

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное агентство по образованию

Государственное образовательное учреждение
Высшего профессионального образования
«Курский государственный университет»

Кафедра социально-культурного сервиса и туризма

Программа вступительных испытаний
для поступающих в магистратуру

Направление **-100400.68 Туризм**

Программа магистерской подготовки - Общая теория туризма и туристской индустрии)

Естественно-географический факультет

Очная форма обучения

Курск 2011

Пояснительная записка

Вступительные испытания предполагают подготовку абитуриента по дисциплинам общепрофессионального цикла по направлению подготовки Туризм.

Цель вступительного экзамена определяет:

- соответствие уровня и качества подготовки экзаменуемого требованиям Государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования подготовки бакалавра по направлению **100400.68 Туризм** (программа магистерской подготовки - Общая теория туризма и туристской индустрии)
- готовность экзаменуемого к продолжению обучения по направлению подготовки **Туризм** (магистерская программа Общая теория туризма и туристской индустрии).

Задачи направлены на выявление у экзаменуемого:

- степени сформированности комплексной системы знаний о фундаментальных законах и закономерностях функционирования и развития туристской индустрии;
- уровня свободного владения понятым аппаратом, необходимым для самостоятельного восприятия, осмыслиния и усвоения знаний;
- умения связывать общие и региональные вопросы развития туризма, оперировать примерами из различных областей туристской сферы;
- глубины понимания практического применения знаний как научной основы развития сферы туризма;
- уровня усвоения основных методических знаний и умений, профессиональных умений применять дидактические, методические и технологические знания в процессе обучения.

Программа составлена в соответствии с Государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования по

направлению подготовки Туризм (магистерская программа Общая теория туризма и туристской индустрии).

Объем знаний и степень владения материалом, изложенные в программе, соответствуют объему требований, предъявляемых Государственным образовательным стандартом к квалификации бакалавра по направлению подготовки Туризм.

В соответствии с правилами приема в Курский государственный университет на 2010 – 2011 учебный год лица, имеющие диплом бакалавра (специалиста) по соответствующему направлению/ специальности сдают устное собеседование.

Лица, не имеющие диплом бакалавра/специалиста по соответствующему направлению/специальности, сдают устный экзамен.

Программа вступительных испытаний включает вопросы по следующим профилирующим дисциплинам: организация туристской деятельности, инновации в туризме, менеджмент в туристской индустрии, маркетинг в туристской индустрии, технология продаж.

Процедура проведения вступительных испытаний

Условием подготовки к вступительному экзамену (собеседованию) в магистратуру является предварительное знакомство экзаменуемого с содержанием тем и вопросов, выносимых на экзамен (собеседование), а также ознакомление с требованиями, предъявляемыми к экзамену (собеседованию).

В структуру экзаменационного билета включены два вопроса: первый – по различным разделам дисциплин, второй – практический по технологии продаж тур услуг и организации тура. На подготовку к ответу отводится 30 минут. Экзаменуемому предоставляется время на освещение каждого из вопросов билета. Дополнительные вопросы задаются членами предметной экзаменационной комиссии в рамках программы вступительного экзамена. Полнота и качество ответа оценивается члена комиссии. После чего в

результате открытого голосования простым большинством выставляется оценка.

Результаты вступительных испытаний оцениваются в соответствии с требованиями приема в КГУ.

Дополнительные баллы поступающий в аспирантуру имеет возможность получить при заполнении рейтингового листа.

Содержание программы

Исторические условия и причины появления маркетинга. Специфика маркетинга в туризме. Маркетинговые исследования. Цели и задачи исследований. Виды маркетинговых исследований.

Ценовая политика. Определение цены. Виды цен. Основные факторы, влияющие на уровень цен на туристские услуги. Методы ценообразования. Основные ценовые стратегии. Диверсификация цен.

Организационная структура управления маркетинга в туризме. Источники маркетинговой информации. Сбор, систематизация и анализ информации. Методы сбора маркетинговой информации.

Услуга как продукт. Факторы, влияющие на формирование услуги. Политика продвижения услуг в туризме. Инструменты продвижения: реклама, паблик-рилейшнз, стимулирование продаж, личные продажи.

Организация обслуживания потребителей. Теории организации обслуживания. Прогрессивные формы обслуживания. Индивидуальное обслуживание как самостоятельный вид деятельности.

Экономическая сущность отрасли туризма и ее роль в экономике.

Государственное регулирование туристской деятельности в Российской Федерации.

Туроператоры и турагенты как субъекты рынка туризма. Виды субъектов и объектов туристического рынка.

Основные направления Российского туроперейтинга. Особенности формирование выездных туров. Концепции развития международного и российского туризма.

Инновационные функции и методы реализации государственной политики регулирования и развитие туризма. Использование инновационных технологий в развитии индустрии туризма.