

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

«УТВЕРЖДАЮ»

председатель приемной комиссии СПбГЭУ,
ректор Университета
д.э.н. профессор



Максимцев И.А.

ПРОГРАММА
междисциплинарного экзамена (прием 2024 года)
по программам подготовки магистров

43.04.01 Сервис, 43.04.02 Туризм, 43.04.03 Гостиничное дело
ОПОП Управление бизнесом в сервисной экономике
ОПОП Организация управления туристскими дестинациями
ОПОП Управление бизнес-процессами в индустрии туризма
ОПОП Стратегическое управление предприятием индустрии гостеприимства

Тематики программы вступительных испытаний соответствуют цели и задачам экзамена: выявить уровень овладения соискателем программ магистратуры У крупнённой группы специальностей 43.04.00 - Сервис и туризм универсальными и общепрофессиональными компетенциями, а также определить степень готовности абитуриента к обучению в магистратуре.

Тестовые задания содержательно охватывают основные компетенции по указанной УГС и включают следующие темы:

ВОПРОСЫ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОМУ ЭКЗАМЕНУ

1. Теоретические основы сервисной деятельности: понятия и особенности предоставления услуг в различных отраслях и сферах, в том числе в сфере туризма и в индустрии гостеприимства
2. Сервисная деятельность как составная часть культуры человеческого общества. Сервисная деятельность как форма удовлетворения человеческих потребностей
3. Значение туризма для развития личности, общества и государства
4. Гостеприимство как социально-культурный феномен
5. Сервисная деятельность, ее сущность и роль в рыночной экономике
6. Туризм как сфера экономической деятельности
7. Место и роль гостиничного бизнеса в индустрии гостеприимства
8. Рынок услуг и его виды, анализ тенденций развития современных рынков
9. Туристский рынок, его функции, особенности спроса и предложения
10. Дифференциация и выбор целевого рынка для предприятия гостиничной индустрии. Стратегии позиционирования
11. Виды и особенности спроса в сфере сервиса, туризма и в индустрии гостеприимства
12. Поведенческие особенности потребителя различных видов услуг (туристских, гостиничных, бытовых, социокультурных и др.)
13. Специфика менеджмента в сфере сервиса, туризма и индустрии гостеприимства
14. Общая характеристика услуг как товара: свойства, виды услуг в сфере сервиса, туризма и гостиничного бизнеса.
15. Ассортимент основных и дополнительных услуг в сфере сервиса, туризма и гостиничного бизнеса

16. Основные понятия экономики предприятия сферы сервиса, туризма и гостеприимства: доходы, расходы, прибыль, себестоимость, рентабельность
17. Основы управления доходами предприятий сферы сервиса, туризма и гостиничного бизнеса: особенности и характеристика
18. Ценовая политика организаций сервиса, туризма и гостиничного бизнеса
19. Конкуренция и конкурентоспособность предприятий сервиса, туризма и гостиничного бизнеса
20. Стратегия и тактика маркетинга предприятий сферы услуг (сферы сервиса, туризма и гостеприимства)
21. Роль маркетинговых исследований в сфере сервиса, туризма и гостеприимства: объекты, направления, методы
22. Цели сегментирования рынка услуг. Основные критерии сегментации рынков в сфере сервиса, туризма и гостиничного бизнеса
23. Система маркетинговой информации в сфере сервиса, туризма и в индустрии гостеприимства, ее особенности
24. Профессиональная этика и этикет сотрудников предприятий сервиса, туризма и гостеприимства: сущность, особенности и правила
25. Особенности, преимущества и недостатки франчайзинга в сфере сервиса, туризма и в гостиничном бизнесе.
26. Реклама и PR в комплексе маркетинговых коммуникаций предприятий сферы сервиса, туризма и гостиничного бизнеса
27. Методы продвижения сервисного, туристского и гостиничного продукта на рынок
28. Сущность и особенности системы управления персоналом на предприятиях сферы сервиса, туризма и гостиничного бизнеса
29. Риски предприятий сферы услуг и пути их снижения. Природа рисков и их влияние на деятельность предприятий сервиса, туризма и гостеприимства
30. Инновации в сфере сервиса, туризма и индустрии гостеприимства: цели, особенности и виды
31. Особенности развития предпринимательства в сфере сервиса, туризма и гостиничного бизнеса: понятие, проблемы и перспективы
32. Особенности клиентоориентированного менеджмента как условие эффективности современной организации сферы сервиса, туризма и гостиничного бизнеса.
33. Организационно-правовые формы предприятий различных отраслей сферы услуг
34. Формы и системы оплаты труда в сфере сервиса, туризма и гостиничного дела

