

**МИНОБРНАУКИ РОССИИ**  
**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение**  
**высшего образования**  
**«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ**  
**ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**  
**(СПбГЭУ)**

**УТВЕРЖДАЮ**  
Ректор Университета  
д.э.н. профессор  
И.А. Максимцев

**ПРОГРАММА**  
**вступительного испытания экзамена в форме письменного теста**  
**(прием 2019 года)**  
**по программам подготовки магистров**

Направление подготовки	№	Основная образовательная программа магистратуры	Формы обучения	
			очная	заочная
43.04.02 Туризм	1.	Организация управления туристскими дестинациями	Имеется Б/Д	нет
	2.	Управление бизнес-процессами в индустрии туризма	Имеется Б/Д	Имеется Б/Д

## **КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ЭКЗАМЕНА**

Наименование оценочных средств	Критерии		Количество баллов
<b>Письменный тест (закрытые вопросы)</b>	Уровень овладения соискателем программ магистратуры направления 43.04.02 Туризм общенаучными, общекультурными и профессиональными компетенциями федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования по программам бакалавриата указанного направления	Всего 50 вопросов с вариантами ответов. В каждом тестовом задании один правильный ответ. Каждый правильный ответ 2 балла	Минимум 44 Максимум 100

*Тематика программы вступительных испытаний соответствуют цели и задачам экзамена: выявить уровень овладения соискателем программ магистратуры направления 43.04.02 Туризм общенаучными, общекультурными и профессиональными компетенциями, и определить степень готовности абитуриентов к обучению в магистратуре.*

***ОК-1 - способность использовать основы философских знаний, анализировать главные этапы и закономерности исторического развития для осознания социальной значимости своей деятельности***

1. Периодизация развития международного туризма.
2. Значение туризма для личности, общества и государства
3. Критерии оценки вклада туризма в развитие экономики региона
4. Классификация основных факторов, влияющих на развитие туризма.
5. Туризм XXI века: современное состояние, новые тенденции, перспективы развития.
6. Рекреация: понятие, виды, функции
7. Сущность концепции устойчивого развития туризма

*Рекомендуемая литература*

1. Берёзовая Л.Г. История туризма и гостеприимства: учебник для академического бакалавриата / Л. Г. Берёзовая. – М.: Издательство Юрайт, 2014. – 477 с.
2. Биржаков М.Б. Введение в туризм. Издание 10-е, переработанное и дополненное. – СПб.: Издательский дом Герда, Изд-во Невский Фонд, 2014.

3. Боголюбов В.С. Экономика туризма: учебное пособие. – М.: Академия, 2011.
4. Основы туризма: учебник / коллектив авторов; под ред. Е.Л. Писаревского. — М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. — 384 с.
5. Усыскин Г.С. Очерки истории российского туризма. – 2-е изд., перераб. и доп. – СПб.: «Издательский дом Герда», 2007. – 208 с.
6. Экономика и управление туристской деятельностью: учебное пособие в 2-х частях под общ. ред. Г.А. Карповой, Л.В. Хоревой.- СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2011.

***ОК-2 - способность использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах***

1. Сущность международного туризма и его основные социально-экономические категории («турист», «туризм», «туристская индустрия», «туристская услуга», «туристская инфраструктура», «экономика туризма», «туристическая деятельность», «внутренний туризм», «выездной туризм», «международный туризм» и др.).
2. Основные виды туристских ресурсов.
3. Понятие туристской дестинации, типы дестинаций.
4. Инфраструктура туризма и составляющие ее элементы
5. Основные типы и виды туризма.
6. Типология туристов.
7. Основные показатели туристской деятельности

*Рекомендуемая литература*

1. Боголюбов В.С. Экономика туризма: учебное пособие. – М.: Академия, 2011.
2. Скобкин С. С. Экономика предприятия в индустрии гостеприимства и туризма (ИГиТ): учеб. пособие. - М.: Магистр, 2009.
3. Экономика и управление туристской деятельностью: учебное пособие в 2-х частях под общ. ред. Г.А. Карповой, Л.В. Хоревой.- СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2011.

