в магистратуру по направлению 43.04.02-туризм	3
2. Критерии оценки ответов при проведении вступительных испытаний в магистратуру по направлению 43.04.02 - туризм	3
3. Требования к абитуриенту.	4
4. Содержание программы вступительного испытания	4
5. Рекомендуемая литература	8

## **1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ, РЕГЛАМЕНТИРУЮЩИЕ ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ ВСТУПИТЕЛЬНЫХ ИСПЫТАНИЙ В МАГИСТРАТУРУ ПО НАПРАВЛЕНИЮ 43.04.02-ТУРИЗМ**

Лица, желающие освоить программу специализированной подготовки «магистра туризма» по направлению подготовки 43.04.02-туризм, должны иметь высшее профессиональное образование определенной степени, подтвержденное документом государственного образца.

Лица, желающие освоить программу специализированной подготовки «магистра туризма» по направлению подготовки 43.04.02-туризм и имеющие высшее профессиональное образование допускаются к конкурсу по результатам сдачи вступительного экзамена в магистратуру. Условия конкурсного отбора определяются вузом на основе государственного образовательного стандарта.

## **2. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ОТВЕТОВ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ ВСТУПИТЕЛЬНЫХ ИСПЫТАНИЙ В МАГИСТРАТУРУ ПО НАПРАВЛЕНИЮ 43.04.02-ТУРИЗМ**

Результаты вступительных испытаний в магистратуру определяются оценками: отлично, хорошо, удовлетворительно и неудовлетворительно.

**Оценка «Отлично»** выставляется выпускнику, если ответ удовлетворяет следующим критериям:

1. Вопросы раскрыты полностью.
2. Глубина раскрытия темы (90-100%).
3. Знание проблем по вопросам билета на региональном уровне.
4. Знание дополнительного материала не входящего в программу учебных дисциплин.

**Оценка «Хорошо»** выставляется:

1. Допущены отдельные неточности в раскрытии вопросов поставленных в билете, кардинально не меняющих сущность ответа.
2. Глубина раскрытия вопросов 75-90%.
3. Применяет в своем ответе специальные термины и обладает достаточным уровнем культуры речи.

4. Знание проблематики по данным вопросам на региональном уровне.

5. Знание обязательного материала, входящего в общую образовательную программу.

**Оценка «Удовлетворительно»** выставляется:

1. Допущены грубые неточности в ответе, меняющие сущность раскрываемых вопросов.

2. Глубина раскрытия темы менее 70%.

3. Плохо ориентируется в применении специальных терминов, низкий уровень культуры письменной речи.

4. Недостаточно ориентируется в проблемах по вопросам билета на региональном уровне.

5. Неполное знание обязательного материала, входящего в общую образовательную программу.

**Оценка «Неудовлетворительно»** выставляется:

1. Не раскрыты темы вопросов задания.

2. Не ориентируется в специальной терминологии, низкий уровень культуры речи.

3. Незнание обязательного материала, входящего в общую образовательную программу.

Формой проведения вступительных испытаний в магистратуру по направлению подготовки 43.04.02 - туризм является письменный экзамен.

### **3.ТРЕБОВАНИЯ К АБИТУРИЕНТУ.**

Абитуриент должен иметь документ государственного образца о высшем профессиональном образовании.

### **4.СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ**

#### **Особенности туристского рынка и туристского продукта**

**Тема 1. Сущность и содержание основных понятий туризма: туризм, турист, туристский продукт, туристская услуга, туристский пакет.** Отличие туристского продукта от других товаров. Туристская услуга и ее особенности. Специфика управления организациями индустрии туризма. Факторы, определяющие характер поведенческих особенностей потребителя туристских услуг. Туристский рынок. Факторы, влияющие на развитие туристского рынка. Тур и его составляющие.

**Тема 2. Современное состояние, проблемы и перспективы туристского бизнеса.** Состояние мирового и российского туристского рынка, основные

факторы их развития (политические, экономические, социально-демографические, культурно-познавательные, научно-технические и др.).

### **Туристский комплекс как объект управления**

**Тема 3. Международные туристские организации.** Всемирная туристская организация (UNWTO), Всемирная федерация ассоциаций туристских агентств (UFTAA), Международная организация гражданской авиации (ICAO), Международная ассоциация воздушного транспорта (IATA). Международные региональные организации: Азиатско-Тихоокеанская туристская ассоциация, Конференция туристских организаций Латинской Америки и др.