35. Роль инвестиций в развитии сферы сервиса, туризма и гостиничного бизнеса
36. Информационно-телекоммуникационные технологии и цифровизация сервисной, туристской деятельности и деятельности в сфере гостиничного бизнеса
37. Основные положения ГОСТ «Услуги населению. Термины и определения»
38. Типы потребления в различные исторические периоды развития общества. Закон возвышения потребностей. Классификация потребностей, особенности в различных отраслях сферы услуг
39. Процесс обслуживания потребителей, его основные формы, методы и правила. Особенности обслуживания потребителей в контактной и бесконтактной зонах
40. Органы государственного регулирования индустрии туризма и гостеприимства в России: функции, область задач и значение. Взаимоотношение государства и бизнеса в реализации программ развития туризма и гостеприимства
41. Система управления качеством услуг и стандарты ISO
42. Основные типы и виды туризма, подходы к классификации
43. Основные виды туристских ресурсов. Инфраструктура туризма и составляющие ее элементы
44. Деятельность туроператора и турагента, их функции и основные отличия
45. Сущность международного туризма и его основные социально-экономические категории
46. Нормативно-правовое регулирование туристской деятельности
47. Понятие туристской дестинации, типы дестинаций. Основные туристские регионы мира и России
48. Основные термины и определения гостеприимства, классификация средств размещения Всемирной туристской организации. Нормативные документы по классификации средств размещения в РФ: их характеристика.
49. Основные виды систем бронирования гостиничных услуг и их основные функциональные особенности.
50. Понятие и особенности функционирования сетевых гостиничных предприятий. Понятие и особенности функционирования независимых гостиничных предприятий.
51. Специфика организации безопасности на гостиничном предприятии
52. Технологический цикл гостиничного обслуживания. Характеристика подразделений гостиничного предприятия
53. Требования гостиниц к АСУ и факторы выбора систем управления

СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ

Нормативно-правовые акты

1. Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24.11.1996 N 132-ФЗ (последняя редакция).
2. ГОСТ Р 50646-2012 Услуги населению. Термины и определения. Дата введения 0101.2014.
3. ГОСТ Р ИСО 14001-2016. Системы экологического менеджмента. Требования и руководство по применению. Взамен ГОСТ Р ИСО 14001-2017; введ. 2017-03-01. – М.: Стандартиформ, 2018.
4. Постановление Правительства РФ от 18 ноября 2020 г. N 1853 «Об утверждении Правил предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации».
5. Постановление Правительства РФ от 18 ноября 2020 г. № 1860 «Об утверждении Положения о классификации гостиниц».
6. Указ Президента РФ от 8 августа 2023 г. N 588 “О совершенствовании государственного управления в сфере туризма и туристской деятельности”

Учебники и учебные пособия

1. Баумгартен Л. В. Маркетинг гостиничного предприятия: учебник для вузов / Л. В. Баумгартен. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 339 с.
2. Боголюбова С. А. Виды и тенденции развития туризма: учебное пособие для вузов / С. А. Боголюбова. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 231 с.
3. Боголюбов В. С. Финансовый менеджмент в туризме и гостиничном хозяйстве: учебник для вузов / В. С. Боголюбов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 293 с.
4. Бражников М. А. Сервисология: учебное пособие для вузов / М. А. Бражников. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 144 с.
5. Бугорский В. П. Правовое и нормативное регулирование в индустрии гостеприимства: учебник и практикум для вузов / В. П. Бугорский. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 165 с.
6. Бураковская Н. В. Обслуживание в гостиничном комплексе особых категорий клиентов: учебное пособие для вузов / Н. В. Бураковская,

