

Саратовский государственный университет им. Н. Г. Чернышевского  
Институт истории и международных отношений

**ПРОГРАММА  
ГОСУДАРСТВЕННОГО ЭКЗАМЕНА  
ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ  
«ТУРИЗМ»**

для государственной итоговой квалификационной  
аттестации выпускников

Направление подготовки «Туризм»  
Код направления 100400

Саратов, 2015

Составители:  
Королева О.В., Милинчук Е.С., Черевичко Т.В.

Под редакцией  
*Доктора экономических наук, профессора Т. В. Черевичко*

**Программа государственного экзамена по направлению подготовки «Туризм» для государственной итоговой квалификационной аттестации выпускников: – Саратов, 2015. – с.**

© Саратовский государственный университет, 2015  
© Института истории и международных отношений СГУ

## СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ТУРИЗМЕ

Определение понятия «технология». Основные направления развития современных технологий в туризме. Основы использования средств информатизации и автоматизации в туризме. Процесс автоматизации турфирмы. Задачи решаемые путем автоматизации деятельности туристской фирмы. Компьютерная техника, применяемая в работе турфирмы. Возможности программного обеспечения в туристском бизнесе.

Классификации технологий. Технологии управления, продаж, информационные технологии и др. Применение технологий на турпредприятии: внутрикорпоративные, межкорпоративные, интерактивные технологии взаимодействия. Возникновение компьютерных систем бронирования. Сотрудничество компьютерных систем бронирования с турагентствами. Современные системы бронирования. Основные процедуры взаимоотношений между различными субъектами туристического рынка: поставщики — туроператоры, туроператор — агент, агент — клиент, туроператор — агент.

Глобальные системы компьютерного бронирования (GDS). Технология разработки турпродукта и ее основные составляющие.

Понятие об информационных технологиях. Классификация информационных технологий. Основные тенденции развития информационных технологий на рынке туризма. Влияние информационных технологий на развитие туризма.

Операционные системы. ПО фирмы «Майкрософт». Пакет программ «Майкрософт Офис». Фирмы-разработчики заказного программного обеспечения. Типовые программные комплексы. Туристская информационная система. Способы передачи информации. Средства связи индивидуального назначения. Телефонная связь. Компьютерная телефония. Организация коммуникативной системы в туристском бизнесе. Системы автоматизации деловых процессов в туризме. Виды САДП. Базы данных. Виды БД. Проектирование структуры БД. Система управления базами данных.

Классификация компьютерных сетей. Локальные сети. Глобальная сеть Интернет и основные этапы ее создания. Устройство сетей. Сервисы и службы. Протоколы. Имена и указатели ресурсов. Сетевые устройства. Сетевые технологии в турфирме. Поставщики услуг Интернет. Размещение информации в Интернете. Требования к Web-серверу. Электронная почта. Средства деловой коммуникации. Электронные платежи. Основы e-бизнеса. Платежные системы. Применение смарт-карт в системах продаж. «Электронный кошелек».

Основные этапы использования сети Интернет в турбизнесе. Сервер туристской фирмы в интернете. Главная страница сайта. Критические элементы страницы. Процесс разработки сайта. Основные схемы обновления информации на сайте. Классификация существующих туристских интернет-порталов. Перспективы развития туристических интернет-порталов.

## **СЕРВИСНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ**

Сервисная деятельность в системе современных экономических отношений. Понятие «сервисная деятельность». Усиление роли сферы услуг в современной экономике. «Конкуренция по-новому». Определение потребности. Нужды, желания, спрос. Классификация потребностей. Понятие «разумной потребности». Ценность, стоимость и потребительское удовлетворение. Виды потребителей. Теория и практика сервиса с учетом национальных, региональных, этнических, демографических и природно-климатических особенностей обслуживания. Услуга как результат сервисной деятельности. Определение «услуги». Разновидности услуг и их характеристика. Виды услуг. Классификация услуг. Сфера услуг и факторы, влияющие на развитие системы услуг на местности. Природно-климатический фактор. Национально-демографические факторы. Политические и культурные факторы. Основные тенденции роста сферы услуг.

Понятие «сервис». Виды сервиса. Фирменный сервис. Основные компоненты предпродажного обслуживания. Понятие «контактной зоны». Демонстрация товара. Современная коммуникативная система на рынке услуг. Процесс личной продажи. Роль послепродажного обслуживания на современном этапе развития экономических отношений. Принципы технического обслуживания. Подкрепление товаров с помощью послепродажного обслуживания. Гарантии, инструкции, жалобы. Исследование удовлетворенности потребителей. Концепция «смешанного обслуживания». «Срок службы» и «полные эксплуатационные расходы». Совокупное предложение полезной функции. Особенности туристского сервиса.

## **ТУРИЗМ КАК ВИД СЕРВИСНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Туризм и его виды. Понятия категорий “туризм”, “путешествие”. Внутренний и внешний туризм. Национальный туризм и туризм внутри страны. Классификация туризма по целям, средствам передвижения, средствам размещения, организации путешествия. Основные виды туризма по Российскому законодательству. Взаимосвязь различных видов туризма. Основные функции туризма: рекреационная, развивающая, внешнеэкономическая.

Туризм и его значение для развития общества. Социально-экономическое значение 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. Роль индустрии туризма в развитии национальной экономики. Эффект мультипликатора.

Государственное регулирование в туристской деятельности. Основные формы государственного регулирования туристской деятельностью. Закон об осно-

вах туристской деятельности в РФ как основа правовых отношений в туризме. Права и обязанности туристов.

Национальная экономика, инвестиции и туризм. Концепции инвестирования в туризм. Методика учета доли дохода от туристской деятельности в национальном доходе. Мультипликатор. Типы мультипликатора: производства, продаж, занятости.

Внешнеэкономическая функция туризма. Туризм – форма международной торговли услуг. Международный туризм. Взаимосвязь международного туризма и международной торговли. Место международного туризма в системе международной торговли услугами. Роль туризма в мировой экономике и в экономике отдельных стран. Социальное значение международного туризма. Факторы развития международного туризма. Динамика туристских потоков. Влияние экономических кризисов на развитие международного туризма. Тенденции в развитии туристского предложения, дифференциация туристских услуг. Современные тенденции туристского спроса. Показатели международного туризма. Показатели активного и пассивного туризма. Платежный баланс. Учет туристских потоков в платежном балансе. Отрицательное и положительное сальдо туристского баланса. Региональные туристские рынки: состояние, динамика и современные тенденции развития. Влияние внутреннего туризма на национальную экономику. Природные, экономические, социальные факторы развития внутреннего туризма. Доля России в мировых показателях развития туризма. География и динамика въездного туристского потока в Россию. География и динамика выездного туристского потока из России. Структура въездного туристского потока. География и динамика развития внутреннего туризма в России. Факторы, способствующие развитию въездного и внутреннего туризма в России. Проблемы развития международного и внутреннего туризма России и пути их решения. Приоритетные направления развития туризма в России.

Основные туристские формальности. Порядок выезда граждан Российской Федерации за рубеж. Паспортно-визовые формальности в туризме. Таможенные правила. Таможенная стоимость товара и методы ее определения. Виза и ее разновидности. Шенгенская виза и ее типы. Формирование шенгенского пространства. Порядок выезда граждан РФ в безвизовые страны. Медицинские формальности в туризме. Безопасность в туризме.

ООН и международный туризм. Международные туристские организации: всемирная туристская организация; ЮНЕСКО; международная ассоциация воздушного транспорта; организация экономического сотрудничества и развития. Значение деятельности международных организаций для развития туризма и обменов. Всемирная туристская организация (ВТО).

Дестинация: понятие, ее структура, типы и циклы развития. Особенности дестинации как сложной системы. Типологии дестинации как элемента туристской системы. Понятие «жизненного цикла» развития дестинации. Стадии эволюции дестинации по Ричарду Батлеру и их характеристики. Показатели перехода от одной стадии к другой. Примеры туристских центров (районов), находящихся на разных стадиях развития. Критика модели «жизненного цикла дестинации».

Туристско-экскурсионная организация: ее функции и виды. Организация туристских путешествий. Заключение договора с поставщиками услуг. Планирование, разработка туристского продукта. Основные понятия, условия и этапы. Определение страны путешествия, виды туризма. Формирование маршрута и пакета туруслуг. Программа обслуживания туристов и её разновидности. Создание привлекательного турпродукта. Определение пакета и классности услуг. Разновидности инклюзив-туров. Дополнительные услуги. Туристская путевка и ваучер. Определение цены пакета тура и оформление сделки между партнерами. Правовая база международных и внутрироссийских договорных отношений.

## ТУРИСТСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ И ЕЕ ОСОБЕННОСТИ

Понятие “туристский бизнес”. Характерные черты туристского бизнеса. Окружающая среда туристского бизнеса. Основные факторы, влияющие на развитие туристского бизнеса. Закономерности и тенденции развития туристского бизнеса.

