

**ПРОГРАММЫ ВСТУПИТЕЛЬНЫХ ИСПЫТАНИЙ ДЛЯ ПОСТУПАЮЩИХ НА
БАЗЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ (СПО)**

НАПРАВЛЕНИЕ 43.03.02 «ТУРИЗМ»,

Вступительное испытание «**МАРКЕТИНГОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ТУРИЗМЕ**»

Форма проведения: **письменное тестирование**

Программа вступительного испытания		
№	Раздел/Тема	Содержание
1	Система маркетинга предприятия индустрии туризма, ее особенности	Специфика маркетинга услуг. Общие характерные особенности услуг. Уровни маркетинга в индустрии туризма. Условия применения и эффективного развития маркетинга в сфере туризма. Системный подход к пониманию сущности маркетинга предприятий индустрии туризма. Сущность составных элементов системы маркетинга туристского предприятия: цели, задачи, принципы и функции маркетинга. Уровни и координация маркетинга. Организация отдела маркетинга на предприятии туризма и гостеприимства
2	Маркетинговые исследования в туризме	Содержание процесса маркетингового исследования. Система маркетинговой информации. Понятия первичной и вторичной информации. Методы получения маркетинговой информации: фокус-группы, глубокие интервью, наблюдения, опросы, эксперимент. Формы организации маркетингового исследования. Основные направления маркетинговых исследований туристского предприятия. Структура, схема и этапы маркетингового исследования. Объекты и субъекты маркетинговых исследований. Основные направления исследования туристского рынка. Понятие конъюнктуры рынка, этапы ее исследования. Назначение конъюнктурного прогноза, его виды. Методы конъюнктурного прогноза. Емкость рынка индустрии туризма.
3	Маркетинговая среда туристического предприятия	Понятие маркетинговой среды. Внутренняя и внешняя среда туристического предприятия. Внешняя среда маркетинга. Микросреда: поставщики, посредники, конкуренты, покупатели. Макросреда: стабильность политической системы рынка; жизненный уровень, покупательская способность общества; правовая законодательская система, защита окружающей природной среды, стандарты в области производства и потребления продукции; уровень научно-технического прогресса; географические, климатические и исторические условия, культурные традиции, демографические факторы, экологическая обстановка. Внутренняя среда маркетинга. Ситуационный анализ внутренней деятельности

		туристического предприятия. Функции туристического предприятия, действующего на принципах маркетинга, его стратегии. Место маркетинга в структуре организации и управления туристическим предприятием
4	Туристский рынок и конкуренция	<p>Понятие сегментации туристского рынка, основные признаки сегментации. Разновидности и этапы сегментирования туристского рынка. Понятие и критерии выбора целевого рынка туристских услуг. Методы поиска оптимального количества целевых сегментов туристского рынка. Типы целевых туристских рынков. Факторы, влияющие на выбор стратегии охвата туристского рынка. Позиционирование туристского продукта, основные подходы к позиционированию. Основные признаки сегментирования, применяемые в сфере туризма: по целям путешествия, по потребностям (нужды и выгоды), по покупательскому поведению, по демографическому, географическому, психологическому принципу, по цене. Основные сегменты для производителей услуг в сфере гостеприимства: для гостиниц, для туроператоров, для транспортных компаний, для сферы развлечений. Понятие конкуренции и характеристика ее основных видов. Факторы, влияющие на силу конкурентной борьбы в индустрии туризма. Модель пяти сил конкуренции М. Портера. Карта стратегических групп, алгоритм ее построения. Конкуренция как факторы маркетинговой среды. Виды конкуренции. Ценовые и неценовые методы конкуренции. Понятие конкурентоспособности туристического предприятия.</p>
5	Исследование потребителей туристских услуг	<p>Модель поведения потребителя туристского продукта. Факторы, оказывающие влияние на потребителей туристских услуг. Методы оценки степени удовлетворенности/неудовлетворенности потребителей. Процесс принятия решения о покупке в потребительской сфере. Направления маркетингового анализа потребителей. Индивидуальные и организованные потребители и основные группы мотиваций их покупательского поведения. Внутренние факторы поведения потребителей. Восприятие. Внимание. Интерпретация. Процесс принятия решения о покупке и маркетинговая характеристика покупателя</p>
6	Маркетинговые стратегии предприятий индустрии туризма	<p>Стратегическое маркетинговое планирование деятельности туристского предприятия. Понятие и виды маркетинговых стратегий предприятий индустрии туризма. Текущее планирование маркетинговой деятельности туристского предприятия. Понятие, значение и схема коммуникаций на предприятиях сферы индустрии гостеприимства. Коммуникационная стратегия туристского предприятия, этапы ее формирования. Имидж туристского предприятия.</p>