- О. В. Лукина, Ю. Р. Солодовникова. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2022; Омск: Изд-во ОмГТУ. — 98 с.
7. Быстров С. А. Организация гостиничного дела: учебное пособие / С.А. Быстров. — М.: ФОРУМ : ИНФРА-М, 2021. — 432 с.
 8. Вакуленко Р. Я. Управление гостиничным предприятием: учебное пособие / Р. Я. Вакуленко Е. А. Кочкурова. — М.: Университетская книга; Логос, 2020. — 320 с.
 9. Ветитнев А. М. Информационные технологии в туристской индустрии : учебник для вузов / А. М. Ветитнев, В. В. Коваленко, В. В. Коваленко. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 340 с.
 10. Виноградова С. А. Организация и планирование деятельности предприятий сервиса: учебное пособие для бакалавров / С. А. Виноградова, Н. В. Сорокина, Т. С. Жданова. М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2019. ЭБС IPR BOOKS.
 11. Восколович Н. А. Экономика платных услуг: учебник и практикум для вузов / Н. А. Восколович. — 4-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 441 с
 12. Вотинцева Н. А. Правовое обеспечение гостиничной деятельности: учебное пособие / Н. А. Вотинцева. — Москва: РИОР: ИНФРА-М, 2020. — 299 с.
 13. Гостиничное дело: учебное пособие / И. Ф. Игнатьева, И. Н. Чурилина, Т. Ю. Анисимов [и др.]; Российский государственный педагогический университет им. А. И. Герцена. — СПб.: Российский государственный педагогический университет им. А. И. Герцена, 2020. — 300 с.
 14. Гостиничный менеджмент: учебное пособие / Н.В. Дмитриева, Н.А. Зайцева, С.В. Огнева, Р.Н. Ушаков; под ред. Н.А. Зайцевой. — М.: ИНФРА-М, 2020. — 352 с.
 15. Гукова О.Н. Организация и планирование деятельности предприятий сферы сервиса Учебное пособие / Академия труда и социальных отношений. М.: Издательство «ФОРУМ», 2019. ЭБС ZNANIUMISBN.
 16. Джанджугазова Е. А. Маркетинг туристских территорий: учебное пособие для вузов / Е. А. Джанджугазова. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 208 с.
 17. Золотовский В. А. Правовое регулирование в сфере туризма : учебное пособие для вузов / В. А. Золотовский, Н. Я. Золотовская. — М.: Издательство Юрайт, 2019. — 247 с.
 18. Курочкина А. Ю. Управление качеством услуг: учебник и практикум для вузов / А. Ю. Курочкина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 172 с.
 19. Кобяк М. В. Управление качеством гостиничного предприятия : учебник

- для вузов / М. В. Кобяк, С. С. Скобкин; под редакцией С. С. Скобкина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 502 с.
20. Карпова Г.А., Песоцкая, Е.В., Гришин, С.Ю. Ткачев, В.А. Управление туристскими детонациями на принципах кластеризации: монография/ Г.А. Карпова., Е.В. Песоцкая, С.Ю. Гришин, В.А. Ткачев – СПб.: Издательство: СПбГЭУ, 2017. - 153 с.
 21. Морозов М. А. Экономика туризма: учебник для среднего профессионального образования / М. А. Морозов, Н. С. Морозова. — 6-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 304 с.
 22. Мотышина М. С. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме: учебник для вузов / М. С. Мотышина, А. С. Большаков, В. И. Михайлов; под редакцией М. С. Мотышиной. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 282 с
 23. Основы функционирования систем сервиса: учебник для вузов / М. Е. Ставровский [и др.]; под редакцией М. Е. Ставровского. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 190 с.
 24. Скобкин С. С. Маркетинг и продажи в гостиничном бизнесе: учебник для вузов / С. С. Скобкин. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 212 с.
 25. Скобкин С. С. Экономика предприятия в индустрии гостеприимства и туризма: учебник и практикум для вузов / С. С. Скобкин. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 314 с.
 26. Стахова Л. В. Основы туризма: учебник для вузов / Л. В. Стахова. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 327 с.
 27. Тимохина Т. Л. Технологии гостиничной деятельности: теория и практика: учебник для вузов / Т. Л. Тимохина. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 300 с.
 28. Турчаева И. Н. Финансовая среда предпринимательства и предпринимательские риски: учебник и практикум для вузов / И. Н. Турчаева, Я. Ю. Таенчук. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 215 с.
 29. Ушаков, Р. Н. Организация гостиничного дела: обеспечение безопасности: учебное пособие / Р.Н. Ушаков, Н.Л. Авилова. – М.: ИНФРА-М, 2021. – 136 с.
 30. Черников В. Г. Сервисология : учебное пособие для вузов / В. Г. Черников. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 252 с.
 31. Чуваткин П. П. Управление персоналом гостиничных предприятий: учебник для вузов / П. П. Чуваткин, С. А. Горбатов; под редакцией