Занятость в туристской сфере. Специфика занятости трудовых ресурсов в индустрии туризма. Количественные и качественные параметры занятости (прямая и косвенная занятость, сезонность; неквалифицированный труд; женский труд). Занятость и развитие туристских регионов. Индустрия туризма и миграция трудовых ресурсов.

Предприятия организации туризма. Туроператорская и турагентская деятельность. Организационно-правовые формы предприятий туристского бизнеса: индивидуальное, партнерство, корпорация.

Туроператор: характерные черты и функции. Типы туроператоров. Инициативные и рецептивные туроператоры. Особенности туроператорской деятельности в России. Турагент: специфика функционирования. Основные права и обязанности во взаимоотношениях туроператора и турагента. Договор агентирования: формы сотрудничества предприятий, организующих путешествие.

Производство турпродукта. Туристский продукт и его потребительские свойства. Составные части турпродукта: туры, туристско-экскурсионные услуги, товары. Предпочтения туристов в выборе туристского продукта. Соответствие состава туристского продукта требованиям потребителей.

Затраты на производство турпродукта: понятие, виды. Постоянные и переменные затраты. Условно-постоянные и условно-переменные затраты. Скачкообразные и холостые затраты. Особенности выделения и учета затрат в туристской деятельности. Прибыль. Кривая безубыточности. Туристская рента: методика расчёта.

Туристский рынок – рынок услуг, его характерные черты. Туристский рынок и его компоненты. Спрос. Показатели спроса на туристский продукт. Статистический и графический анализ туристского спроса. Совокупный туристский спрос.

Предложение турпродукта. Показатели предложения: количественные и качественные. Графический анализ туристского предложения. Взаимодействие

спроса, предложения и цены. Эластичность спроса и предложения. Эффект дохода и эффект замещения. Закономерности функционирования туристского рынка.

Поведение туристской фирмы на рынке: совершенная конкуренция, олигополия, монополия. Принципы ценообразования на туристский продукт при монополии, совершенной конкуренции.

Понятие “туристские ресурсы”. Функции туристских ресурсов. Свойства туристских ресурсов. Роль прямых туристских ресурсов в туристском потенциале территории. Туристский интерес и туристское впечатление как основа использования туристских ресурсов. Основные типы туристских ресурсов в соответствии с классификацией ЮНВТО. Классификации прямых и косвенных туристских ресурсов. Роль и значение туристских ресурсов для успешного развития территории.

Природные туристские ресурсы: виды, характерные особенности. Окружающая среда и туризм. Классификация природных туристских ресурсов. Основные свойства природных туристских ресурсов. Природные ресурсы организации лечебно-оздоровительного туризма. Природные ресурсы организации пляжно-купального туризма. Природные ресурсы организации горнолыжного туризма. Природные ресурсы организации трекинга, рафтинга, сёрфинга, дайвинга, яхтинга, альпинизма. Спелеотуризм: понятие и виды. Вулканы и водопады как туристский ресурс. Широтно-зональные и высотно-поясные особенности ландшафтов. Туристская привлекательность природных зон и ландшафтов для развития экотуризма. Национальные парки – памятники природы и их использование в туристской деятельности.

Историко-культурные ресурсы: понятие и виды. Классификация памятников истории и культуры. Классификация историко-культурных ресурсов по туристской значимости. Разновидности культурно-познавательных туров по способу организации. Особенности современного культурного туризма. Виды культурно-познавательного туризма. Понятие «культурный ландшафт». Роль культурных ландшафтов в формировании туристского образа страны. Культурные бренды стран

Материально-технические туристские ресурсы. Индустрия туризма как вид материально-технических туристских ресурсов. Основные компоненты современной индустрии туристического бизнеса. Специфика и особенности индустрии туризма, факторы роста. Экономическое значение развития индустрии туристического бизнеса.

Предприятия транспорта и развитие туризма. Транспорт и его основные функции. Виды транспортных средств. Характеристика транспортных средств, используемых в индустрии туризма. Классификация транспортных путешествий и транспортных средств. Показатели качества транспортного обслуживания.

Воздушный транспорт: характерные особенности. Классификация воздушного транспорта. Транзитные и чартерные авиаперевозчики. Место и роль воздушного транспорта в туристских перевозках. Формы взаимодействия турфирм и авиакомпаний. Технология обслуживания туристов на международных авиа-

линиях. Услуги воздушной перевозки. Услуги наземных служб. Особенности реализации услуг авиаперевозчиков. Авиационные билеты. Тарифная и ценовая политика. Страхование воздушных перевозок. Безопасность полетов. Правовое обеспечение перевозок в международном и внутреннем сообщении. Роль международных организаций в регулировании и совершенствовании воздушных перевозок. Воздушный кодекс РФ: договор воздушной перевозки, услуги и льготы, предоставляемые пассажирам воздушных судов; прекращение по инициативе перевозчика, по инициативе пассажира действия договора воздушной перевозки; ответственность перевозчика за утрату, недостачу или порчу багажа, а также вещей, находящихся при пассажире. Перевозочные документы: пассажирский авиабилет, багажная квитанция, квитанция платного багажа. Перевозка пассажирского багажа.

Водный транспорт: специфика использования в туристском бизнесе. Достоинства, недостатки и мотивация водных путешествий туристов. Круизный бизнес на мировом и российском туристском рынке. Пассажирские линии и круизы: виды и назначения. Круизы морские и речные. Особенности судов для круизного плавания: классификация кают на круизных судах; продолжительность круизов; виды круизов. Услуги на круизе. Цена и качество услуг на круизах. Кодекс внутреннего водного транспорта Российской Федерации: маршруты перевозок пассажиров в зависимости от условий перевозок, их продолжительности и протяженности, качества предоставляемых услуг; права и обязанности перевозчика и пассажира; права и обязанности капитана судна. Организация морских и речных путешествий.

Железнодорожный транспорт и его использование в туристском бизнесе. Организация железнодорожных путешествий. Специальные туристско-экскурсионные поезда. Формирование турпоездов. Групповые железнодорожные туры: правила перевозок. Оформление проездных документов. Руководитель туристской группы на железнодорожном маршруте. Особенности железнодорожных перевозок. Перевозка туристов в международном железнодорожном сообщении. Категории железнодорожных туров. Мировые тенденции обслуживания туристов железнодорожным транспортом. Характеристика высокоскоростной железнодорожной сети «Синкансен». Характеристика поезда «Сапсан».

Автомобильный и автобусный транспорт. Организация туристских путешествий на внутренних и международных маршрутах. Автобусный туризм. Виды и назначения автобусов. Организация автобусных туров. Договор туроператора и АТП. Документация и особенности организации перевозки. Паспорт автобусного транспортного маршрута. Работа руководителя тургруппы на автобусном маршруте. Организация обслуживания туристов и экскурсантов в автобусе. Автомобильный туризм. Процедура аренды автомобилей. Обеспечение безопасности туристов на автомобильных и автобусных турах. Комплексное использование различных видов транспорта при организации путешествия.

Предприятия размещения туристов и их классификации Традиционные средства размещения туризма (гостиница, пансион, мотель, Малые формы гостиниц). Нетрадиционные средства размещения (кемпинги, второй дом, яхта, ла-

герь). Таймшер как специфическая форма размещения туристов. Гостиничное предприятие: классификации, структура, функции. Гостиничная услуга: характеристики и особенности. Современная гостиничная индустрия. Гостиничные цепи мира. Независимые и франчайзинговые гостиницы. Международные гостиничные ассоциации, их функции и значение.

Предприятия питания в индустрии туризма. Организационные формы предприятий питания. Типы предприятий питания. Классификация предприятий питания. Функции предприятий питания. Ресторан как основной тип предприятия питания. Классификация ресторанов. Типы ресторанного обслуживания.

Музей как особое социально-культурное предприятие. Специфика музейной коммуникации, особенности взаимодействия музеев и турфирм. Отечественный и зарубежный опыт взаимодействия музеев и турфирм. Состояние и перспективы развития музейного туризма (за рубежом, в России, в регионе).

Документационное обеспечение управления как важнейшая обслуживающая функция управления туристским предприятием. Соотношение понятий: «документационное обеспечение управления», «делопроизводство», «информационно-документационное обеспечение управления». Составляющие ДОУ. Основные задачи службы делопроизводства. Роль ДОУ в совершенствовании управления предприятиями и учреждениями туризма. Концепция электронного документооборота и ее роль в управлении туристским предприятием.

Классификация документов по: способу фиксации информации, месту составления, степени сложности, степени гласности. Организационно-распорядительная документация (ОРД) как основной вид управленческой документации. Функции и разновидности ОРД. Организационные, распорядительные, информационно-справочные документы, документы по личному составу. Краткая характеристика и разновидности.

