

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(СПбГЭУ)

УТВЕРЖДАЮ
Председатель приёмной
комиссии СПбГЭУ, ректор

 И.А. Максимцев

Программа вступительного
испытания

для поступающих на первый курс по программам
магистратуры в 2026 году

**«Сервис и индустрия
гостеприимства»**

Санкт-Петербург
2026

Пояснительная записка

Настоящая программа вступительного испытания сформирована на основе федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования по программам бакалавриата направлений: 43.03.02 Туризм, 43.03.03 Гостиничное дело. В содержание программы включён материал из разделов дисциплин рабочих учебных планов по направлениям подготовки 43.03.02 Туризм, 43.03.03 Гостиничное дело.

Настоящая программа вступительного испытания предназначена для поступающих на следующие магистерские программы:

ОПОП Туризм и гостеприимство в сервисной экономике

ОПОП Стратегическое управление предприятием индустрии гостеприимства

ОПОП Управление бизнес-процессами в индустрии туризма

Цель вступительного испытания по базовым дисциплинам программ бакалавриата по направлениям подготовки 43.03.02 Туризм, 43.03.03 Гостиничное дело: определить соответствие уровня подготовки поступающего требованиям стандарта для дальнейшего освоения образовательных программ магистратуры направлений 43.04.02 Туризм, 43.04.03 Гостиничное дело.

Описание вида контрольно-измерительных материалов

Вступительное испытание проводится по дисциплинам: основы организации индустрии туризма и гостеприимства; сервисная деятельность; основы экономики; основы менеджмента; информационные технологии в туризме и гостеприимстве; экономика предприятия индустрии туризма и гостеприимства; маркетинг в индустрии туризма и гостеприимства; управление организацией в сфере туризма и гостеприимства; инновации в сфере сервиса, туризма и гостеприимства; стандартизация, сертификация и контроль качества услуг; предпринимательство в индустрии туризма и гостеприимства; конкурентоспособность организации сферы туризма и гостеприимства; продвижение компании услуг на рынки туризма и гостеприимства; технология и организация туроператорских и турагентских услуг; технология и организация гостиничной деятельности; корпоративная культура и управление персоналом предприятия сервиса; бизнес-планирование в сфере услуг.

Для поступающих в ФГБОУ ВО «СПбГЭУ» вступительные испытания состоят из 50 тестовых вопросов одного уровня сложности по заданным программой темам. В каждом тестовом задании один правильный ответ. Каждый правильный ответ – 2 балла. Результаты оцениваются по 100-балльной шкале.

Форма вступительного испытания

Вступительное испытание проводится в письменной форме с применением дистанционных технологий.

Содержание программы вступительного испытания

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

5. Туризм и гостеприимство: 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 услуг туризма и гостеприимства
 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 туризма и в индустрии гостеприимства
 12. Поведенческие особенности потребителя разлучных видов услуг (туристских, гостиничных, социокультурных и др.)
 13. Специфика менеджмента в сфере туризма и индустрии гостеприимства
 14. Общая характеристика услуг как товара: свойства, виды услуг в сфере туризма и гостиничного бизнеса
 15. Ассортимент основных и дополнительных услуг в сфере туризма и гостиничного бизнеса
 16. Основные понятия экономики предприятия сферы туризма и гостеприимства: доходы, расходы, прибыль, себестоимость, рентабельность
 17. Основы управления доходами предприятий сферы туризма и гостиничного бизнеса: особенности и характеристика
 18. Ценовая политика организаций туризма и гостиничного бизнеса
 19. Конкуренция и конкурентоспособность предприятий туризма и гостиничного бизнеса
 20. Стратегия и тактика маркетинга предприятий сферы услуг туризма и гостеприимства
 21. Роль маркетинговых исследований в сфере туризма и гостеприимства: объекты, направления, методы
 22. Цели сегментирования рынка услуг. Основные критерии сегментации рынков в сфере туризма и гостиничного бизнеса
 23. Система маркетинговой информации в сфере 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 туризма и гостиничного бизнеса
 27. Методы продвижения сервисного, туристского и гостиничного продукта на рынок
 28. Сущность и особенности системы управления персоналом на предприятиях сферы туризма и гостиничного бизнеса
 29. Риски предприятий сферы услуг и пути их снижения. Природа рисков и их влияние на деятельность предприятий 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 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 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

СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ

Нормативно-правовые акты

1. Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24.11.1996 № 132-ФЗ (последняя редакция).
2. ГОСТ Р 50646-2012 Услуги населению. Термины и определения. Дата введения 01.01.2014.
3. Постановление Правительства РФ от 18.11.2020 № 1853 (ред. от 27.10.2025) «Об утверждении Правил предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2026)
4. Постановление Правительства РФ от 27 декабря 2024 г. № 1951 «Об утверждении положения о классификации средств размещения».
5. 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, 2026. - 202 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, 2026. - 293 с.