***ОК-6 - способность использовать общеправовые знания в различных сферах деятельности, в том числе с учетом социальной политики государства, международного и российского права, обеспечивающего равные права и равные возможности для их реализации мужчинами и женщинами***

1. Органы государственного регулирования индустрии гостеприимства и туризма в России: функции, область задач и значение
2. Всемирная туристская организации и направления ее деятельности

3. Основные положения ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»
4. Основные положения ГОСТ «Туристские услуги. Общие требования».
5. Характеристики туристской услуги.
6. Сущность, особенности, цели и виды туристских формальностей.
7. Шенгенское соглашение. Страны, входящие в зону Шенгенского соглашения

#### *Рекомендуемая литература*

1. Об основах туристской деятельности в Российской Федерации: ФЗ от 24.11.1996 № 132-ФЗ (в ред.)
2. Управление индустрией туризма. Лучший опыт деятельности национальных организаций и агентств по туризму: пер. с англ./ Дж. Дж. Леннон, Х. Смит, Н. Кокерелл, Дж. Трю. - М.: ООО «Группа ИТД», 2012. - 272 с.
3. Лайко М.Ю., Дедусенко Е.А. Регулирование индустрии гостеприимства и туризма: учебное пособие. – М.: РЭА им. Г.В. Плеханова, 2010. – 80 с.
4. [www.russiutourism.ru /Законодательство/](http://www.russiutourism.ru/Законодательство/)

***ОПК-1- способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности, использовать различные источники информации по объекту туристского продукта***

1. Источники информации для изучения туризма с позиции спроса и с позиции предложения
2. Методы получения информации о потребителях продукции индустрии туризма
3. Интернет в туристском бизнесе. Туристические порталы и серверы.
2. Перспективные направления использования Интернет в туристской индустрии
3. Информационные технологии поиска туристской информации
4. PR и рекламная деятельность в системе туристского бизнеса

#### *Рекомендуемая литература*

1. Биржаков М. Б. Статистика туризма : учебное пособие : [в 2 частях]. Ч. / М.Б.Биржаков, П.И.Марухнова. - Санкт-Петербург : Изд-во СПбГЭУ, 2014. - 129 с.

2. Биржаков М. Б. Статистика туризма : учебное пособие : [в 2 частях]. Ч. 1 / М.Б.Биржаков, П.И.Марухнова. - Санкт-Петербург : Изд-во СПбГЭУ, 2014. - 106 с.

3. Есаулова С. П. Информационные технологии в туристической индустрии: Учебное пособие. М.: Дашков и К, 2014

4. Информационные технологии в экономике и управлении: учебник / Под ред. проф. В.В.Трофимова. – М.: Издательство Юрайт; ИД Юрайт, 2013

5. Дурович А.П. Реклама в туризме: Учебное пособие . - 5-е изд., перераб. и доп. - М.: ИНФРА-М, 2010. - 158 с.

### ***ОПК-2 - способность к разработке туристского продукта***

1. Деятельность туроператора и турагента, их основные отличия.

2. Основные понятия предпринимательской деятельности в туризме: «туристский продукт», «тур», «туристский пакет», «туристский ваучер», «виза», «стандарт обслуживания», потребитель туристских услуг, поставщики туристских услуг

3. Основные составляющие турпакета

4. Потребительские свойства турпродукта

5. Методы продвижения туристского продукта.

#### *Рекомендуемая литература*

1. Алексеева Н.П. Tourismus. Туризм. - М. : Флинта, 2012, 336 с., <http://ibooks.ru/>

2. Биржаков М.Б. Введение в туризм. Издание 10-е, переработанное и дополненное. – СПб.: Издательский дом Герда, Изд-во Невский Фонд, 2014.

3. Дурович А.П. Реклама в туризме: Учебное пособие . - 5-е изд., перераб. и доп. - М.: ИНФРА-М, 2010. - 158 с.

