

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования**  
**«Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина»**

УТВЕРЖДАЮ

Директор института экономики,  
управления и сервиса

Е.Ю. Меркулова

"24" сентября 2021



**ПРОГРАММА ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ  
НА БАЗЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ**

**«Основы туристской деятельности»**

**для приема на обучение по программам высшего образования –  
программам бакалавриата:**

**43.03.02 «Туризм»**

Тамбов

2021

Программа вступительного испытания разработана на базе федерального государственного образовательного стандарта среднего специального образования по специальности:

43.02.10 Туризм

43.02.14 Гостиничное дело

### **Тема 1. Современные тенденции развития индустрии туризма**

Факторы, стимулирующие развитие туризма: новые направления развития науки и техники, появление новых технологий; экономическая и политическая ситуация в отдельных регионах мира и странах; нововведения, осуществляемые международными организациями, новые формы сотрудничества, внедряемые Всемирной туристской организацией, решения, принимаемые международными или региональными туристскими организациями, ассоциациями; получение новых знаний о туристских ресурсах в различных регионах земного шара; государственные законы, а также другие правовые акты, определяющие экономические и политические принципы функционирования туристских предприятий; изменение ситуации на рынках: появление новых туристских направлений, несоответствие предлагаемых услуг потребностям путешественников, изменение структуры спроса, появление новых требований со стороны потребителей к качеству туристской продукта; внедрение новшеств в деятельность производственных отраслей, тесно связанных с туристским бизнесом (транспортные компании, гостиницы, оздоровительные учреждения, средства связи и др.).

### **Тема 2. Специфика организации туроператорской и турагентской деятельности**

Субъекты туристской индустрии. Объекты туристской индустрии. Виды туристских предприятий. Функции туроператора и турагента. Основные различия между туроператором и турагентом. Туроператоры как субъекты рынка туризма. Классификация туроператоров по различным признакам: по виду деятельности (операторы массового рынка, специализированные операторы); по месту деятельности (местные (внутренние) туроператоры, выездные туроператоры, туроператоры на прием). Инициативные и рецептивные туроператоры. Процесс взаимоотношений между туроператором и турагентом. Особенности инкаминга как вида туристской деятельности: информированность туроператора об особенностях качества туристских услуг национальных поставщиков и условиях (экономических, правовых) их производства;

ориентированность туристского продукта на иностранного потребителя; наличие государственной поддержки въездного туризма. Требования, предъявляемые к инкаминг-оператору.

### **Тема 3. Технология производства туристского продукта**

Туристский продукт как комплекс туристских услуг, необходимых для удовлетворения потребностей туриста во время путешествия. Тур – первичная продажная единица туристского продукта. Характерные особенности туристских услуг. Факторы и средства производства туристского продукта. Технология формирования туристского продукта: создание комплекса туристских услуг, согласованных по времени, месту, качеству, цене, порядку и продолжительности их оказания туристу; ценообразование готового туристского продукта; формирование ассортимента турпродукции и модификация турпродукта в зависимости от типов клиентов, типов туров, продолжительности поездки, качества входящих в состав туристского пакета услуг поставщиков; придание итоговому турпродукту максимальной привлекательности и конкурентных преимуществ.

### **Тема 4. Страноведение и туризм.**

Туристское регионоведение и страноведение как направление социально-экономической географии. Предмет и содержание туристского страноведения. Методы исследования туристского страноведения. Понятие и классификация туристского страноведения. История становления и развития туристского страноведения. Критерии региона: территориально-географические, социально-экономические, военно-политические, культурно-цивилизационные, демографические, исторические. Комплексный подход к определению понятия «регион». Регион как субнациональная общность и его роль в международных связях государства. Регион как транснациональная общность. Туристское освоение стран на рынке международного туризма. Лидеры Западно-европейского туристского рынка (Греция, Кипр, Турция, Италия, Испания, Франция). Туризм в Великобритании, Ирландии, Австрии, Швейцарии. Скандинавские страны и туристские рынки Северной Европы. Малые государства Европы (Люксембург, Лихтенштейн, Андорра, Монако, Мальта – специфика туристского интереса. Восточно-европейские страны на рынке международного туризма (Польша, Чехия, Венгрия, Болгария, Румыния, Эстония, Хорватия, Черногория).

## **Тема 5. Разработка программ обслуживания**

Этапы составления программы обслуживания. Методическое обеспечение (технологическая документация, полностью описывающая сам тур, процессы его производства и услуги, предоставляемые туристам) созданного туроператором туристского продукта. Набор технологической документации для каждого тура: технологическая карта туристского путешествия по маршруту; информационный листок к путевке туристского путешествия; бланки договоров с потребителями (туристами), турагентами; договоры с партнерами – поставщиками услуг (гостиницами, транспортными компаниями, экскурсионными бюро и т.д.); калькуляция или расчет стоимости тура; описание маршрута; карта-схема маршрута; текст путевой информации (для автобусных туров); описание технологических особенностей тура (памятка о сроках подачи заявок, заказов на транспорт, билеты, экскурсии и на бронирование в гостиничных предприятиях, предприятиях питания; бланки заявок; графики движения транспорта по маршруту; возможные пересадки, ожидания и пр.); тексты памяток для туристов (для загранпоездки в карантинные страны, для специализированных спортивных или приключенческих туров по снаряжению и т.д.); справочные материалы по маршруту; варианты рекламных проспектов и буклетов; прайс-листы, каталоги.

