

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

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

**Программа
вступительного экзамена (прием 2020 года)
по программам подготовки магистров
направление 43.04.02 Туризм**

№	Основная образовательная программа магистратуры	Формы обучения		Прием проводится
		Очная	Заочная	
1.	Организация управления туристскими дестинациями	Имеется Б/Д	нет	На программу
2.	Управление бизнес-процессами в индустрии туризма	Имеется Б/Д	Имеется Б/Д	На программу

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ЭКЗАМЕНА

Наименование оценочных средств	Критерии		Количество баллов
Письменный тест (закрытые вопросы)	Уровень овладения соискателем программ магистратуры направления <i>43.04.02 Туризм</i> 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. Биржаков М.Б. Введение в туризм. Издание 10-е, переработанное и дополненное. – СПб.: Издательский дом Герда, Изд-во Невский Фонд, 2014.
2. Боголюбов В.С. Экономика туризма: учебное пособие. – М.: Академия, 2011.

3. Долженко Г. П. История туризма: учебник для академического бакалавриата / Г. П. Долженко, Ю. С. Путрик, А. И. Черевкова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 227 с.

4. Основы туризма: учебник / коллектив авторов; под ред. Е.Л. Писаревского. — М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. — 384 с.

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. Морозов М. А. Экономика организации туризма: учебник для академического бакалавриата / М. А. Морозов, Н. С. Морозова. — 5-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 291 с.

3. Скобкин С.С. Экономика предприятия в индустрии гостеприимства и туризма: учебник и практикум для академического бакалавриата / С.С. Скобкин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 373 с.

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. Золотовский, В. А. Правовое регулирование в сфере туризма: учебное пособие для вузов / В. А. Золотовский, Н. Я. Золотовская. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 247 с.
4. 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 туристической индустрии
3. Информационные технологии поиска туристской информации
4. PR и рекламная деятельность в системе туристского бизнеса

Рекомендуемая литература

1. Ветитнев, А. М. Информационные технологии в туристской индустрии: учебник для академического бакалавриата / А. М. Ветитнев, В. В. Коваленко, В. В. Коваленко. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 340 с
2. Есаулова С. П. Информационные технологии в туристической индустрии: Учебное пособие. М.: Дашков и К, 2014

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

2. Скобкин, С. С. Маркетинг и продажи в гостиничном бизнесе: учебник для академического бакалавриата / С. С. Скобкин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 197 с. Дурович А.П. Маркетинг в туризме. - Минск, 2010.

3. 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.

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. Туристско-рекреационное проектирование. Оценка инвестиций : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. С. Боголюбов, С. А. Быстров, С. А. Боголюбова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2018. — 256 с.

2. Боголюбов, В. С. Финансовый менеджмент в туризме и гостиничном хозяйстве : учебник для академического бакалавриата / В. С. Боголюбов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 293 с.

3. Морозов, М. А. Экономика организации туризма: учебник для академического бакалавриата / М. А. Морозов, Н. С. Морозова. — 5-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 291 с.

4. Скобкин, С. С. Экономика предприятия в индустрии гостеприимства и туризма : учебник и практикум для академического бакалавриата / С. С. Скобкин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 373 с.

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. Джанджугазова, Е. А. Маркетинг туристских территорий: учебное пособие для академического бакалавриата / Е. А. Джанджугазова. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 208 с.

2. Джанджугазова, Е. А. Маркетинговые технологии в туризме: маркетинг туристских территорий: учебное пособие для среднего профессионального образования / Е. А. Джанджугазова. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 208 с.

3. Лукьянова Н.С. География туризма: туристские регионы мира и России. Практикум: Учебное пособие .-М.: Кнорус, 2010 .

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. Морозов, М. А. Экономика организации туризма: учебник для академического бакалавриата / М. А. Морозов, Н. С. Морозова. — 5-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 291 с.

2. Джанджугазова, Е. А. Маркетинг туристских территорий: учебное пособие для академического бакалавриата / Е. А. Джанджугазова. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 208 с.

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. Джанджугазова, Е. А. Маркетинговые технологии в туризме: маркетинг туристских территорий: учебное пособие для среднего профессионального образования / Е. А. Джанджугазова. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 208 с.

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

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. 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. Берёзовая Л.Г. История туризма и гостеприимства: учебник для академического бакалавриата / Л. Г. Берёзовая. – М.: Издательство Юрайт, 2014. – 477 с.
3. Биржаков М.Б. Введение в туризм. Издание 10-е, переработанное и дополненное. – СПб.: Издательский дом Герда, Изд-во Невский Фонд, 2014.
4. Боголюбов В.С. Экономика туризма: учебное пособие. – М.: Академия, 2011.
5. Боголюбов, В. С. Туристско-рекреационное проектирование. Оценка инвестиций: учебник и практикум для академического бакалавриата / В. С. Боголюбов, С. А. Быстров, С. А. Боголюбова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2018. — 256 с.;
6. Боголюбов, В. С. Финансовый менеджмент в туризме и гостиничном хозяйстве : учебник для академического бакалавриата / В. С. Боголюбов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 293 с.
7. Бугорский, В. П. Правовое и нормативное регулирование в индустрии гостеприимства : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. П. Бугорский. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 165 с
8. 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

9. Ветитнев, А. М. Информационные технологии в туристской индустрии : учебник для академического бакалавриата / А. М. Ветитнев, В. В. Коваленко, В. В. Коваленко. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 340 с

10. Восколович, Н. А. Маркетинг туристских услуг : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Н. А. Восколович. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 191 с.

11. Джанджугазова, Е. А. Маркетинг туристских территорий : учебное пособие для академического бакалавриата / Е. А. Джанджугазова. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 208 с.

12. Долженко, Г. П. История туризма: учебник для академического бакалавриата / Г. П. Долженко, Ю. С. Путрик, А. И. Черевкова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 227 с

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

14. Золотовский, В. А. Правовое регулирование в сфере туризма : учебное пособие для вузов / В. А. Золотовский, Н. Я. Золотовская. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 247 с.

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

16. Лукьянова Н.С. География туризма: туристские регионы мира и России. Практикум: Учебное пособие .-М.: Кнорус, 2010 .

17. Лянцевич М. Внутренний маркетинг и качество в сфере услуг. // <http://www.manage.ru/marketing/intmark.shtml>.

18. 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;

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

20. Морозов, М. А. Экономика организации туризма : учебник для академического бакалавриата / М. А. Морозов, Н. С. Морозова. — 5-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 291 с.

21. Об основах туристской деятельности в Российской Федерации: ФЗ от 24.11.1996 № 132-ФЗ (в ред.)

22. Основы туризма: учебник / коллектив авторов; под ред. Е.Л. Писаревского. — М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. — 384 с.

23. Скобкин, С. С. Маркетинг и продажи в гостиничном бизнесе : учебник для академического бакалавриата / С. С. Скобкин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 197 с.

24. www.russiutourism.ru

Образец вступительного теста

Междисциплинарный тест вступительного экзамена в магистратуру СПбГЭУ по направлению 43.04.02 Туризм

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