- П. П. Чуваткина. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 280 с.
32. Шанаурина Ю. В. Нормативно-правовое регулирование в гостиничном сервисе: учебное пособие / Ю. В. Шанаурина. — 2-е изд., стер. — М.: ФЛИНТА, 2020. — 254 с.
33. Экономика туризма: учебник / М.А. Морозов, Н.С. Морозова, Г.А. Карпова, Л.В. Хорева. - 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Федеральное агентство по туризму, 2017. - 364с. URL: https://edu.russia.travel/upload/books/2017/ENkonomika_turizma.pdf

Электронные ресурсы:

ЗНАНИУМ ЭБС - образовательные ресурсы по профилю вуза на базе Научноиздательского центра «ИНФРА-М». URL: www.znanium.com

АЙБУКС - ЭБС - образовательные ресурсы по профилю вуза на базе издательств «Питер» и «БХВ-Питер». URL: www.ibooks.ru

Официальный сайт ЮНВТО. URL: www.world-tourism.org.

Образец вступительного теста
Междисциплинарный тест вступительного экзамена в магистратуру СПбГЭУ по
УГС 43.04.00 - Сервис и туризм

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

В каждом вопросе из четырех альтернатив может быть только один правильный ответ

1. Для общества потребления характерно прежде всего:

- а) усиление роли услуг в социальной и экономической сферах общественной жизни
- б) постоянное стремление к новому производству нестандартных товаров
- в) массовое потребление благ и формирование соответствующей системы ценностей и установок
- г) развитие информационных технологий

2. Модели поведения потребителей - это:

- а) последовательный выбор потребителем типа поведения на рынке товаров и услуг
- б) решение задачи по оптимизации процесса покупки товара в условиях неопределенности
- в) общие, связанные между собой, принципы поведения потребителя на рынке, которые базируются, прежде всего, на законе убывающей предельной полезности
- г) определение спроса на услуги путем маркетингового исследования

3. Локальное пространство, где исполнитель услуги взаимодействует с потребителем, это:

- а) контактная зона
- б) зал ожидания
- в) комната для посетителей
- г) сервисное пространство

4. Сервисная деятельность — это вид деятельности, направленный на:

- а) формирование у человека новых профессиональных навыков
- б) повышение уровня социального обеспечения населения
- в) повышение стабильности деятельности предприятий
- г) удовлетворение потребностей людей путем оказания услуг

5. Иерархия потребностей предстаёт в виде пирамиды из пяти ступеней, выберите базовую потребность:

- а) потребность в самореализации (самоутверждении)
- б) потребность в любви (принадлежности кому-либо)
- в) потребность в уважении
- г) физиологические потребности

6. Согласно ГОСТ Р 50646-2012 «Услуги населению. Термины и определения», договор оказания [предоставления] услуг - это:

- а) соглашение о предоставлении услуги неограниченному числу потребителей
- б) документально оформленное соглашение между потребителем и исполнителем услуг определяющее юридические, экономические и технические отношения сторон
- в) описание технологического процесса оказания конкретной услуги
- г) соглашение между потребителем и исполнителем услуги в устной или иной форме, в соответствии с которым исполнитель услуг принимает на себя обязательства оказать услугу

7. Повысить качество предоставляемой услуги (которая по определению является «неосязаемой») можно следующими способами:

- а) усиления рекламы бренда
- б) участия потребителя в производстве услуги
- в) расширения договорных отношений с партнерами
- г) предоставления клиентам информации о предыдущем опыте в виде отзывов, рекламных буклетов, визуализации услуги

8. Демографическая сегментация рынка - это сегментация по:

- а) географии проживания
- б) стилям жизни
- в) социальному статусу
- г) признаку пола и возраста

9. В чем состоит основная цель функционирования предприятия сервиса, туризма и гостеприимства в рыночных условиях:

- а) получение прибыли и ее максимизация
- б) повышение заработной платы работников
- в) создание комфортной сервисной среды для отдельных групп потребителей
- г) максимальное удовлетворение общественных потребностей

10. Контроль качества это:

- а) одно из важнейших технологических звеньев производственного процесса, обеспечивающих качество продукции
- б) распорядительные мероприятия, осуществляющиеся для исполнения директив
- в) ограничения, связанные со стандартизацией большинства элементов изделия
- г) описание системы для управления изделиями и процессами