**Тема 4. Модели государственного регулирования сферы туризма.** Три модели регулирования, используемые в различных странах мира (американская, европейская и стран, которые специализируются на туризме). Особенности их использования.

### **Тема 5. Управление туристским комплексом в России.**

Три уровня управления: макро- и микроэкономический уровни управления. Разновидности организаций, осуществляющих туристскую деятельность на микроэкономическом уровне управления. Туроператоры и их функции на туристском рынке. Типы туроператоров (операторы массового рынка, специализированные операторы). Турагенты. Основные различия между туроператорами и турагентами, формы взаимодействия.

**Тема 6. Туристский регион: особенности управления.** Понятие «туристский регион». Функции туристского региона: спроса и предложения, региональной активности и специализации, регионального управления, хозяйствования, а также демографическая, экологическая и социальная функции. Роль туризма в развитии региональной экономики. Циклический процесс развития туристского региона. Стратегические направления развития туризма в регионе. Факторы социально-экономического развития туристского региона. Способы влияния на функционирование и развитие туристского региона.

**Тема 7. Концепция устойчивого развития в туризме.** Принципы устойчивого развития. Виды положительного воздействия туризма на устойчивое развитие туристской территории. Ресурсный потенциал территории. Экономические, социальные и экологические последствия развития туризма. Пропускной потенциал территории (три вида). Экономическая, экологическая и социально-культурная устойчивость территории.

**Функции туристской фирмы по созданию туристского продукта**

**Тема 8. Планирование и формирование программы обслуживания туристов.** Содержание туристского продукта (страна путешествия, вид туризма, сезон, продолжительность, маршрут, количество групповых и индивидуальных туров, пакет и классность услуг). Программа обслуживания. Оптимальная программа обслуживания. Условия расчетов между принимающей и отправляющей турфирмами. Поставщики услуг.

**Тема 9. Ценовая политика турфирмы.** Факторы, влияющие на уровень цен на туристские услуги. Три метода ценообразования: на основе издержек, с ориентацией на уровень конкурентов, с ориентацией на спрос.

**Тема 10. Сбытовая деятельность.** Прямые и косвенные каналы сбыта турфирмы. Схемы работы туроператора и турагента. Агентское соглашение. Обязательства сторон. Условия выплаты комиссионных агенту. Правила продажи турпродукта потребителю. Турпутевка. Ваучер. Договор турфирмы с клиентом.

**Тема 11. Паспортно-визовые формальности и страхование.** Оформление паспортно-визовых формальностей для туристов и страхование. Полицейские, санитарные, таможенные формальности. Таможенная декларация. Общие правила перемещения товаров физическими лицами через таможенную границу РФ. Паспортные и визовые формальности. Паспорт. Виза. Виды виз. Шенгенская виза. Страхование, виды и формы (обязательное, добровольное, групповое или индивидуальное).

## **Организация и технология работы турфирмы**

### **с поставщиками туристских услуг**

**Тема 12. Договорные отношения между гостиницей и турфирмой.** Агентский, комиссионный и корпоративный договор. Обязанности сторон.

**Тема 13. Авиационный транспорт.** Главный принцип международного воздушного сообщения. Типы авиарейсов. Регулярные, чартерные и низкобюджетные перевозки. Сервис в аэропорту и на борту воздушного судна. Классы бронирования и классы обслуживания. Авиационные тарифы и стоимость авиабилета. Права пассажира по авиационному тарифу. Особенности и перспективы использования авиационного транспорта в туризме. Международные альянсы авиакомпаний, программы авиакомпаний по привлечению пассажиров. Взаимодействие туристских фирм с авиакомпаниями и авиа-брокерами.

**Тема 14. Железнодорожный транспорт.** Железнодорожные перевозки в России и за рубежом. Использование железнодорожного транспорта в туризме. Виды и география туристских поездов. Особенности организации. Групповые железнодорожные путешествия.

**Тема 15. Автобусный туризм.** Виды автобусного туризма. Организация автобусных туров. Виды маршрутов автобусного путешествия. Договор туроператора и автотранспортного предприятия (обязанности и ответственность сторон). Работа руководителя туристской группы. Правила обслуживания туристов на автобусном маршруте. Обязанности и права руководителя туристской группы.