Понятие документооборота. Основные принципы его организации на туристских предприятиях. Документопотоки входящих и исходящих документов, внутренние документы: особенности работы с ними. Правила работы с конфиденциальными документами.

Договорные отношения между туроператором и поставщиками туристских услуг. Понятие договора и его формы. Существенные условия договора между туроператором и поставщиком туристских услуг: характеристика. Особенности оформления договоров с гостиницами, авиакомпаниями, экскурсионным бюро.

Проектирование туристских услуг. ГОСТ Р 50681-2010 «Туристские услуги. Проектирование туристских услуг». Факторы проектирования туристских услуг. Требования, предъявляемые к туристским услугам (соответствие назначению, безопасность, точность, комфортность, доступность). Требования по обеспечению безопасности туристов. Этапы проектирования туристской услуги. Краткое описание услуги «туристское путешествие» и разработка программы обслуживания. Разработка технологической документации тура: технологическая карта туристского путешествия; графики загрузки туристского предприятия; информационные листки к туристской путевке). Договорные отношения с соисполнителями туристских услуг (транспортные предприятия, предприятия размещения, предприятия питания, выставочные комплексы и пр.). Проектиро-

вание контроля качества: определение ключевых моментов в процессе обслуживания. Особенности проектирования услуг по организации туристских походов (маршруты повышенной опасности): обследования маршрута туристского похода, подготовка оборудования, утверждение паспорта трассы туристского маршрута, подготовка информационных листов и памяток, подготовка инструкторов-проводников). Особенности проектирования экскурсионных услуг. Разработка «портфеля экскурсовода». Контрольный текст экскурсии.

Документальное оформление взаимоотношений туристской фирмы и потребителя туристских услуг. Существенные условия договора о купле-продаже туристского продукта. Заявка. Лист бронирования. Информационный лист к туру. Турпутевка. Ваучер. Памятка туриста. Основные правила организации расчетов с клиентами.

## **МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В ТУРИЗМЕ**

Сущность маркетинга туризма. Нужда. Потребность. Цели маркетинговой деятельности в туризме: достижение максимально возможного потребления туруслуг, достижение максимальной потребительской удовлетворенности, предоставление максимально широкого выбора туруслуг, материальное повышение качества жизни в целом. Методы и задачи туристского маркетинга. Основные функции маркетинга: анализ, производство, сбыт, контроль. Основные направления туристского маркетинга.

Маркетинговое исследование в туризме. Результат маркетингового исследования. Субъект, объект и результат маркетингового исследования. Исследование потребителей туруслуг. Исследование конкурентов. Маркетинговые исследования туруслуг. Исследование цен на турпродукт. Исследование товародвижения и продаж. Исследование системы стимулирования сбыта туруслуг. Правила и процедуры проведения м.и. в сфере туризма и оформление результатов.

Туристский спрос. Характеристика потребительского поведения. Модель потребительского поведения. Маркетинговые стимулы. «Черный ящик» потребительского сознания. Реакция потребителей. Социально-экономические, культурологические и психологические факторы, воздействующие на поведение потребителей в туризме.

Виды маркетинга в туризме. Демаркетинг. Конверсионный маркетинг. Ремаркетинг. Развивающийся маркетинг. Противодействующий маркетинг. Синхромаркетинг. Концентрированный маркетинг. Массовый маркетинг. Пробный маркетинг. Агрессивный маркетинг. Массовый маркетинг. Товарно-дифференцированный маркетинг. Целевой маркетинг: сегментирование туррынка, выбор целевых сегментов рынка, позиционирование турпродукта на рынке. Общий подход к сегментированию туррынка. Недифференцированный маркетинг в туризме. Дифференцированный маркетинг в туризме. Выбор наиболее привлекательных сегментов туррынка. Конкурентное позиционирование. Стратегия роста турфирмы: интенсивный рост, интеграционный рост, ди-

версификационный рост. Матрица стратегических элементов бизнеса туристской компании. SWOT- анализ.

Понятие конкуренции и ее основные функции (функции регулирования, распределения, мотивации). Методы конкуренции: ценовая и неценовая конкуренция. Виды конкурентных стратегий: стратегия минимизации издержек, стратегия дифференциации, стратегия фокусирования, стратегия диверсификации. Конкурентные стратегии по М. Портеру (модель «пяти сил конкуренции»). Основные направления конкурентного анализа на туристском предприятии. Понятия конкурентоспособности и конкурентных преимуществ. Показатели конкурентоспособности. Основные методики конкурентоспособности туристского предприятия: матрица Бостонской консалтинговой группы (БКГ); SWOT-анализ (выявление сильных и слабых сторон предприятия, возможностей и угроз); оценка конкурентоспособности на базе «4 Р» (продукт, цена, каналы сбыта, продвижение); оценка конкурентоспособности с использованием конкурентной карты; матрица МакКинзи.

Цена как денежное выражение стоимости турпродукта. Понятие себестоимости турпродукта. Издержки предприятия: постоянные и переменные, прямые и косвенные. Факторы, влияющие на величину цен. Методы ценообразования: затратный метод; метод, ориентированный на спрос; метод ориентированные на конкурентов. Стратегии ценообразования в туристском бизнесе. Классификации ценовых стратегий. Стратегии по уровню цен на новые товары: стратегия «снятия сливок», стратегия цены проникновения, стратегия среднерыночных цен. Стратегии по степени изменения цены: стратегия стабильных цен, стратегия скользящей падающей цены, стратегия роста проникающей цены. Стратегии по отношению к конкурентам: стратегия следования за конкурентами, стратегия преимущественной цены. Стратегия ценовой дискриминации.

Разработка новых туристских товаров и услуг. Основные стадии разработки нового турпродукта. Формирование идей. Отбор идей. Замысел продукта. Разработка стратегии маркетинга. Анализ возможностей производства и сбыта. Разработка турпродукта. Испытания в рыночных условиях. Внедрение турпродукта в производство. Стадии жизненного цикла турпродукта: разработка, внедрение, рост, зрелость. Четыре уровня продукта в сфере услуг. Модификация турпродукта. Модификация турпродукта. Улучшение качества туристской услуги. Основные требования при предложении сервисных услуг. Взаимосвязь миссии, видения и уникального туристского предложения.

Туристская товарная марка. Марочный знак. Авторское право. Стандартизированный и дифференцированный товар. Качество марочного товара. Семейственность марочного товара. Решение о расширении границ использования марки. Решение о семейственности марки. Многомарочный подход. Основные характеристики турбренда. Способы оценки бренда. Способ суммарных издержек. Способ оценки по остаточной вмененной стоимости. Способ суммарной дисконтированной добавленной стоимости. Пирамида ценностей турбренда и зависимость объема продаж от времени позиционирования бренда в туризме.

Продвижение туристских товаров и услуг. Средства продвижения. Реклама. Разработка бюджета рекламы. Рекламное обращение: формирование идей об-

ращения, оценка и выбор вариантов обращения, исполнение обращения. Средства распространения информации: принятия решений о широте охвата, частоте появления и силе воздействия рекламы, отбор видов средств распространения информации, выбор конкретные носителей рекламы, принятия решения о графике использования средств рекламы. Оценка рекламной программы: коммуникативная и торговая эффективность. Персональные продажи. Стимулирование сбыта: задачи стимулирования сбыта, средства стимулирования сбыта, программа стимулирования сбыта. Связи с общественностью. Пропаганда: постановка задач пропаганды, выбор пропагандистских обращений и их носителей, претворение в жизнь плана пропаганды, оценка результатов пропагандистской деятельности. Методы бюджетирования расходов на продвижение туруслуг. Факторы, формирующие систему продвижения. Выбор типы туристского продукта и рынка продвижения. Определение стратегии продвижения на рынке. Стадии готовности покупателя к покупке и стадии ЖЦТ турпродукта. Особенности продвижения турпродукта на международных рынках.

Понятие внутреннего маркетинга туркомпании, его цель, задачи и элементы: корпоративная (производственная) культура, маркетинговый подход к управлению кадрами, доведение маркетинговой информации до служащих, системаощрения.

Территориальный маркетинг: маркетинг туристских территорий, маркетинг на (внутри) территориях. Цель, задачи, субъекты и объекты маркетинга туристских территорий. Стратегии маркетинга туристских территорий: маркетинг имиджа туристской территории, маркетинг привлекательности территории для развития здесь туризма, маркетинг развития туристской инфраструктуры, маркетинг развития населения и привлечения персонала туркомпаний на данную территорию.

План маркетинга. Цели, структура, разделы: краткое пояснение значения плана, обозначение места маркетинга в общем стратегическом планировании турфирмы, анализ и прогноз рыночной конъюнктуры, оценка рыночных сегментов и выбор целевого рынка, определение целей, задач и заданий на год, стратегия и тактика маркетинга, оценка финансовых ресурсов турфирмы, маркетинговый контроль. Порядок ознакомления с планом маркетинга работников турфирмы.