4. Дурович А.П. Маркетинг в туризме. - Минск, 2010.

5. Экономика и управление туристской деятельностью : учеб. пособие : в 2 ч. / [А.В.Воловода и др. ; под общ. ред. Г.А.Карповой, Л.В.Хоревой]. - Санкт-Петербург : Изд-во СПбГУЭФ, 2011. - Ч. 1 -268 с., Ч. 2.

6. Кострюкова О.Н. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме: Учебное пособие/СПбГИЭУ.-СПб.:СПбГИЭУ,2011.

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

### ***ПК-4 - способность организовывать работу исполнителей, принимать решение в организации туристской деятельности, в том числе с учетом социальной политики государства***

1. Взаимоотношение государства и бизнеса в реализации программ развития туризма.

2. Государственно-частное партнерство в туризме

3. Особенности менеджмента на предприятиях туризма: цели, задачи, функции
4. Роль работников индустрии туризма в формировании лояльности клиентов

*Рекомендуемая литература*

1. Баумгартен Л.В., Красноженова Г.Ф. Корпоративная культура и управление персоналом в туризме: теория и практика: Учеб. пособие. – М.: Вузовский учебник, ИНФРА-М, 2012.
2. Лянцевич М. Внутренний маркетинг и качество в сфере услуг. // <http://www.manage.ru/marketing/intmark.shtml>.
3. Менеджмент в туризме: Учебное пособие / С.С. Скобкин. - М.: Магистр: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 448 с.:

***ПК-5 - способность рассчитать и проанализировать затраты деятельности предприятия туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, обосновать управленческое решение***

1. Понятие эффективности деятельности предприятия.
2. Источники финансирования инвестиционных проектов
3. Основные показатели финансовой деятельности туристского предприятия: доходы, расходы, прибыль, себестоимость, рентабельность.
4. Показатели экономической (коммерческой) эффективности
5. Природа рисков и их влияние на туристскую деятельность.

**Внешние и внутренние риски**

*Рекомендуемая литература*

1. Боголюбов В.С. Экономика туризма: учебное пособие. – М.: Академия, 2011.
2. Боголюбов В.С. Экономическая оценка инвестиций в развитие туризма : учеб. пособие для студ. высш. проф. учеб. заведений / В.С.Боголюбов, С.А. Быстров, С.А.Боголюбова. - М.: Издательский центр «Академия», 2009

***ПК-6 - способность находить, анализировать и обрабатывать научно-техническую информацию в области туристской деятельности***

1. Основные туристские регионы мира и России
2. Роль маркетинговых исследований в туризме.
3. Система маркетинговой информации.

*Рекомендуемая литература*

1. Лукьянова Н.С. География туризма: туристские регионы мира и России. Практикум: Учебное пособие .-М.: Кнорус, 2010 .
2. Маркетинг в туризме: Учебник / Ю.Н. Абабков, М.Ю. Абабкова, И.Г. Филиппова; Под ред. проф. Е.И. Богданова. - М.: ИНФРА-М, 2011. - 214 с. ЭБС «Знаниум»: [www.znaniium.com](http://www.znaniium.com);

3. Дурович А.П. Маркетинговые исследования в туризме: учебное пособие. – СПб.: Питер, 2008.

4. Маркетинговые коммуникации: Учебник, 5-е изд. / Синяева И.М., Земляк С.В., Синяев В.В.. - М. : ИТК «Дашков и К°», 2011

***ПК-7 - способность использовать методы мониторинга рынка туристских услуг***

1. Современное состояние мирового туристского рынка.
2. Туристский рынок, его функции, особенности спроса и предложения.
3. Основные критерии сегментации туристских рынков.
4. Понятие конкурентоспособности предприятия в туризме
5. Поведенческие особенности потребителя туристских услуг.

*Рекомендуемая литература*

1. Боголюбов В.С. Экономика туризма: учебное пособие. – М.: Академия, 2011.