4. Бражников, М. А. Сервисология : учебник для вузов / М. А. Бражников. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва : Издательство Юрайт, 2026. - 144 с.
5. Бугорский, В. П. Правовое и нормативное регулирование в индустрии гостеприимства : учебник и практикум для вузов / В. П. Бугорский. - 2-е изд. - Москва : Издательство Юрайт, 2026. - 128 с.
6. Быстров, С. А. Организация гостиничного дела : учебное пособие / С.А. Быстров. - Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2024. - 432 с..
7. 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, 2025. - 340 с.
8. Восколович, Н. А. Экономика платных услуг : учебник и практикум для вузов / Н. А. Восколович. - 4-е изд., испр. и доп. - Москва : Издательство Юрайт, 2026. - 423 с.
9. Гостиничный менеджмент : учебное пособие / Н. В. Дмитриева, Н. А. Зайцева, С. В. Огнева, Р. Н. Ушаков ; под редакцией Н. А. Зайцевой. – 2-е изд., испр. и доп.. – Москва : ИНФРА-М, 2024
10. Гукова О.Н. Организация и планирование деятельности предприятий сферы сервиса Учебное пособие / Академия труда и социальных отношений. М.: Издательство «ФОРУМ», 2019. ЭБС ZNANIUMISBN.
11. Джанджугазова, Е. А. Маркетинг туристских территорий : учебник для вузов / Е. А. Джанджугазова. - 4-е изд., испр. и доп. - Москва : Издательство Юрайт, 2025. - 205 с.
12. Золотовский, В. А. Правовое регулирование в сфере туризма : учебное пособие для вузов / В. А. Золотовский, Н. Я. Золотовская. - Москва : Издательство Юрайт, 2021. - 247 с.
13. Карпова, Г. А. Проектирование кластеров туристских дестинаций : Учебное пособие / Г. А. Карпова, С. Ю. Гришин, В. А. Ткачев. – Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2023. – 49 с.
14. Курочкина, А. Ю. Управление качеством услуг : учебник и практикум для вузов / А. Ю. Курочкина. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва : Издательство Юрайт, 2026.
15. Морозов, М. А. Экономика туризма : учебник для среднего профессионального образования / М. А. Морозов, Н. С. Морозова. - 7-е изд., испр. и доп. - Москва : Издательство Юрайт, 2026. - 301 с.
16. Мотышина М. С. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме: учебник для вузов / М. С. Мотышина, А. С. Больщаков, В. И. Михайлов; под редакцией М. С. Мотышиной. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва: Издательство Юрайт, 2023. - 282 с
17. Основы функционирования систем сервиса : учебник для вузов / под редакцией М. Е. Ставровского. - Москва : Издательство Юрайт, 2026. - 190 с.
18. 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, 2026. - 314 с.
19. Стахова, Л. В. Основы туризма : учебник для вузов / Л. В. Стахова. - Москва : Издательство Юрайт, 2026. - 327 с.
20. 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, 2026. - 157 с.
21. Управление сферой услуг в современной городской среде / И. Г. Головцова, Г. А. Карпова, А. М. Малинин [и др.]. – Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2022. – 157 с.
22. Ушаков, Р. Н. Организация гостиничного дела: обеспечение безопасности: учебное пособие / Р.Н. Ушаков, Н.Л. Авилова. – М.: ИНФРА-М, 2021. – 136 с.
23. Черников В. Г. Сервисология : учебное пособие для вузов / В. Г. Черников. - 2-е изд., перераб. и доп. – Мо.: Юрайт, 2023. - 252 с.
24. Чуваткин, П. П. Управление персоналом гостиничных предприятий : учебник

для вузов / П. П. Чуваткин, С. А. Горбатов ; под редакцией П. П. Чуваткина. - Москва : Издательство Юрайт, 2026. - 280 с.

