

**Частное образовательное учреждение высшего образования  
«Ростовский институт защиты предпринимателя»  
(РИЗП)**

---

Рассмотрено  
на Ученом совете РИЗП  
протокол от 28.10.2022 № 11



**УТВЕРЖДАЮ**

Ректор РИЗП, к.ю.н., профессор

*А.А. Паршина*

от « 28 » октября 2022 г.

**ПРОГРАММА  
ВСТУПИТЕЛЬНЫХ ИСПЫТАНИЙ  
в Частное образовательное учреждение высшего образования  
«Ростовский институт защиты предпринимателя»  
по направлению подготовки 43.03.02 «Туризм»  
на 2023/2024 учебный год**

г. Ростов-на-Дону  
2022 г.

## ВВЕДЕНИЕ

Частное образовательное учреждение высшего образования «Ростовский институт защиты предпринимателя» (далее – РИЗП) осуществляет прием на обучение по программе бакалавриата 43.03.02 «Туризм».

**Руководитель программы:** к.э.н., доцент Козлова Е.В.

### **Описание образовательной программы:**

- программа подготовки кадров для работы в сфере туризма;
- практико-ориентированный учебный процесс, что позволяет приступить к работе без адаптационного периода;
- высококвалифицированный профессорско-преподавательский состав (к.э.н., доцент Козлова Е.В., к.э.н., доцент Левчук В.В. и др.);
- интересные курсы, формирующие профессиональные компетенции выпускника;
- собственные базы практик (ООО «Гольфстрим-Тур», ООО ТК «Розовый слон ТРЭВЭЛ» и др.) и возможность индивидуализации практик на основе отдельного договора;
- методическая помощь и регулярная поддержка в процессе написания выпускной квалификационной работы.

Минимальное количество баллов, подтверждающее успешное прохождение вступительного испытания в соответствии с профилем среднего профессионального образования:

Основы туризма (тестирование) – 45 баллов. Длительность тестирования 60 минут.

Комплексное тестирование по направлению подготовки 43.03.02 «Туризм» – 40 баллов. Длительность тестирования 60 минут.

Комплексный тест представляет собой междисциплинарное тестирование для определения уровня знаний поступающего.

Вступительные испытания проводятся в письменной форме.

Результаты вступительного испытания оцениваются по 100-балльной шкале.

## **ПРОГРАММА ВСТУПИТЕЛЬНЫХ ИСПЫТАНИЙ**

### **Раздел 1. «Основы и история туризма»**

#### **Тема 1. Основные этапы истории туризма (с древности до XVII в.). История туризма и путешествий (XVII – XIX вв.)**

Путешествия в древнем мире (Египет, Китай, Финикийцы). Путешествия древних греков и римлян. Великие географические открытия XV – XVI вв. Открытие и освоение новых земель в Центральной и Южной Америке. Путешествия английских мореплавателей к северной Америке. Освоение новых земель русскими путешественниками и мореплавателями в XVII и XIX вв.

#### **Тема 2. Туристско-экскурсионная работа в СССР (1927 – 1990 гг.)**

Организация экскурсионного дела в 1927 – 1936 гг. Расширение сети туристских организаций и клубов в 50 – 70-е годы в СССР. Состояние туристского дела в России на современном этапе.

#### **Тема 3. Теоретические основы туризма**

Введение в туризм. Основные термины и понятий в туризме. Закон об основах туристской деятельности. Туризм как система. Экономический и социокультурный феномен туризма. Современные тенденции развития туризма в России и за рубежом. Функции и факторы развития туризма. Общая характеристика функциональной структуры туризма. Общекультурные и профессиональные компетенции специалиста по туризму. Факторы развития туризма. Роль государственной политики.

### **Раздел 2. «Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности»**

#### **Тема 1. Понятие, виды и технологии организации деятельности туроператоров, турагентов и контрагентов туристской деятельности**

Основные понятия и категории предмета. Дефиниции понятий «турист», «туризм», «туристская отрасль», «туристская индустрия», «туристский кластер» и др. Типология туристов и их мотивация. Функции, присущие туристскому отдыху. Туроператоры как субъекты рынка туризма. Классификация туроператоров. Инициативные и рецептивные туроператоры и их особенности. Аутгоинговые, инкаминговые и инсайд-туроператоры. Профиль работы туристического оператора. Функции туроператора. Виды турагентов. Взаимосвязь между туроператорами и турагентами.