Маркетинговый контроль. Анализ возможностей сбыта туруслуг. Анализ средней продолжительности пребывания туристов. Оценка валютных поступлений и прибыли. Ревизия маркетинга. Анализ динамики и корректировка маркетинговой стратегии.

Определения термина «инновация». Соотношение понятий: «инновация», «новшество», «нововведение». Основные составляющие инновации. Критерии успешности инновации: важность, устойчивость, уникальность, ликвидность. Значение инноваций в развитии туризма. Понятие и содержание инновационных процессов. Подходы к исследованию инновационного процесса. Взаимосвязь инновационного процесса с жизненным циклом инновации. Структура инновационного процесса: основные этапы. Понятие «диффузия инновации».

Инновационный процесс как фактор реализации инноваций на туристском предприятии. Основные этапы инновационного процесса: предварительный этап и практическая реализация результатов инновационной деятельности. Характеристика этапов инновационного процесса. Факторы успеха или неудач нововведений.

Инновационная деятельность туристских предприятий: содержание понятия. Основные стадии инновационной деятельности. Основные направления инновационной деятельности туристских организаций. Значение инноваций для успешного функционирования и развития туристских предприятий.

Управление рисками на инновационном туристском предприятии: понятие и значение. Инновационный риск. Виды инновационных рисков. Специфические риски инновационных проектов и их характеристика. Ситуации, в которых возникает инновационный риск. Методы снижения рисков: метод распределения рисков; метод диверсификации; метод страхования и хеджирования; организация защиты коммерческой тайны.

Инновационные проекты в социально-культурном сервисе и туризме: сущность и типология. Понятие инновационного проекта. Уровни научно-технической значимости инновационного проекта. Типологии проектов: с точки зрения масштабности решаемых задач, по объему работ и продолжительности и др. Эволюционные стадии инновационных проектов. Особенности планирования и составления инновационных проектов в туризме. Уровни планирования и проектирования в туризме: международный, региональный, национальный, местный, на уровне участка. Принципы планирования и составления проектов.

Основные этапы создания и реализации инновационного проекта. Понятие жизненного цикла инновационного проекта: преинвестиционная и инвестиционная фазы. Содержание этапов создания и реализации инновационного проекта.

Страхование в туризме. Содержание понятия «страхование». Цели страхования. Обязательное и добровольное страхование. Основные виды страхования в туризме. Компенсационное и сервисное страхование. Международное страхование. Основные законодательные и нормативные документы по страхованию в Российской Федерации.

## **РЕКЛАМА И PR В ТУРИЗМЕ**

Предмет и сущность рекламы. Виды рекламы. Связь рекламы со смежными понятиями: агитация, популяризация, воспитание, пропаганда. Средства и приемы рекламного стиля, речи. Объекты рекламы; зависимость языка рекламы от объекта рекламы и типа рекламополучателя, его менталитета. Рекламные жанры. Художественно-изобразительные средства рекламы; композиция рекламы; объем рекламы в социально-культурном сервисе и туризме.

Понятие «связи с общественностью» («паблик рилейшинз» PR). Причины многовариантной расшифровки данного понятия. Альтруистический, прагматический и реалистический подходы к определению понятия. Классификация

определений понятия «связи с общественностью» в современной науке. PR, как новое явление в сфере бизнеса. Отличие PR от лоббизма и advocacy. Отличие PR от рекламы. Отличие PR от маркетинга. Отличие PR от продвижения продаж. Отличие PR от пропаганды. Отличие PR от паблисити. Цели осуществления PR-деятельности. Действие PR-механизма. Ступени организации PR-деятельности. Основные направления PR-деятельности.

Определение понятия «общественность». Основные целевые группы. Причины выделения групп общественности. Проблемы, возникающие при невозможности выделения групп общественности, и их последствия. Внешняя и внутренняя общественность. Направление отношений во внутренней общественности. Цели и задачи коммуникации с внутренней общественностью. Условия эффективного функционирования коммуникации с внутренней общественностью. Виды внутренней коммуникации. Методы внутреннего PR. Основные цели и задачи при отношениях с внешней общественностью. Условия эффективного функционирования коммуникации с внешней общественностью. Виды внешней коммуникации. Методы внешнего PR.

Уровни существования PR-структур. Место PR-структуры в государственных органах различного уровня. Направления деятельности PR-структуры в государственных и муниципальных органах. PR-отдел в коммерческих и общественных структурах и его основная деятельность. PR-консалтинговая фирма. Принципы построения структуры фирмы. Штат сотрудников фирмы. Отличие узкопрофильных от широкопрофильных консалтинговых фирм. Счета и бюджет. Документация. Преимущества и недостатки PR-консалтинговых структур.

Причины планирования PR-программы. Анализ ситуации. Определение целей. Общественность. Медиа и методы работы с ними. Бюджет. Составление бюджета. Бюджет внутреннего PR-отдела. Бюджет PR-консалтинговой организации. Бюджет PR-программы. Типы спонсорства. Выгоды спонсорства и его причины. Практические аспекты спонсорства. Оценка результатов. Сущность результатов. Методы оценивания PR-деятельности.

## **ВЫСТАВОЧНАЯ И ЭКСКУРСИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В ТУРИЗМЕ**

Предмет «Выставочное дело». Понятия «выставка», «ярмарка». Международные соглашения в области выставочной деятельности. Парижская конвенция 1928 г. Брюссельская таможенная конвенция. Соглашение о карнетах АТА. Парижская конвенция по охране промышленной собственности. Особенности национального законодательства в области выставочной деятельности в странах мира.

Современный рынок выставочно-ярмарочных услуг. Функции выставок. Эффект от проведения выставок. Организаторы выставочно-ярмарочных мероприятий. Типы организаторов ВЯМ. Государственные и общественные структуры, координирующие ВЯМ. Особенности организации ВЯД в странах и регионах мира. Европейская модель ВЯД. Азиатская модель ВЯД. ВЯД в США.

ВВЦ – главный выставочный центр России. Выставочные площади и павильоны ВВЦ. Концепция развития ГАО ВВЦ. Перспективы развития ВВЦ. Специализированные выставочные центры Москвы (ЗАО «Экспоцентр», ВК «Сокольники», СК «Олимпийский», ВК «Крокус-Экспо»). Анализ выставочных возможностей крупнейших выставочных центров столицы.

Крупнейшие туристские выставки в Европе. ITB, WTM, FITUR, BIT-Milano, Salon Mondial. Сравнительный анализ крупнейших туристских выставок. Организация туристских выставок в США. Крупнейшие отечественные туристские выставки МИТТ и «Отдых». Региональные российские туристские выставки.

Технология подготовки и проведения выставки. Создание оргкомитета, рабочих групп и дирекции выставки. Финансовый план и бюджет выставки. Разработка концепции выставки. Основные этапы работ. Художественное проектирование и оформление выставки. Приемка выставки. Пресс-конференция и открытие выставки. Режим работы выставки. Прием почетных гостей. Организация смотров-конкурсов, награждение экспонентов. Закрытие выставки и послевыставочный период.

Основные направления работ по организации участия в выставке. Выбор выставки и подготовка принятия решения об участии. Планирование действий персонала. Документационное обеспечение участия в выставке. Требования к стендисту. Подготовка и отправка экспонатов, выезд стендиста на выставку. Взаимодействие стендиста с дирекцией выставки. Обслуживание посетителей выставки. Показ экспонатов и способы их демонстрации. Наглядные пособия к диалогу на стенде. Анализ работы и подготовка отчета стендиста. Культура и техника речи стендиста.

Понятие «экскурсия». Современные признаки и функции экскурсии. Основные этапы подготовки новой экскурсии, характеристика «экскурсионного объекта», критерии оценки объекта, методические приемы рассказа и показа, их использование на экскурсии. Методический прием движения, прием демонстрации наглядных пособий как особые методические приемы.

Техника ведения экскурсии: знакомство экскурсовода с группой, правильная расстановка группы у объекта, выход экскурсантов из автобуса, возвращение в автобус, соблюдение времени, ответы на вопросы экскурсантов.

Требования к профессии «экскурсовод». «Портрет» экскурсовода. Основные качества экскурсовода - эрудиция, интуиция, педагогические, психологические умения и навыки. Речевые и внеречевые формы общения.

## **ПРОСТРАНСТВЕННАЯ СТРУКТУРА МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИСТСКОГО РЫНКА**

Пространственная структура международного туристского рынка. Историко-географические особенности формирования пространственной структуры мирового туризма. Социально-экономические и культурные предпосылки становления центрально-периферической структуры мирового туризма. Гран-туры, как предпосылка становления традиции путешествий Великобритании. Роль Т. Ку-

ка и его бюро путешествий в становлении современной индустрии туризма и развитии туризма. Трехъярусная модель мирового туристского пространства. Характеристика стран Центра, Полупериферии и Периферии мирового туристского пространства. География туристских потоков. Страны- «доноры» и страны- «реципиенты» на мировом туристском рынке. Международный туризм и проблемы региональной безопасности.