2. Маркетинг в туризме: Учебник / Ю.Н. Абабков, М.Ю. Абабкова, И.Г. Филиппова; Под ред. проф. Е.И. Богданова. - М.: ИНФРА-М, 2011. - 214 с. ЭБС «Знаниум»: [www.znanium.com](http://www.znanium.com);

***ПК-9 - готовность к применению инновационных технологий в туристской деятельности и новых форм обслуживания потребителей и (или) туристов.***

1. Инновации в туризме: цели, особенности и виды
2. Франчайзинг как основной элемент коммерциализации технологий
3. Значение бенчмаркинга для поиска и внедрения инноваций в туризме

*Рекомендуемая литература*

1. Волошинова М.В., Мозокина С.Л., Хорева Л.В. Инновации в сфере социально-культурного сервиса и туризма: Учебное пособие. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2010.

2. Бунич Г. А. Туристический продукт и направления его инновации [Электронный ресурс] : Монография / Г. А. Бунич. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2011. ЭБС «Знаниум»: [www.znanium.com](http://www.znanium.com)

**Общий перечень вопросов  
ПО НАПРАВЛЕНИЮ «ТУРИЗМ»**

8. Периодизация развития международного туризма.

9. Значение туризма для личности, общества и государства
10. Критерии оценки вклада туризма в развитие экономики региона
11. Классификация основных факторов, влияющих на развитие туризма.
12. Туризм XXI века: современное состояние, новые тенденции, перспективы развития.
13. Рекреация: понятие, виды, функции
14. Сущность концепции устойчивого развития туризма
15. Сущность международного туризма и его основные социально-экономические категории («турист», «туризм», «туристская индустрия», «туристская услуга», «туристская инфраструктура», «экономика туризма», «туристическая деятельность», «внутренний туризм», «выездной туризм», «международный туризм» и др.).
16. Основные виды туристских ресурсов.
17. Понятие туристской дестинации, типы дестинаций.
18. Инфраструктура туризма и составляющие ее элементы
19. Основные типы и виды туризма.
20. Типология туристов.
21. Основные показатели туристской деятельности
22. Органы государственного регулирования индустрии гостеприимства и туризма в России: функции, область задач и значение
23. Всемирная туристская организации и направления ее деятельности
24. Основные положения ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»
25. Основные положения ГОСТ «Туристские услуги. Общие требования».
26. Характеристики туристской услуги.
27. Сущность, особенности, цели и виды туристских формальностей.
28. Шенгенское соглашение. Страны, входящие в зону Шенгенского соглашения
29. Источники информации для изучения туризма с позиции спроса и с позиции предложения
30. Методы получения информации о потребителях продукции индустрии туризма
31. Интернет в туристском бизнесе. Туристические порталы и серверы.
32. Перспективные направления использования Интернет в туристской индустрии
33. Информационные технологии поиска туристской информации
34. PR и рекламная деятельность в системе туристского бизнеса
35. Деятельность туроператора и турагента, их основные отличия.
36. Основные понятия предпринимательской деятельности в туризме: «туристский продукт», «тур», «туристский пакет», «туристский



ваучер», «виза», «стандарт обслуживания», потребитель туристских услуг, поставщики туристских услуг

37. Основные составляющие турпакета
  38. Потребительские свойства турпродукта
  39. Методы продвижения туристского продукта.
  40. Взаимоотношение государства и бизнеса в реализации программ развития туризма.
  41. Государственно-частное партнерство в туризме
  42. Особенности менеджмента на предприятиях туризма: цели, задачи, функции
  43. Роль работников индустрии туризма в формировании лояльности клиентов
  44. Понятие эффективности деятельности предприятия.
  45. Источники финансирования инвестиционных проектов
  46. Основные показатели финансовой деятельности туристского предприятия: доходы, расходы, прибыль, себестоимость, рентабельность.
  47. Показатели экономической (коммерческой) эффективности
  48. Природа рисков и их влияние на туристскую деятельность.
- Внешние и внутренние риски
49. Основные туристские регионы мира и России
  50. Роль маркетинговых исследований в туризме.
  51. Система маркетинговой информации.
  52. Современное состояние мирового туристского рынка.
  53. Туристский рынок, его функции, особенности спроса и предложения.
  54. Основные критерии сегментации туристских рынков.
  55. Понятие конкурентоспособности предприятия в туризме
  56. Поведенческие особенности потребителя туристских услуг.
  57. Инновации в туризме: цели, особенности и виды
  58. Франчайзинг как основной элемент коммерциализации технологий
  59. Значение бенчмаркинга для поиска и внедрения инноваций в туризме