## **Тема 6. Сервисные технологии и формы обслуживания**

Современные сервисные технологии, как фактор повышения конкурентоспособности. Информационные технологии в сфере услуг. Причины, по которым сервисные предприятия инвестируют в новые технологии. Области применения новых технологий в сфере услуг. Технология как конкурентное преимущество. Виды сервиса по времени осуществления, по содержанию работ. Фирменный сервис. Формы обслуживания: обслуживание потребителей в стационарных условиях, обслуживание с выездом на дом, экспресс-обслуживание, безконтактное обслуживание, обслуживание с использованием обменных фондов товаров и др. Виды сервисного обслуживания на предприятиях гостинично-туристического бизнеса. Виды сервиса на предприятиях питания и их основная характеристика и особенности. Национальные, региональные, этнические, демографические, природно-климатические особенности организации сервисного обслуживания.

## **КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ К ТЕМАМ**

1. Цели, функции и задачи туризма.
2. Содержание и виды потребностей современного человека в туристских услугах.
3. Понятие инфраструктуры туристской отрасли.
4. Составляющие туристской индустрии.
5. Структура туристской индустрии и ее особенности.
6. Характеристика основных элементов туристского рынка: спрос; тур. предложение; цена; конкуренция.
7. Особенности турпродукта и туристского потребления.
8. Основные законодательные документы по вопросам регулирования туристских формальностей
9. Составляющие понятия «туристский рынок».
10. Критерии видов туризма, их характеристика.
11. Основные направления туроператорской деятельности.
12. Основные различия между туроператором и турагентом.
13. Анализ современных стандартов туристских услуг.
14. Инкаминг и аутгоинг как виды коммерческой деятельности.
15. Этапы развития туристской деятельности.
16. Разновидность услуг и их характеристика.
17. Физико-географические и политэкономические факторы развития туризма.
18. Культурно-исторические и этногеографические факторы развития туристского потенциала территории.
19. Особенности и принципы районирования в международном туризме.
20. Основные антропологические особенности человеческих рас и география их распространения.

## **РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА:**

1. Бобкова А.Г., Кудреватых С.А., Бавельский А.Д. Правовое обеспечение туризма : учебник. - М.: [Федеральное агентство по туризму], 2014. - 329 с.
2. Бобкова А. Г., Кудреватых С. А., Писаревский Е. Л. Безопасность туризма: учебник. - М.: [Федеральное агентство по туризму], 2014. - 263 с.; 263 с.
3. Дурович, А. П. Маркетинг туризма: учебное пособие. - 2025-03-27; Маркетинг туризма. - Минск: Республиканский институт профессионального образования

- (РИПО), 2020. - 248 с. - Текст :электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/94315.html>
4. Жданова Т.С. Технологии продаж и продвижения турпродукта [Электронный ресурс]: учебное пособие для ССУЗов/ Жданова Т.С., Корионова В.О.— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2016.— 97 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/44191>.— ЭБС «IPRbooks»
  5. Королева Л.В. География туризма [Электронный ресурс]: практикум / Л.В. Королева. — Электрон. текстовые данные. — М.: Российская международная академия туризма, Логос, 2015. — 64 с. — 978-5-98704-818-4. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/51856.html>
  6. Организация туристской индустрии [Электронный ресурс]: учебное пособие для СПО / Н.Ю. Веселова [ и др.]. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Профобразование, 2018. — 54 с. — 978-5-4488-0190-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/74500.html>
  7. Елина, В. Н. Организация туристской деятельности: методическое пособие. - Симферополь: Университет экономики и управления, 2018. - 65 с. - Текст: электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL:<http://www.iprbookshop.ru/86409.html>
  8. Кружалин В. И., Мироненко Н. С., Зигерн-Корн Н. В., Шабалина Н. В. География туризма: учебник. - М.: [Федеральное агенство по туризму], 2014. - 328 с.; 328 с.; 328 с .
  9. Сухов, Р. И. Организация туристской деятельности : учебник. - Весь срок охраны авторского права; Организация туристской деятельности. - Ростов-на-Дону: Издательство Южного федерального университета, 2016. - 267 с. - Текст: электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL:<http://www.iprbookshop.ru/78686.html>
  10. Багдасарян В.Э., Биржаков М.Б., Бобылев В.Ю., Житенев С.Ю. История туризма : учебник. - М.: [Федеральное агенство по туризму], 2014. - 256 с.
  11. Биржаков М.Б. Введение в туризм. - Изд. 9-е, перераб. и доп.. - М., СПб.: Изд-во «Невский Фонд», «Издательский дом Герда», 2007. - 576 с.
  12. Пяткова, С. Г. Основы туризма: учебно-методическое пособие. - Весь срок охраны авторского права; Основы туризма. - Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2019. - 151 с. - Текст: электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/83810.html>

## Критерии оценивания вступительного испытания

Вступительное испытание на базе профессионального образования проводится в форме тестирования (компьютерного). Вступительное испытание оценивается по 100-балльной шкале.

Продолжительность вступительного испытания – 60 минут.

Вступительное испытание содержит 40 вопросов:

– 30 вопросов с одним правильным ответом. Правильный ответ – 2 балла

– 10 вопросов с двумя правильными ответами. Правильный ответ – 4 балла.

Интервал успешности: 35-100 баллов