Понятие приморского туризма. Виды рекреационных занятий на морских побережьях и в прибрежных водах. Туристские ресурсы организации приморского туризма. Критерии (характеристики) морских акваторий как ресурса для организации приморского туризма. Характеристика пляжей, как основного туристского ресурса. Регионы, специализирующиеся на развитии приморского туризма. Курортные районы и курорты Средиземноморского региона. Курортные районы и курорты Юго-Восточной Азии. Курортные районы и курорты Мексикано-Карибского региона. Островные курорты Индийского океана. Островные курорты Северо-Атлантического региона. Курорты Черноморского региона. Приморские курорты России.

Понятие и функции лечебно-оздоровительного туризма. Природные ресурсы организации лечебно-оздоровительного туризма. Классификация курортов. Виды лечебно-оздоровительных услуг на курортах. Требования к современным курортам. Основные регионы лечебно-оздоровительного туризма. Лечебно-оздоровительный туризм в Зарубежной Европе. Конкурентные преимущества курортов Восточной и Западной Европы. Курортные центры Восточной Европы. Курорты мирового значения Западной Европы. Италия - «родина» лечебно-оздоровительного туризма.

Особенности организации лечебно-оздоровительного туризма в США. Израиль - важный участник международного рынка лечебного туризма. Лечебные курорты Турции. Народная традиционная медицина Востока: основные страны и центры. Основные центры лечебно-оздоровительного туризма в России.

Современные подходы к определению понятия «экологический туризм». Географические Принципы экотуризма. Классификации и виды экотуризма. «Европейская модель» экотуризма. Классический экотуризм («австралийская модель»). Особо охраняемые природные территории и их классификация. Особенности региональных моделей национальных парков мира. Особенности организации сельского туризма. Национальные модели организации и география сельского туризма в Зарубежной Европе. Мировые центры экологического туризма познавательного направления. География центров экотуризма активного направления. Потенциал и развитие экологического туризма в России

Понятие активного туризма и его классификация. Природные ресурсы организации видов туризма в форме активного отдыха. Трекинг и география трекинговых маршрутов мирового значения. Разновидности горного туризма. Горнолыжные районы Европы. Горнолыжные районы Северной Америки. Основные горнолыжные курорты Азии. География горнолыжного туризма в России. География спелеотуризма. Возможности гидрографических объектов для развития различных видов активного отдыха и туризма. География дайвинга, серфинга и виндсерфинга. Рафтинг-маршруты мирового значения.

Особенности современного культурно-познавательного туризма. Виды культурно-познавательного туризма. Города, как центры культурно-познавательного туризма. Своеобразие европейских городов как центров развития туризма. Античное наследие западноевропейского города: Афины и Рим. Основные архитектурные сооружения, стили в архитектуре, современные «модные» тенденции в архитектуре и градостроительстве. Наиболее посещаемые и интересные туристские объекты европейских городов. Своеобразие арабских городов как туристских центров. Города до-арабского периода на Ближнем Востоке. Градостроительные и архитектурные «чудеса» Ближнего Востока. Культурное наследие «туристского треугольника» Китая. Культурное наследие «золотого треугольника» Индии. Туристские центры объекты туристского показа в странах Юго-Восточной Азии. Культурно-познавательный потенциал США. Главные памятники материальной культуры доколумбовой Америки. География культурно-событийного туризма

Подходы к определению понятий «религиозный туризм» и «паломничество». Типология религий. История возникновения, основы и направления христианства. Паломнические центры православия в зарубежных странах и России. Христианские реликвии, связанные с культом Иисуса Христа и Девы Марии. Основные европейские центры паломничества и религиозного туризма. Христианские святыни на Святой земле. Святые места в Египте. Особенности ислама как мировой религии. Паломнические центры ислама. Главные мечети мусульманского мира. Виды паломничества мусульман. Возникновение и основы буддизма. Классификация святых мест буддизма. Паломнические центры буддизма. Особенности индуизма и пантеон индуистских богов. Святые места и центры паломничества в индуизме.

Понятие туристского региона. Признаки туристского региона. Классификация туристского региона. Факторы, влияющие на развитие туристского региона (динамичные и статичные; внешние и внутренние; экстенсивные и интенсивные; сдерживающие и негативные). Фактор сезонности. Туристско-рекреационное районирование как особый раздел географии туризма. Признаки туристско-рекреационного районирования. Принципы туристско-рекреационного районирования (объективность, многоаспектность, иерархичность, многоаспектность).

Рекреационный потенциал. Природные рекреационные ресурсы и их свойства. Рекреационная оценка природных ресурсов. Психолого-эстетическая оценка природных ландшафтов («пейзажное разнообразие»). Культурно-исторические туристские ресурсы и их виды (памятники истории, археологии, архитектуры, искусства и пр.). Оценка культурно-исторических ресурсов. Оценка емкости рекреационных ресурсов: нагрузка антропогенная и нагрузка предельно допустимая. Особенности рекреационной деятельности. Циклы рекреационной деятельности (лечебно-оздоровительный, спортивный, познавательный, паломнический, экологический и пр.). Моделирование циклов рекреационных занятий и разнообразие рекреационной деятельности. Комбинирование рекреационных занятий.

Понятие рекреационного комплекса. Классификация рекреационных комплексов по функциональному профилю: санаторные комплексы, комплексы отдыха, туристские комплексы. Градостроительные и социально-экономические факторы, влияющие на формирование рекреационных комплексов. Проектирование рекреационных комплексов. Предпроектные работы: обоснование целесообразности строительства (выбор участка под строительство, природные особенности и климатические особенности района строительства; наличие охранных зон; возможность принятия иностранных туристов; назначение туристского учреждения; наличие коммуникаций; расчет ориентировочной стоимости строительства). Современная аттрактивная архитектура среды отдыха. Типология архитектуры зданий и архитектурных композиций комплексов отдыха. Принципы размещения туристских комплексов в системе туристских маршрутов. Планирование вместимости рекреационного комплекса. Внутренняя функционально-планировочная организация туристского комплекса. Группы помещений: жилые помещения, помещения общественного назначения, помещения административно-хозяйственного назначения.

Региональный туризм и его специфика. Основные направления экономического воздействия и социальные функции регионального туризма как сферы хозяйственной деятельности. Государственная политика в вопросах формирования регионального туризма: цели реализации туристской политики государства, задачи государственных структур. Основные направления экономического воздействия и социальные функции регионального туризма как сферы хозяйственной деятельности. Понятие «туристского рынка» и «конкуренции», конкурентоспособность Саратовского туристского рынка. Общая характеристика турфирм, направлений их деятельности.

Курорт: понятие и признаки. Требования, предъявляемые к современным курортам. Классификация курортов в зависимости от ведущего природного лечебного фактора. Бальнеотерапия. Водолечение. Талассотерапия. Климатотерапия. Гелиотерапия. Аэротерапия. Классификация курортов в соответствии с природными ландшафтно-климатическими зонами. Учреждения лечебно-оздоровительного отдыха на курортах. Санатории и их профили. Зонирование санаторно-курортного учреждения. Санатории – профилактории и их особенности. Пансионаты с лечением. Сеть учреждений отдыха (дома отдыха, пансионаты и базы отдыха). Классность учреждений лечебно-оздоровительного отдыха на курортах. Функции курортов. Классификация курортов. Требования к современным курортам. Бальнеологические курорты Восточной Европы. Бальнеологические курорты мирового значения Западной Европы. Израиль - важный участник международного рынка лечебного туризма. Народная традиционная медицина Востока: основные страны и курорты. География бальнеологических курортов в России. Горнолыжные районы и курорты Европы. Горнолыжные районы и курорты Северной Америки. Основные горнолыжные курорты Азии. География горнолыжных курортов России. Регионы, специализирующиеся на развитии приморского туризма. Курортные районы и курорты Средиземноморского региона. Курортные районы и курорты Юго-Восточной Азии. Курортные районы и курорты Мексикано-Карибского регио-

на. Островные курорты Индийского океана. Островные курорты Северо-Атлантического региона. Курорты Черноморского региона. Приморские курорты России.

## МЕНЕДЖМЕНТ В ТУРИЗМЕ

Сущность менеджмента туризма. Специфика туризма как объекта управления. Общие функции менеджмента: формирование цели, планирование, организация, контроль. Социально-психологические функции: делегирование и мотивация. Технологические функции менеджмента туризма: принятие решений и организация коммуникаций. Мастерство турменеджера: концептуальные, человеческие и технические навыки. Типы менеджмента: вертикальные и горизонтальные различия. Деятельность турменеджеров. Новые компетенции турменеджеров. Управление кризисами и неожиданными событиями.