#### *Рекомендуемая литература*

1. Алексеева Н.П. Tourismus. Туризм. - М. : Флинта, 2012, 336 с., <http://ibooks.ru/>
2. Баумгартен Л.В., Красноженова Г.Ф. Корпоративная культура и управление персоналом в туризме: теория и практика: Учеб. пособие. – М.: Вузовский учебник, ИНФРА-М, 2012.
3. Берёзовая Л.Г. История туризма и гостеприимства: учебник для академического бакалавриата / Л. Г. Берёзовая. – М.: Издательство Юрайт, 2014. – 477 с.

4. Биржаков М. Б. Статистика туризма : учебное пособие : [в 2 частях]. Ч.1 / М.Б.Биржаков, П.И.Марухнова. - Санкт-Петербург : Изд-во СПбГЭУ, 2014.
5. Биржаков М. Б. Статистика туризма : учебное пособие : [в 2 частях]. Ч. 2 / М.Б.Биржаков, П.И.Марухнова. - Санкт-Петербург : Изд-во СПбГЭУ, 2014.
6. Биржаков М.Б. Введение в туризм. Издание 10-е, переработанное и дополненное. – СПб.: Издательский дом Герда, Изд-во Невский Фонд, 2014.
7. Боголюбов В.С. Экономика туризма: учебное пособие. – М.: Академия, 2011.
8. Боголюбов В.С. Экономическая оценка инвестиций в развитие туризма : учеб. пособие для студ. высш. проф. учеб. заведений / В.С.Боголюбов, С.А. Быстров, С.А.Боголюбова. - М.: Издательский центр «Академия», 2009
9. Бунич Г. А. Туристический продукт и направления его инновации [Электронный ресурс] : Монография / Г. А. Бунич. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2011. ЭБС «Знаниум»: [www.znanium.com](http://www.znanium.com)
10. Волошинова М.В., Мозокина С.Л., Хорева Л.В. Инновации в сфере социально-культурного сервиса и туризма: Учебное пособие. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2010.
11. Дурович А.П. Реклама в туризме: Учебное пособие . - 5-е изд., перераб. и доп. - М.: ИНФРА-М, 2010. - 158 с.
12. Дурович А.П. Маркетинг в туризме. - Минск, 2010.
13. Дурович А.П. Маркетинговые исследования в туризме: учебное пособие. – СПб.: Питер, 2008.
14. Есаулова С. П. Информационные технологии в туристической индустрии: Учебное пособие. М.: Дашков и К, 2014
15. Информационные технологии в экономике и управлении: учебник / Под ред. проф. В.В.Трофимова. – М.: Издательство Юрайт; ИД Юрайт, 2013
16. Кострюкова О.Н. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме: Учебное пособие/СПбГИЭУ.-СПб.:СПбГИЭУ,2011.-159 с.
17. Лайко М.Ю., Дедусенко Е.А. Регулирование индустрии гостеприимства и туризма: учебное пособие. – М.: РЭА им. Г.В. Плеханова, 2010. – 80 с.
18. Лукьянова Н.С. География туризма: туристские регионы мира и России. Практикум: Учебное пособие .-М.: Кнорус, 2010 .
19. Лянцевич М. Внутренний маркетинг и качество в сфере услуг. // <http://www.manage.ru/marketing/intmark.shtml>.
20. Маркетинг в туризме: Учебник / Ю.Н. Абабков, М.Ю. Абабкова, И.Г. Филиппова; Под ред. проф. Е.И. Богданова. - М.: ИНФРА-М, 2011. - 214 с. ЭБС «Знаниум»: [www.znanium.com](http://www.znanium.com);