Схема сотрудничества туроператора: с Meet-компаний, гостиничных предприятий, авиакомпаний, железных дорог, автотранспортного хозяйства. Технологии организации круизов. Визовая поддержка туристов.

#### **Тема 2. Туристские ресурсы**

Природные, исторические, социально-культурные объекты, включающие объекты туристского показа. Туристская территория. Экология и туризм. Пропускной потенциал. Национальные парки и резервации, заповедники, охраняемые территории. Тематические парки. Экологический туризм.

#### **Тема 3. Туристская индустрия и инфраструктура**

Инфраструктура туризма. Компоненты системы туризма. Виды туристских предприятий. Туристская инфраструктура. Туроператоры и турагенты. Потребитель

туристских услуг. Туристские технологии. Туристские дестинации и их анализ (на выбор).

Гостиничный сервис и туризм. Ресторанный сервис и туризм. Транспортное обслуживание в туризме. Страхование в туризме. Банковские и финансовые услуги: их роль в развитии туризма. Роль информационных услуг в развитии туризма и индустрии досуга (мультимедийные справочники и каталоги, информационные порталы). Виды поставщиков услуг в туризме. Договор между туроператорами. Договора с поставщиками услуг туроператора, с гостиничным предприятием, с предприятием питания, автотранспортным предприятием, музеем и экскурсионной фирмой.

### **Раздел 3. «Организация туризма на международном рынке»**

#### **Тема 1. Туристский рынок**

Понятие свободного рынка. Характеристика свободного рынка. Функции туристского рынка. Условия развития туристского рынка. Характеристика туристского рынка. Классификация туристского рынка. Конъюнктура и сегментация туристского рынка. Основные элементы туристского рынка: спрос, предложение, цена. Рыночная конкуренция. Участники рынка.

#### **Тема 2. Характеристика туристского продукта**

Туристский продукт. Тур. Туристские товары. Туристские услуги. Виды и категории туризма. Туристское потребление. Туристские факторы. Особенности и свойства туристского продукта. Специфика туристских услуг.

#### **Тема 3. Факторы развития международного туризма**

Политические факторы: глобализация, вооруженные конфликты, визовые формальности. Социально-экономические факторы: демография, занятость, доходы населения, прожиточный минимум, покупательная способность, инвестирование, экономический кризис, государственное финансирование. Природно-климатические и историко-культурные факторы. Материально-технические и технологические факторы. Институциональные и структурно-организационные факторы. Факторы безопасности и сезонности. Классификация факторов.

### **Раздел 4 «Управление персоналом в туризме»**

#### **Тема 1. Управление человеческими ресурсами как единство методологии, науки и искусства**

Теория системы как основа системы категорий управления человеческими ресурсами. Синергия как важнейшее свойство системы. Понятие “управления”. Организация управления в природной и социальной сферах. Основные категории управления персоналом. Цели и задачи управления персоналом. Принципы, эволюция принципов управления персоналом фундаментальные принципы управления П. Друкера, основные функции (планирование, организация, мотивация, контроль) специальные функции управления персоналом, методы управления и маркетинг персонала персоналом. Категории информация, коммуникации, решение. Закон управленческого решения. Эволюция института службы кадров.

#### **Тема 2. Персонал – важнейший фактор экономического успеха современной организации**

Понятие о персонале. Персонал организации как объект управления: Иерархия персонала, социальные группы. Организационная структура персонала. Задачи

управления персоналом. Классификация персонала. Место и роль управления персоналом в системе управления организацией.

### **Тема 3. Трудовой потенциал как экономическая категория и его место в системе оценок общественного производства**

Трудовой потенциал как экономическая категория и его место в системе оценок общественного производства. Понятие трудового потенциала. Качества, определяющие трудоспособность персонала. Трудовой потенциал - обобщающий итоговый показатель личного фактора производства. Две группы человеческими ресурсами характеризующих трудовой потенциал. Блок-схема управления численностью и структурой персонала. Показатель развития трудового потенциала.

Методологические основы управления человеческими ресурсами. Концепция управления человеческими ресурсами, ее цели и составные части.

## **Раздел 5 «Маркетинг в туристической деятельности»**

### **Тема 1. Современная концепция маркетинга услуг**

Предмет и содержание дисциплины «Маркетинг в туристской индустрии», ее место в системе дисциплин. Маркетинговое понимание услуги, виды услуг. Эволюция концепций маркетинга услуг. История становления и сущность маркетинга услуг. Специфика маркетинга услуг.