Методы управления туристским предприятием. Принципы эффективного менеджмента в туризме. Фундаментальные характеристики турорганизации. Централизация и формализация организации. Функциональный подход к созданию организационной структуры. Дивизионный подход. Матричный подход к созданию структуры и его применение. Преимущества и недостатки командной, сетевой структуры и виртуальной организации. Специализация зданий. Управленческая цепочка. Властные полномочия, ответственность и делегирование. Норма управляемости в туризме. Централизация и децентрализация. Формализация. Департаментализация.

Принятие решений как часть эффективного менеджмента туризма. Типы решений. Программируемые и непрограммируемые решения. Уверенность, риск, неуверенность и неопределенность. Модели принятия решений: классическая, административная, политическая. Этапы процесса принятия решений в туризме: осознание потребности в решении, выбор наилучшего решения, реализация решения, оценка результатов и обратная связь. Влияние личности турменеджера на принятие решений. Побуждение сотрудников к участию в принятии управленческих решений в туризме. Современные подходы к принятию решений.

Природа инновационного менеджмента. Характеристика организационных изменений и сил, под влиянием которых они происходят в сфере туризма. Модель плановых организационных изменений. Движущие силы изменений в туризме. Необходимость изменений. Осуществление изменений. Сопротивление переменам. Этапы создания нового турпродукта. Типология плановых изменений. Технологические изменения. Изменения в туруслугах. Структурные изменения. Изменения в культуре/потребителях туруслуг. Обучение и развитие персонала турпредприятий.

Цели, задачи и основные направления управления персоналом туристских предприятий. Методы управления персоналом. Экономические методы и роль материального стимулирования работников. Элементы социального обеспечения работников. Административные методы управления: организационное и распорядительное воздействие, дисциплинарная ответственность и взыскания,

обязанности работника. Социально-психологические методы управления. Типы личности, характер и темперамент работника. Способы психологического воздействия (внушение, убеждение, подражание, вовлечение, побуждение, требование).

Воздействие внешних факторов на управление персоналом в туризме. Конкурентная стратегия. Новые тенденции в туристской карьере. Современные способы организации труда. Привлечение эффективного персонала. Планирование человеческих ресурсов в турорганизациях. Подбор персонала. Отбор. Подготовка эффективного персонала. Обучение и развитие. Аттестация по результатам деятельности. Система оплаты труда, льготы и увольнение в туризме.

Управление персоналом и его цели на предприятиях индустрии туризма. Методы и критерии набора персонала на предприятия индустрии туризма. Профессиональный рост и управление карьерой в туристском бизнесе. Понятия карьеры и профессионального роста. Виды карьеры: профессиональная и внутриорганизационная. Горизонтальная и вертикальная карьера. Система служебно-профессионального продвижения на туристских предприятиях. Личностные различия как факторы карьеры (компетентность, мастерство, надежность, творческие способности, автономность). Объективные и субъективные условия формирования карьеры. Мотивация на карьеру. Карьера как объект управления. Управление деловой карьерой работника. Этапы карьеры менеджера: подготовительный, адаптационный, этап продвижения, этап сохранения, завершающий.

Управление конфликтами на туристских предприятиях. Природа и типы конфликтов. Мотивация как функция менеджмента. Понятия мотивации и стимулирования. Модель мотивации (потребности, побуждения или мотивы, действия, цель, результат удовлетворения потребности). Виды мотивов к труду (личное самоутверждение, мотивы самостоятельности, надежности, приобретения нового, справедливости, состязательности). Формы мотивации: материальная и нематериальная. Материальное вознаграждение (оплата труда, премии, комиссионные, оплата транспортных расходов, организация питания). Особенности организации оплаты труда на туристских предприятиях. Виды нематериальной мотивации. Нематериальная мотивация турменеджеров.

Организационное поведение. Личность и поведение. Черты личности. Эмоциональные способности. Соответствие должности. Важнейшие черты характера и влияние личности на рабочие установки и поведение. Компоненты эмоциональных способностей, их важность для менеджеров современных турорганизаций. Обучение на организационном и индивидуальном уровне. Стили обучения. Непрерывное обучение. Причины стресса на работе. Управление стрессом. Последствия стресса и способы управления стрессом в туризме.

Туристско-рекреационное проектирование. Понятие проекта как управления проектами. Жизненный цикл проекта (концептуальная фаза, фазы разработки, выполнения, завершения). Управляемые параметры проекта (время, ресурсы, финансы). Классификация проектов (по масштабам, по сложности, по продолжительности, по характеру). Стадии проектирования: открытие проекта, планирование, организация работ, контроль, завершение проекта. Разработка концепции туристского проекта. Определение потребностей в ресурсах. Планирование

проекта (разработка календарных планов). Определение стоимости проекта. Участники проекта (заказчики, инвесторы, проектировщики, руководитель проекта). Формирование команды проекта. Возможные риски при реализации туристских проектов.

Оценка привлекательности проекта в туризме: прогноз объема продаж, объем издержек, объем прибыли. Анализ экономических показателей. Опросы мнений потребителей туруслуг. Составление бизнес-плана и его элементы: введение или резюме проекта, анализ положения дел в отрасли, сущность турпроекта, производственный план, план маркетинга, организационный план, анализ рисков, финансовый план, баланс доходов и расходов по турпродукту и приложения. Требования по разработке бизнес-плана: достоверность, наличие максимума информации, понятность и доступность, краткость, аргументированность, конкретность, привлекательность.

## ТУРИЗМ И КУЛЬТУРНОЕ НАСЛЕДИЕ

Культурное наследие: понятие. Соотношение культурного и природного наследия. Культурное наследие как объект науки и основание для развития туризма. Проблема сохранения культурного наследия и его туристского использования. Культурные ценности: понятие, теоретическое и практическое значение. Основания структурирования культурного наследия. Виды культурного наследия. Понятие объекта культурного наследия. Культурный ландшафт как объект наследия. Памятники истории и культуры России как объекты Всемирного культурного и природного наследия. Описание культурного ландшафта на примере Кенозерского национального парка.

Объекты культурного наследия РФ. Государственный свод особо ценных объектов культурного наследия народов Российской Федерации: реализация идеи сохранения национального культурного достояния как составной части всемирного культурного наследия. Система государственной охраны объектов культурного наследия. Учета культурного наследия РФ. Всероссийское общество охраны памятников истории и культуры.

Российское законодательство в области культурного наследия и музеев: структура, принципы, содержание. Конституция Российской Федерации, законы РФ «Основы законодательства Российской Федерации о культуре» (1992), «О музейном фонде Российской Федерации и музеях в Российской Федерации» (1996), «Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации» (2002), их значение для развития музеев, сохранения и использования культурного наследия. Юридическая охрана музейных ценностей. Нормативные и инструктивные документы, относящиеся к государственному музейному фонду, реставрации и консервации музейных предметов, охране и использованию культурных ценностей.

Значение культурного наследия для судеб мировой цивилизации. Всемирное наследие: идеи и воплощение. Всемирное культурное наследие: критерии отбора объектов, состав. Роль международных организаций (ЮНЕСКО, ИКОМ,

ИКОМОС, Совет Европы и др.) в изучении и сохранении культурного наследия.

Конвенция об охране всемирного культурного и природного наследия (ЮНЕСКО, 1972): цели и принципы, особенности реализации. Культурное достояние человечества и культурная политика: План действий по политике в области культуры в интересах развития (1998, Стокгольм). Деятельность мирового сообщества по изучению и сохранению всемирного культурного наследия. Доступ к культурному наследию. Электронные ресурсы всемирного культурного наследия.

Культурное наследие как часть современной жизни. Ответственность государства за судьбу национального культурного достояния. Как мы храним свое культурное наследие. Угроза исчезновения памятников. «Черная археология». Экологические факторы. Ухудшение технического состояния объектов наследия. Бесхозность памятников. Визуальное нарушение культурного ландшафта. Реконструкции памятников.

Культурное наследие как основание для музейной сферы и туризма. Роль музеев в сохранении, изучении и репрезентации (публикации) культурного наследия. Мировые музейные исторические центры. Музей и культурное пространство города. Исторические города – объекты всемирного культурного наследия (Венеция, Феррара, Флоренция, Иерусалим, Сан-Джиминиано, Сиена.) в пространстве туризма. Основные мировые музейно-исторические центры (Париж, Рим, Флоренция, Венеция, Москва, Санкт-Петербург и др.) и их значение для развития туризма.

Роль художественного музея как ресурса культурного туризма. Музей в социокультурном пространстве региона. Радищевский музей: история создания и коллекция. Саратовский областной музей краеведения: особенности структуры и деятельности на современном этапе. Музеи Саратова и «малых» городов Саратовской области в культурно-исторической среде Поволжья и пространстве туризма. Особенности культурного (и музейного) туризма в Саратове и области.