21. Маркетинговые коммуникации: Учебник, 5-е изд. / Синяева И.М., Земляк С.В., Синяев В.В.. - М. : ИТК «Дашков и К°», 2011
22. Менеджмент в туризме: Учебное пособие / С.С. Скобкин. - М.: Магистр: НИЦ ИНФРА-М, 2013.
23. Об основах туристской деятельности в Российской Федерации: ФЗ от 24.11.1996 № 132-ФЗ (в ред.)
24. Основы туризма: учебник / коллектив авторов; под ред. Е.Л. Писаревского. — М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. — 384 с.
25. Скобкин С. С. Экономика предприятия в индустрии гостеприимства и туризма (ИГиТ): учеб. пособие. - М.: Магистр, 2009.
26. Управление индустрией туризма. Лучший опыт деятельности национальных организаций и агентств по туризму: пер. с англ./ Дж. Дж. Леннон, Х. Смит, Н. Кокерелл, Дж. Трю. - М.: ООО «Группа ИТД», 2012. - 272 с.
27. Усыскин Г.С. Очерки истории российского туризма. – 2-е изд., перераб. и доп. – СПб.: «Издательский дом Герда», 2007. – 208 с.
28. Экономика и управление туристской деятельностью : учеб. пособие : в 2 ч. / [А.В.Воловода и др. ; под общ. ред. Г.А.Карповой, Л.В.Хоревой]. - Санкт-Петербург : Изд-во СПбГУЭФ, 2011. - Ч. 1 -268 с., Ч. 2 - 135 с.
29. [www.russiutourism.ru](http://www.russiutourism.ru)

### Образец вступительного теста

Правильные, по Вашему мнению, ответы отметьте в тексте теста, обведя в кружок соответствующую букву правильного варианта ответа.

1. Определите, в каких случаях речь идет о туристах:
  - а) профессор А. из Санкт-Петербурга провел неделю в своем загородном доме-даче
  - б) житель г.Н, отправляясь за покупками, попутно посетил исторический музей
  - в) госпожа Н, проживающая в Минске, отправляется на конференцию в Санкт-Петербург.
2. Туристские ресурсы – это:
  - а) совокупность природных и искусственно созданных человеком объектов, пригодных для обеспечения условий удовлетворения потребностей населения в активном отдыхе;
  - б) природно-климатические, социо-культурные, исторические, архитектурные и археологические, научные и промышленные, зрелищные, культовые и иные объекты или явления, способные удовлетворить духовные потребности туристов, содействовать восстановлению и развитию их физических сил;
  - в) совокупность памятников и достопримечательностей, которые составляют основной объект интереса туристов на данной территории.
3. Туризм в соответствии с общероссийским классификатором отраслей народного хозяйства является:
  - а) самостоятельной отраслью
  - б) входит в состав производственной сферы
  - в) частью рекреации
4. Социальная составляющая роли туризма в жизни общества выражается через увеличение:
  - а) занятости населения в сфере туризма
  - б) экологической нагрузки