### **Тема 2. Маркетинговая среда как объект исследования и фактор принятия маркетинговых решений. Макросреда маркетинга**

Основные факторы макросреды: демографическая среда; экономическая среда маркетинга; научно-технологические факторы; политико-правовая среда маркетинга; социокультурные факторы; природная среда.

Микросреда маркетинга: потребители, конкуренты, посредники, партнеры, внутренняя среда компании.

Цели и стратегии компании. Принцип организационного поведения – необходимое правило согласования действий компании при реализации концепции маркетинга.

Организационная структура управления, качество руководства и рыночная позиция компании.

Самостоятельность стратегических единиц компании.

Основные этапы подготовки маркетингового решения.

Правила согласования деятельности стратегических единиц компании.

Основные аспекты маркетингового взаимодействия компании с внешней средой.

### **Тема 3. Информационная база маркетинга и маркетинговые исследования. Структура маркетинговой информационной системы (МИС)**

Система маркетинговых исследований. Этапы маркетингового исследования.

Возможные направления маркетинговых исследований для компании. Типы маркетинговых исследований.

Сбор информации и оценка маркетинговой среды: вторичная и первичная маркетинговая информация. Источники маркетинговой информации. Методы сбора первичной информации.

Качественные и количественные методики маркетинговых исследований.

Представление результатов исследования.

## **Рекомендуемая литература**

1. Дейнека А.В. Управление персоналом организации: учебник / А. В. Дейнека. – Москва: Дашков и К°, 2020. – 288 с.: ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573308>
2. Десслер Г. Управление персоналом: учебное пособие: [16+] / Г. Десслер; пер. Д. П. Конькова. – 4-е изд., электрон. – Москва: Лаборатория знаний, 2020. – 802 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=445825>
3. Ивлиева О.В. Природные туристские ресурсы мира: учебник / О.В. Ивлиева, А.В. Шмыткова; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Южный федеральный университет. – Ростов-на-Дону; Таганрог: Южный федеральный университет, 2018. – 247 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php>
4. Истомина Э.Г. Внутренний туризм и туристские ресурсы России: учебное пособие: [16+] / Э.Г. Истомина, М.Г. Гришунькина; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Российский государственный гуманитарный университет. – 2-е изд., испр. и доп. (эл.). – Москва: Российский государственный гуманитарный университет, 2019. – 296 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php>
5. Калужский, М. Л. Маркетинг: учебник: [16+] / М. Л. Калужский. – Изд. 2-е. – Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2021. – 217 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php>
6. Морозов, Ю. В. Основы маркетинга: учебное пособие: [16+] / Ю. В. Морозов. – 8-е изд. – Москва: Дашков и К°, 2018. – 148 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index>
7. Новолодская Г.И. Туроператорская и турагентская деятельность: учебное пособие: [16+] / Г.И. Новолодская Н.Н. Тушемилова; Байкальский государственный университет. – Иркутск: Байкальский государственный университет, 2021. – 278 с.: ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=611141>
8. Общая экономическая и социальная география: учебное пособие / М.М. Агафшин, С.А. Горохов, А.А. Лобжанидзе и др. – Москва: Юнити-Дана, 2020. – 128 с.: ил., табл. – (Практический курс). – ISBN 978-5-238-03398-3 – То же [Электронный ресурс]. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page>
9. Остроумов, О. В. Туризм. Продвижение российского турпродукта: возможности и реальность: [16+] / О.В. Остроумов; под ред. Ю. С. Путрик. – Москва: Финансы и статистика, 2021. – 129 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?>
10. Памятники всемирного природного и культурного наследия России в системе туризма: учебник: [16+] / А. С. Баранов, Е. И. Богданов, Н. О. Верещагина, И. Г. Филиппова; под ред. Е. И. Богданова. – Изд. 2-е, доп. и перераб. – Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2020. – 311 с.: ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index>.
11. Сухов, Р. И. Организация туристской деятельности: учебник: [16+] / Р. И. Сухов. – Ростов-на-Дону: Южный федеральный университет, 2016. – 267 с.: схем., табл., ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: [https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=462032\\*\\*](https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=462032**)

12. Цахаев Р.К. Маркетинг: учебник / Р.К. Цахаев, Т. В. Муртузалиева. – 5-е изд., стер. – Москва: Дашков и К°, 2020. – 550 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?>

13. Юмашева, И. А. Маркетинг туризма: учебно-методическое пособие: [16+] / И. А. Юмашева. – Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2020. – 210 с.: ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?>