Искусство Древней Греции. Храм Посейдона в Пестуме. Храм Зевса в Олимпии. Искусство эпохи классики (V–IV века до н. э.). Афины – ведущий художественный центр. Причины возвышения Афин. Афинский акрополь как пример классического ансамбля. Выдающиеся образцы архитектуры эпохи – Парфенон, Эрехтейон, храм Ники Аптерос. Скульптура эпохи классики. Мирон. Фидий. Поликлет и его «Канон». Скопас. Пракситель. Лисипп Искусство эпохи эллинизма. (IV–I века до н.э.). Мавзолей в Галикарнасе, скульптурная группа Лаокоон, Никэ Самофракийская, Алтарь Зевса и Геры в Пергаме.

Искусство Рима республиканского периода и периода империи. Новые техники и материалы. Forum Romanum – как образец архитектурного ансамбля республиканского периода, императорские форумы. Римские амфитеатры. Колизей. Пантеон. Термы Каракаллы. Триумфальные арки. Скульптурный портрет.

Периодизация искусства эпохи Средневековья. Раннее Средневековье. Роль церкви в становлении и развитии культуры варварских государств. Искусство

эпохи Каролингов. Феномен «Каролингского возрождения». Обращение к античной раннехристианской традиции и искусству Византии. «Надвратный» зал монастыря Лорш (Германия, 800 г.), Ахенская капелла. Романское искусство (XI–XII вв.). Архитектура. Замок. Утверждение формы базилики в церковной архитектуре. Храм-крепость. собор в Ангулеме, XII в. церковь Михаила (XI в.) и церковь Годерхардта (XII в.) в Гильдесгейме, соборы в Шпейере (XI–XII вв.), Майнце (XI–XIII вв.), Вормсе (XI–XIII вв.). Монастыри. Готическое искусство. Происхождение и смысл термина «готика». Нотр-Дам де Пари (Собор Парижской Богоматери). Собор в Шартре (XII–XIV вв.) Скульптура готического храма. Витраж.

Происхождение термина «Возрождение». Флоренция – главный центр нового искусства Италии Собор Санта Мария делла Фьори. Высокое Возрождение. Творчество Леонардо да Винчи. Поиск высшей гармонии в творчестве Рафаэля Санти. Образ Мадонны. Творчество Микеланджело Буонаротти. Искусство Позднего Возрождения. Творчество Тициана, Тинторетто. Северное Возрождение. Подъем в развитии искусства Нидерландов, Франции и Германии (XV–XVI вв.) Ян ван Эйк, П. Брейгель Старший, Альбрехт Дюрер.

Реформы Петра I – как важнейший шаг к «европеизации» русской культуры. Открытие Академии художеств (1757 г.). Санкт-Петербург, регулярный план застройки города. Архитектура и искусство второй четверти XVIII века. Русское барокко. Творчество Франческо Бартоломео Растрелли. Ансамбль Смольного монастыря в Петербурге (1748–1764 г.). Строгановский дворец. Зимний дворец. Большой дворец в Царском Селе и Петергофе. Архитектура эпохи классицизма. Антонио Ринальди (1710–1794 г.) – представитель раннего классицизма. Китайский дворец в Ораниенбауме. Мраморный дворец в Петербурге. Баженов В.И. (1737–1799 г.). Дом Пашкова в Москве. Казаков М.Ф. здание Сената в Московском Кремле (1776–1787 г.). Портретная живопись XVIII века. И.Н.Никитин, Ф.С.Рокотов, Д.Г. Левицкий, В.Л. Боровиковский

Классицизм и сентиментализм. Н. М. Карамзин. Романтизм. А. С. Пушкин, М. Ю. Лермонтов, Н. В. Гоголь. Русская живопись первой половины XIX в. Русская архитектура. Комплекс зданий на Дворцовой площади. Ансамбль Сенатской площади и Исаакиевский собор. Казанский собор. Здания Большого и Малого театров в Москве. Демократические идеи в культуре второй половины XIX в.: А. И. Герцен, Н. Г. Чернышевский, Н. А. Добролюбов. Выдающиеся русские путешественники П. П. Семенов (Тянь-Шанский), Н. М. Пржевальский, Н. Н. Миклухо-Маклай. Исследования Тянь-Шаня, Тибета, Туркестана, Монголии, Филиппин, Индонезии, Эфиопии. Расцвет русской литературы. Л. Н. Толстой, И. С. Тургенев, Н. А. Некрасов, Ф. М. Достоевский и А. П. Чехов. «Товарищество передвижных художественных выставок» («передвижники»). В. Г. Перов, Г. Г. Мясоедов, И. Н. Крамской, И. Е. Репин.

Стиль модерн. «Мир искусства», «Союз русских художников», «Бубновый валет», «Голубая роза». Отечественное изобразительное искусство в 1920-е гг.: «НОЖ», АХРР, «Окна РОСТА». К. Петров-Водкин. Социалистический реализм. Искусство в период Великой Отечественной войны. Послевоенный период развития советского искусства.

Западное искусство XX века. Модернизм и его течения. Функционализм, конструктивизм. Ле Корбюзье. Фовисты: творчество А. Матисса. Футуризм, кубизм. П. Пикассо. Беспредметное искусство П. Мондриан. К. Малевич. В. Кандинский. Сюрреализм. С. Дали. Поп-арт, хэппенинг. Постмодернизм.

## СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

- Александрова А. Ю.* Международный туризм. М., 2001.
- Бабкин, А. В.* Специальные виды туризма: учеб. пособие / А. В. Бабкин. - Ростов н/Д: Феникс, 2008.
- Белашанка М. И.* Технология ресторанного обслуживания. М., 2006.
- Бедяева Т. В.* Управление персоналом на предприятии туризма: Учебник / Т.В. Бедяева, А.С. Захаров; Под ред. проф. Е.И. Богданова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013
- Бикташева Д. Л.* Менеджмент в туризме: Учебное пособие / Д.Л. Бикташева, Л.П. Гиевая, Т.С. Жданова. - М.: Альфа-М: НИЦ ИНФРА-М, 2014.
- Биржаков М. Б.* Индустрия туризма: перевозки. СПб., 2001.
- Биржаков М. Б., Никифоров В. И.* Индустрия туризма: перевозки. СПб., 2003.
- Бовсуновская А.Я.* География туризма. Донецк, 2002.
- Богданов Е. И. Кострюкова О. Н., Орловская В. П., Фенин П. М.* Планирование на предприятии туризма. СПб., 2005.
- Большаник П.В.* Рекреационная география. Омск, 2003.
- Быстров С. А.* Организация туристской деятельности. Управление турфирмой: Учебное пособие / С.А. Быстров. - М.: Форум: НИЦ Инфра-М, 2013
- Браймен Р.А.* Основы управления в индустрии гостеприимства: Пер. с англ. М., 2001.
- Васильев Г.А., Поляков В.А.* Основы рекламной деятельности. М., 2004
- Васильева И. Н.* Основы делопроизводства и персональный менеджмент. М., 2001..
- Васильева Л. Н., Муравьева Е. А.* Методы управления инновационной деятельностью. М., 2005.
- Ветитнев, А. М.* Лечебный туризм: учебное пособие / А. М. Ветитнев, А. С. Кусков. - Москва : Издательство "ФОРУМ", 2010.  
<http://znanium.com/go.php?id=182388>
- Виноградова М. В., Панина З. И.* Организация и планирование деятельности предприятий сферы сервиса. М., 2006.
- Виханский О.С.* Стратегическое управление. М., 2000.
- Волков Ю. Ф.* Технология гостиничного обслуживания. Ростов н/Д., 2003.
- Волошин Н.И.* Правовое регулирование в туризме: нормативные правовые акты М., 2004.
- Волошин Н.И.* Правовые основы туристской деятельности. М., 2002.

Восколович Н. А. Маркетинг туристских услуг [Электронный ресурс] : учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям / Н. А. Восколович. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012

"Воздушный кодекс Российской Федерации" от 19.03.1997 N 60-ФЗ (ред. от 20.04.2014) (с изм. и доп., вступ. в силу с 21.07.2014).

*Галицкий Г.П.* Стратегии и маркетинг для музеев. М., 2001.

*Гвозденко А.А.* Страхование в туризме. М., 2002.

География международного туризма // Под ред. А.Ю. Александровой и Н.С. Мироненко. М., 2003.

География международного туризма. Зарубежные страны // Под ред. Л.М. Гайдукевича. Минск, 2003.

География туризма: учебник / под ред. А. Ю. Александровой. - 3-е изд., испр. - М.: КноРус, 2010.

Гостиничное и ресторанное дело, туризм. Ростов н/Д., 2004

*Гришаев С. П.* Интеллектуальная собственность: Учебное пособие. М., 2003.