		Структура комплекса маркетинговых коммуникаций предприятий индустрии туризма. Сравнительная характеристика основных средств продвижения туристского продукта. Фирменный стиль туристского предприятия, его основные элементы. Организация общественного мнения (публик рилейшнз PR).
7	Маркетинговый контроль деятельности предприятия индустрии туризма	Понятие и виды контроля. Ревизия маркетинга туристского предприятия. Сильные и слабые стороны внутреннего и внешнего аудита. Становление теории и практики контроллинга. Структура, содержание и функции контроллинга. Понятие и виды концепций контроллинга. Базовые положения контроллинга

**ПРОГРАММЫ ВСТУПИТЕЛЬНЫХ ИСПЫТАНИЙ ДЛЯ ПОСТУПАЮЩИХ НА
БАЗЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ (СПО)**

НАПРАВЛЕНИЕ 43.03.02 «ТУРИЗМ»,

Вступительное испытание «ГЕОГРАФИЯ ТУРИЗМА»

Форма проведения: **письменное тестирование**

Программа вступительного испытания		
№	Раздел/Тема	Содержание
1	Туристские ресурсы. Виды туризм	Природные рекреационные ресурсы. Историко-культурные и социально-экономические рекреационные ресурсы. Способы оценки туристской attractiveness территории. Определение туристской специализации дестинации. Классификационные признаки туризма: по географическому принципу; по направлениям туристских потоков; по целевой направленности; по источнику финансирования; по способу передвижения; по количеству туристов; по организационной форме
2	Основные туристские регионы мира	Пространственная картина международного туризма. География международных туристских потоков. Туристско-рекреационный потенциал и методы его оценки. Всемирное наследие ЮНЕСКО Основные туристские макрорегионы мира
3	Европейский туристский макрорегион	Европа - ведущий туристский регион мира. Характеристика туристского потенциала Зарубежной Европы. Страны-лидеры мирового туризма в регионе. Туристские ресурсы в странах региона. Основные туристские центры, курорты. Виды туризма популярные в странах региона. Туристская

		инфраструктура, степень рекреационной освоенности. Туристские формальности и условия въезда в страны региона. Перспективы развития туризма в Европейском регионе.
4	Американский туристский макрорегион	Характеристика туристского потенциала Северной и Латинской Америки. Страны-лидеры мирового туризма в регионе. Туристские ресурсы в странах региона. Основные туристские центры, курорты. Виды туризма популярные в странах региона. Туристская инфраструктура, степень рекреационной освоенности. Туристские формальности и условия въезда в страны региона. Перспективы развития туризма в регионе
5	Южно-Азиатский и Азиатско-Тихоокеанский Туристские макрорегионы	Характеристика туристского потенциала Южной Азии и Азиатско-Тихоокеанского региона. Страны лидеры мирового туризма в регионах. Туристские ресурсы в изучаемых регионах. Основные туристские центры, курорты. Виды туризма популярные в странах региона. Туристская инфраструктура, степень рекреационной освоенности. Туристские формальности и условия въезда в страны регионов. Перспективы развития туризма регионах.
6	Африканский туристский макрорегион	Характеристика туристского потенциала Африканского региона. Страны-лидеры мирового туризма в регионе. Туристские ресурсы в странах региона. Основные туристские центры, курорты. Виды туризма популярные в странах региона. Туристская инфраструктура, степень рекреационной освоенности. Туристские формальности и условия въезда в страны региона. Перспективы развития туризма в регионе
7	Туристское районирование территории РФ	Туризм в Российской Федерации. Туристское районирование территории РФ. Основные рекреационно-туристские зоны, выделяемые на территории РФ. Особые рекреационно-туристские зоны, выделяемые на территории РФ
8	Европейский Север	Характеристика туристского потенциала региона. Основные туристские ресурсы в регионе. Виды туризма, развитые и перспективные для развития в регионе. Туристская инфраструктура, степень рекреационной освоенности. Перспективы развития туризма в регионе

9	Центр России	Характеристика туристского потенциала региона. Основные туристские ресурсы в регионе. Виды туризма, развитые и перспективные для развития в регионе. Туристская инфраструктура, степень рекреационной освоенности. Перспективы развития туризма в регионе.
10	Европейский Юг России	Характеристика туристского потенциала региона. Основные туристские ресурсы в регионе. Виды туризма, развитые и перспективные для развития в регионе. Туристская инфраструктура, степень рекреационной освоенности. Перспективы развития туризма в регионе.
11	Юг Сибири и Дальнего Востока и Азиатский Север	Характеристика туристского потенциала региона. Основные туристские ресурсы в регионе. Виды туризма, развитые и перспективные для развития в регионе. Туристская инфраструктура, степень рекреационной освоенности. Перспективы развития туризма в регионе.
12	Перспективы развития Мирового туризма	Факторы, стимулирующие развитие туризма. Факторы, сдерживающие темпы развития туризма. Новые виды туризма. Условия развития новых видов туризма. Перспективы развития отрасли туризма в мире