- в) рождаемости
- 5. Сумма расходов на товары и услуги, приобретенные во время путешествия – это ... затраты
  - а) туристские
  - б) транзитные
  - в) общие
- 6. Дополнительные туристские услуги:
  - а) транспортировка туристов
  - б) размещение туристов
  - в) экскурсии
  - г) питание туристов
  - д) развлечения
- 7. Формы продвижения туристского продукта на туристских выставках:
  - а) реклама
  - б) PR
  - в) сегментирование
  - г) маркетинговые исследования
  - д) дифференцированное ценообразование
- 8. Совокупность предприятий и организаций, деятельность которых направлена на производство туристских услуг – это:
  - а) туристский комплекс
  - б) туристская индустрия
  - в) сфера туризма
- 9. Совокупность видов деятельности, обеспечивающих туристам различные удобства при покупке и потреблении услуг и товаров во время путешествия и пребывания вне постоянного места жительства – это:
  - а) туристское обслуживание
  - б) туристская индустрия
  - в) туристский продукт
- 10. Критерий классификации туризма на внутренний, международный, национальный и туризм в пределах страны:
  - а) цель путешествия
  - б) национальная принадлежность
  - в) состав группы
- 11. Россия имеет туристский баланс:
  - а) пассивный
  - б) отрицательный
  - в) положительный
- 12. Принято считать, что благодаря эффекту мультипликатора для каждой страны предпочтителен туризм:
  - а) выездной
  - б) въездной
  - в) региональный
- 13. Совокупность природных и искусственно созданных человеком объектов, пригодных для обеспечения условий удовлетворения потребностей населения в активном отдыхе – это ... ресурсы
  - а) туристские
  - б) рекреационные
  - в) природные

14. Основные туристские услуги:
- а) оформление виз
  - б) услуги по страхованию
  - в) размещение туристов
  - г) экскурсии
  - д) питание туристов
15. Отличительные особенности спроса в туризме:
- а) разнообразие участников тура
  - б) постепенное уменьшение во времени
  - в) всегда превышает спрос
  - г) зависимость от некоторых иррациональных факторов
  - д) отдаленность по времени и месту от туристского потребления
16. Объектами культурного наследия являются:
- а) экологически чистые зоны;
  - б) музеи, театры, выставочные залы;
  - в) водные ресурсы.
17. Рыночная структура, где действует большое число продавцов и покупателей стандартизированной продукции:
- а) чистая монополия;
  - б) совершенная конкуренция;
  - в) олигополия.
18. Особенность туристской услуги:
- а) неосвязаема;
  - б) потребляется по мере необходимости;
  - в) возможность складирования.
19. Основной показатель финансово-экономической деятельности туристского предприятия:
- а) сумма туристских расходов;
  - б) мощность коечного фонда гостиниц региона;
  - в) выручка от реализации туристского продукта.
20. Основные правила туристского обслуживания изложены в
- а) Федеральном законе «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»;
  - б) Гражданском кодексе РФ;
  - в) Законе РФ «О защите прав потребителей».
21. Многоотраслевой комплекс занимающийся производством туристского продукта
- а) туристская зона;
  - б) рекреация;
  - в) индустрия туризма.
22. В состав туристской индустрии НЕ включаются:
- а) экскурсионные бюро;
  - б) предприятия сферы досуга и развлечений;
  - в) финансовые организации.
23. ... тур формируется на индивидуальной основе с учетом персональных запросов и пожеланий клиентов:
- а) Эксклюзив;
  - б) Пэкидж;
  - в) Инсентив.
24. Потребителями туристских услуг являются:
- а) туристы;
  - б) гостиницы;
  - в) турагенты.
25. Самым крупным портом Европы является:
- а) Роттердам;
  - б) Хельсинки;
  - в) Санкт-Петербург.
26. Найдите ошибку расположения страны в части света:
- а) Франция - Европа;
  - б) Португалия - Америка;

- в) Япония - Азия.
27. Экономическая эффективность туристского предприятия определяется:
- а) доходами от реализации туристских путевок;
  - б) прибылью;
  - в) рентабельностью.
28. Главная цель управления туристской фирмой:
- а) социальное развитие трудового коллектива;
  - б) снижение расходов фирмы;
  - в) повышение эффекта и эффективности фирмы.
29. Структуру управления туристской фирмой устанавливает:
- а) уполномоченные государством на это органы;
  - б) местные органы власти;
  - в) самостоятельно руководство фирмы.
30. ... исследования позволяют туристскому предприятию оценить свои рыночные возможности и выбрать рациональные направления деятельности
- а) научные
  - б) маркетинговые
  - в) логистические