Гукова О.Н. Организация и планирование деятельности предприятий сервиса: учебное пособие /О.Н. Гукова. – М.: ФОРУМ, 2012.

*Гуляев В. Г.* Организация туристских перевозок. М., 2001.

*Гуляев В. Г.* Туризм: экономика и социальное развитие. М., 2003.

*Гусев Э.Б., Прокудин В.А., Салащенко А.Г.* Основы выставочной деятельности. М., 2003.

*Девятко И.Ф.* Методы социологического исследования. М., 2002.

*Денисова И.П.* Страхование. М.; Ростов н/Д, 2007.

*Долженко Г.П.* Экскурсионное дело: учеб. пособие. М., 2005.

*Долматов Г.М.* Международный туристский бизнес: история, реальность и перспективы. Ростов н/Д., 2001.

*Дурович А.П.* Маркетинг в туризме. М., 2000.

*Дурович А.П.* Реклама в туризме. М., 2005

*Ермасов С.В., Ермасова Н.Б.* Страхование. М., 2008.

*Жуков А. А., Загорин Н. Д.* Инновационные аспекты управленческой деятельности на предприятиях сферы туризма. СПб., 2006.

*Жукова М.А.* Индустрия туризма: менеджмент организации. М., 2002.

*Журавлев П. В., Одегов Ю. Г.* Управление персоналом. М., 2003.

*Зайцева Н.А.* Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме. М., 2003.

*Здоров А. Б.* Экономика туризма М., 2004.

*Золн В. П.* Технологическое оборудование предприятий общественного питания. М., 2006.

*Зорин И. В.* Туризм как вид деятельности. М., 2001.

*Иванов В.В., Волон А.Б.* Гостиничный менеджмент. М., 2007.

*Ильина Е. Н.* Деятельность туристских агентств: Туристский рынок и предпринимательство. М., 2004.

*Ильина Е. Н.* Менеджмент путешествий: индустрия авиаперевозок. М., 2004.

*Ильина Е. Н.* Организация водных путешествий. М., 2002.

*Ильина Е. Н.* Организация железнодорожных путешествий. М., 2003.

*Ильина Е. Н.* Туроперейтинг: организация деятельности. М., 2004.

Инновационные процессы: История развития и современная практика / Лисовский С. М., Яковлев А. В., Лушпинин К. В. и др. Саратов, 2003.

*Исмаев Д. К.* Маркетинг иностранного туризма в Российской Федерации. Теория и практика деятельности туристских фирм. М., 2002.

*Кабушкин Н.И., Бондаренко Н.А.* Менеджмент гостиниц и ресторанов. Минск, 2001.

*Квартальнов В.А.* Биосферы и туризм. Т. 1. Теория и практика туристских исследований. М., 2002.

*Квартальнов В.А.* Стратегический менеджмент в туризме: Современный опыт управления. М., 2000.

*Кириллов А.Т., Маслова Е.В.* Реклама в туризме. СПб., 2002

*Козырев В.* и др. Экономика туризма. М., 2001.

*Королева, О. В.* География туризма [Электронный ресурс] : учебно-методическое пособие для бакалавриата по направлению "Туризм" / О. В. Королева ; ФГБОУ ВПО "Саратовский государственный университет им. Н. Г. Чернышевского". - Саратов : [б. и.], 2014. - 63 с. : табл. - Библиогр.: с. 46-47 (10 назв.). - Б. ц. - [http://elibrary.sgu.ru/uch\\_lit/862.pdf](http://elibrary.sgu.ru/uch_lit/862.pdf)

*Котлер Ф.* Задачи маркетинга в XXI веке. М., 2004.

*Котлер Ф.* Основы маркетинга. М., 2002.

*Котлер Ф.; Боуэн Дж; Мейкенз Дж.* Маркетинг. Гостеприимство. Туризм. М., 1998.

"Кодекс внутреннего водного транспорта Российской Федерации" от 07.03.2001 N 24-ФЗ (ред. от 03.02.2014);

*Кротова Н. В., Кленнер Е. В.* Управление персоналом. М., 2005.

*Кудряев В. А.* Организация работы с документами. М., 2001.

*Кулаев К.В.* Экскурсионная деятельность: теоретические и методологические основы. М., 2004.

*Кулибанова В. В.* Маркетинг: сервисная деятельность. СПб, 2000.

*Курицкий Б. Я.* Организация делопроизводства и управления в офисе. СПб., 2001.

*Лесник А. Л.* Практика маркетинга в гостиничном и ресторанном бизнесе. М., 2000.

*Лукьянова, Н. С.* География туризма: туристские регионы мира и России: практикум : учеб пособие / Н. С. Лукьянова. - М.: КНОРУС, 2010

*Макарова И. К.* Управление персоналом. М., 2004.

*Матанцев А.Н.* Эффективность рекламы. М., 2002

*Матюхина Ю. А.* Индустрия туризма [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Ю.А. Матюхина. — 2-е изд., стер. — М. : ФлИнта, 2013

*Медынский В.Г.* Инновационный менеджмент: Учебник. М., 2002.

Менеджмент туризма: Туризм как объект управления / Под ред. В.А. Квартального. М., 2004.

*Моисеева Н. К.* Стратегическое управление туристской фирмой. М., 2000.

*Морозов Ю. П., Гаврилов А. И., Городнов А. Г.* Инновационный менеджмент. М., 2003.

*Нагимова З. А.* Управление персоналом на предприятиях гостиничного бизнеса. СПб., 2004.

*Окладникова Е.А.* Международный туризм. География туристских ресурсов мира. СПб., 2002.

Организация туризма / Под ред. Н. И. Кабушкина и др. – Минск, 2003. .

*Осипова О. Я.* Транспортное обслуживание туристов. М., 2006.

Основы выставочно-ярмарочной деятельности / Под ред. Л. Е. Стровского. М., 2005.

Организация транспортного обслуживания в туризме: учебное пособие / А.В. Докторов, О.Е. Мышкина. – М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2012

*Петелин В.Г.* Стендист торгово-промышленной выставки: Секреты мастерства. М., 2000.

*Петелин В.Г.* Технологии подготовки и проведения выставок: Учеб пособие М., 2003.

*Петелин В. Г.* Основы менеджмента выставочной деятельности. М., 2005.

Погодина, В. Л. География туризма: Учебник / В. Л. Погодина, И.Г. Филиппова. - Москва : Издательский Дом "ИНФРА-М", 2012.  
<http://znanium.com/go.php?id=237203>

*Райли М.* Управление персоналом в гостеприимстве. М., 2005.

Райли М. Управление персоналом в гостеприимстве [Электронный ресурс]: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям "Управление персоналом" / М. Райли; пер. с англ. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012

*Розанова Т. П.* Маркетинг в туризме. М., 2005.

*Романов А.А., Саакянц Р.Г.* География туризма. М., 2004.

*Романович Ж. А., Калачев С. Л.* Сервисная деятельность. М., 2006.

*Сербиновский Б.Ю., Гарькуша В.Н.* Страховое дело. Ростов н/Д, 2005.

Скобкин С. С. Менеджмент в туризме: Учебное пособие / С.С. Скобкин. - М.: Магистр: НИЦ ИНФРА-М, 2013.

*Сплетухов Ю.А., Дюжиков Е.Ф.* Страхование. М., 2005.

*Столяров Б.А., Соколова Н.Д., Алексеева Н.А.* Основы экскурсионного дела. СПб, 2002.

*Сухов Р. И.* Организация работы туристического агентства. М., 2005.

Туризм и гостиничное хозяйство / Под ред. Л. П. Шматько. М., 2003.

Туризм и гостиничное хозяйство. М.; Ростов н/Д, 2003.

Туристско-рекреационное проектирование: Учебное пособие / Ю.А. Колесова. - М.: КУРС: НИЦ ИНФРА-М, 2014.

*Турковский М.* Маркетинг гостиничных услуг. М., 2006.

Управление персоналом организации / Под ред. А. Я. Кибанова. М., 2004.

*Фролов А.И.* География туризма. М., 2003.

*Хуусконен Н.М., Глушанок Т.М.* Практика экскурсионной деятельности. СПб, 2006.

Христов, Т. Т. Религиозный туризм: учеб. пособие / Т. Т. Христов. - М., 2008.

*Цыпкин Ю. А., Люкишинов А. Н.* Управление персоналом. М., 2004.

*Черевичко Т. В.* Экономика туризма: Курс лекций. Саратов, 2000.

*Черных Н. Б.* Технология путешествий и организация обслуживания клиентов. М., 2002.

*Чудновский А. Д., Жукова М. А., Сенин В. С.* Управление индустрией туризма. М., 2004.

*Шпаков В.Н.* Россия на всемирных выставках. М., 2000.

*Шуванов В.И.* Психология рекламы. Ростов-на-Дону, 2005

*Яковлев Г. А.* Экономика и статистика туризма. М., 2004.