**Тема 16. Автомобильный туризм.** Аренда автомобиля. Арендный договор на прокат автомобиля. Караванинг.

**Тема 17. Водный транспорт.** Разновидности круизов (морские и речные). Программы круизных плаваний. Фрахт-контракт между пароходством и туристской фирмой. Обязанности сторон. Платные и бесплатные услуги, предоставляемые туристам во время круиза. Питание туристов. Условия комфортабельности на судах и в каютах: основные и дополнительные.

Регистрация и размещение туристов на судне.

### **Управление конкурентоспособностью туристской фирмы**

**Тема 18. Конкуренция и конкурентоспособность.** Понятие конкурентоспособности туристской фирмы. Основные подходы к анализу и управлению конкурентоспособностью туристской фирмы. Факторы конкурентоспособности туристской фирмы: стратегические и тактические.

**Тема 19. Направления достижения конкурентных преимуществ турфирмами.** Конкурентные преимущества: осязаемые и неосязаемые. Факторы, влияющие на сохранение конкурентных преимуществ турфирмы. Направления деятельности организации по достижению конкурентных преимуществ: стратегия лидирующих позиций по издержкам, стратегия дифференциации, стратегия концентрации (фокусирования), стратегия раннего выхода на рынок, стратегия интеграции.

### **3. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА**

А) Основная литература:

1. Федеральный Закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»
2. Биржаков М.Б. Введение в туризм: Издание 9-е, переработанное и дополненное. – СПб.: «Издательский дом Герда», 2007. – 576 с.
3. Дмитриев М.Н., Забаев М.Н. Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме. – М.: ЮНИТИ-Дана, 2009. – 400 с.
5. Зайцева Н.А. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме: Учеб. для студ. высш. учеб. заведений. – М.: Издательский центр «Академия», 2003. – 244 с.
7. Косолапов А.Б. Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности: учебное пособие / А.Б. Косолапов. – М.: КНОРУС, 2008. – 288 с. – (Среднее профессиональное образование)
8. Котлер Ф., Боуэн Дж., Мейкенз Дж. Маркетинг. Гостеприимство и туризм. – М.: ЮНИТИ, 2005. – 1063 с.



9. Менеджмент туризма. Туризм как вид деятельности: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2005. – 288 с.
  10. Чудновский А.Д. Информационные технологии управления в туризме; учебное пособие / А.Д. Чудновский, М.А. Жукова. – М.: КНОРУС, 2006. – 104 с.
- Б) Дополнительная литература:
1. Барановский В.А. Организация обслуживания на предприятиях общественного питания / Серия «Учебники, учебные пособия». — Ростов н/Д: «Феникс», 2004. – 352 с.
  2. Биржаков М.Б., Никифоров В.И. Индустрия туризма: Перевозки. – СПб.: Издательский дом Герда, 2001. – 400 с.
  3. Воронкова Л. П. История туризма и гостеприимства: Учебное пособие./ Л. П, Воронкова. – М: ФАИР-ПРЕСС. 2004. – 304 с.
  4. Ильина Е. Н. Менеджмент транспортных услуг: индустрия авиаперевозок: учебник. – М.: Советский спорт, 2005. – 176 с.
  5. Ильина Е.Н. Туроперейтинг: организация деятельности: Учебник. -М.: Финансы и статистика, 2001.
  6. Ильина Е. И. Организация железнодорожных путешествий. Учебно-методическое пособие. – М.: Советский спорт, 2003. – 104 с.
  7. Ильина Е. Н. Туроперейтинг: стратегия и финансы: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2005. – 192 с.
  8. Ушаков Д.С. Прикладной туроперейтинг: Учебное пособие. – Москва: ИКЦ «МарТ»; Ростов-н/Д: Издательский центр «МарТ», 2004. – 416 с.
  9. Черных Н.Б. Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности: Учебное пособие. Изд. 2-е, исправл. и дополн. – М.: Советский спорт, 2005. – 360 с.

Рассмотрено и одобрено на Ученом совете факультета товароведения и  
коммерции, протокол № 5 от «23» декабря 2013 г.

Декан факультета, профессор  - Азикова С.И.

Зав кафедрой  
товароведения и туризма, профессор  - Бесланеев Э.В.