11. Какой из элементов не лежит в основе ценовой стратегии:

- а) ценовая политика конкурентов
- б) инновационная политика компании
- в) ценообразование на основе затрат
- г) ценообразование на основе ценности продукции для потребителя

12. Для сдельной формы оплаты труда в сфере услуг характерна оплата труда в соответствии с:

- а) количеством изготовленной продукции
- б) количеством оказанных услуг
- в) количеством отработанного времени
- г) суммой полученного дохода

13. Укажите элемент, который не входит в основные функции менеджмента:

- а) планирование
- б) организация
- в) мотивация
- г) ценообразование

14. Индивидуальные средства размещения это -

- а) мотели
- б) пансионаты
- в) коттеджи
- г) круизные суда

15. Впервые функции управления были выделены следующим ученым:

- а) Маслоу
- б) Файолем
- в) Котлером
- г) Портером

16. Преимущества франчайзинга гостиничного предприятия для франчайзи - это

- а) строгое соблюдение стандартов
- б) централизованная система бронирования
- в) возможность расширения бизнеса с минимальными инвестициями
- г) повышение конкурентоспособности

17. К внутренним угрозам безопасности гостиницы относятся

- а) неудовлетворительное состояние финансов, внутренней инфраструктуры, управления
- б) неразвитость транспортной, информационной, коммунальной систем обеспечения
- в) неблагоприятная экологическая ситуация в регионе
- г) природные, техногенные, экологические, социальные

18. Корпоративный тариф в гостинице это -

- а) фиксированная цена
- б) стандартная цена
- в) цена за стойкой
- г) контрактная цена

19. Выберите один из вариантов четырех элементов маркетинговых стимулов

- а) товар, себестоимость, издержки, сбыт
- б) товар, цена, сбыт, продвижение
- в) цена, себестоимость, распространение, сбыт
- г) сбыт, стимулирование, продвижение, издержки

20. Прибыль от реализации услуг предприятия сферы сервиса, туризма и гостеприимства это:

- а) выручка, полученная от потребителей продукции (услуг)
- б) денежное выражение стоимости продукции (услуг)
- в) разность между объемом реализации услуг и ее себестоимостью
- г) чистый доход предприятия

21. Цель позиционирование товара (услуги) на рынке

- а) выявление наиболее привлекательных сегментов рынка
- б) завоевание значительной доли на рынке определённого товара (услуги)
- в) обеспечение товару (услуге) конкурентоспособного положения на рынке
- г) получение личной выгоды для производителя

22. Достижение перспективных целей предприятий сферы сервиса, туризма и

гостиничного дела на основе удержания конкурентных преимуществ и реагирования на изменения во внешней среде - это менеджмент:

- а) стратегический
- б) оперативный
- в) административный
- г) тактический

23. Отметьте основную функцию маркетинга отношений в сфере услуг

- а) формирование мотивации персонала на исполнение качественных стандартов обслуживания клиентов
- б) вовлечение клиентов в процесс производства услуги
- в) создание и поддержание качественных стандартов обслуживания
- г) создание, поддержание и расширение долгосрочных взаимоотношений с потребителями услуг

24. 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.
- г) совокупность культурных и исторических объектов, которые составляют основной объект интереса туристов на данной территории

25. Социальная составляющая роли туризма в жизни общества определяется через увеличение:

- а) занятости населения в сфере туризма
- б) экологической нагрузки
- в) рождаемости
- г) формирование ВВП региона

26. Дополнительные туристские услуги:

- а) транспортировка туристов
- б) размещение туристов
- в) питание туристов
- г) развлечения

27. Россия имеет туристский баланс:

- а) пассивный
- б) отрицательный
- в) положительный
- г) нулевой

28. Потребителями туристских услуг являются:

- а) туристы
- б) гостиницы
- в) турагенты
- г) органы государственной власти

29. Главная цель управления фирмой в сфере сервиса, туризма и гостеприимства:

- а) социальное развитие трудового коллектива;
- б) снижение расходов фирмы;
- в) повышение эффекта и эффективности фирмы
- г) взаимодействие с внешними партнёрами

30. Вторичная информация, используемая для маркетингового исследования должна быть

- а) релевантная
- б) бесплатная
- в) субъективная
- г) структурированная