25. Шанаурина Ю. В. Нормативно-правовое регулирование в гостиничном сервисе: учебное пособие / Ю. В. Шанаурина. – 2-е изд., стер. – М.: ФЛИНТА, 2020. - 254 с.

26. Экономика организаций сферы туризма : учебник для вузов / М. А. Морозов, Н. С. Морозова. - 7-е изд., испр. и доп. - Москва : Издательство Юрайт, 2026. - 301 с.

Электронные ресурсы:

ЗНАНИУМ ЭБС - образовательные ресурсы по профилю вуза на базе Научно-издательского центра «ИНФРА-М».

АЙБУКС - ЭБС - образовательные ресурсы по профилю вуза на базе издательств «Питер» и «БХВ-Питер».

Образец вступительного теста

Правильные, по Вашему мнению, ответы укажите в тексте теста, отмечая соответствующую букву правильного варианта ответа.

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

1. 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

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

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

3. 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

4. Демографическая сегментация рынка - это сегментация по:

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

5. В чем состоит основная цель функционирования предприятия 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

6. 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

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

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

8. Индивидуальные средства размещения это -

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

9. 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

10. 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

11. 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

12. Прибыль от реализации услуг предприятия сферы 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

13. 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

14. 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

15. Важнейший показатель эффективности сайта гостиницы – это:

- а) конверсия трафика
- б) траффик
- в) количество просмотров
- д) количество «лайков»

16. 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

17. Дополнительные туристские услуги:

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

18. Россия имеет туристский баланс:

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

19. Потребителями туристских услуг являются:

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

20. 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

21. Вторичная информация, используемая для маркетингового исследования, должна быть

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

22. Коммерческие организации сферы туризма – это:

- а) самозанятые, предоставляющие услуги различным категориям населения

- б) юридические лица, преследующие извлечение прибыли в качестве основной цели своей деятельности
 в) юридические лица, имеющие зарегистрированную собственность
 г) самостоятельный, организационно-обособленный хозяйствующий субъект

23. Выберите наиболее верное понимание клиентоориентированности предприятия сферы туризма и гостиничного бизнеса:

- а) наиболее полное удовлетворение потребностей клиентов
 б) наиболее полное удовлетворение потребностей клиентов, приносящих прибыль
 в) наиболее полное удовлетворение потребностей клиентов с учётом меняющихся запросов рынка
 г) наиболее полное удовлетворение потребностей клиентов, выгодных для компании и клиентоцентрическая структура компании

24. «Золотое» правило обслуживания гласит:

- а) гостей следует обслуживать так, как бы вы хотели бы, чтобы обслужили вас
 б) нельзя обижать гостя
 в) непрошенным гостям часто очень рады, когда они уходят
 г) если хочешь избавиться от гостя, докучающего своими визитами, дай ему взаймы денег

25. К ценовым методам формирования лояльности потребителей относится:

- а) рассылка информации о предоставлении новых услуг
 б) накопительные дисконтные программы
 в) программы по поощрению выражения клиентами своих претензий
 г) формирование индивидуального «досье» предпочтений клиентов

26. Основной функцией внутреннего маркетинга в сфере сервиса, туризма и гостеприимства является:

- а) повышение квалификации сотрудников
 б) формирование мотивации персонала на выполнение качественных стандартов обслуживания клиентов
 в) рекрутинг новых сотрудников
 г) снижение издержек сервисного предприятия

27. Информационные технологии в сфере туризма и гостеприимства способствуют:

- а) повышению уровня индивидуализации удовлетворения потребностей клиентов
 б) повышению спроса на социальные услуги
 в) повышению уровня осозаемости услуги на рынке
 г) снижению качества услуг

28. Инновацией в сфере услуг признается новшество:

- а) повышающее эффективность системы управления
 б) введенное в употребление
 в) значительно изменяющее общественную жизнь
 г) приносящее материальную выгоду

29. Сервис в широком смысле - это:

- а) обслуживание покупателя торговыми предприятиями
 б) предоставление различного рода услуг физическим и юридическим лицам
 в) фирменное обслуживание техники

г) производство услуг в сервисной организации

30. Воздействие туризма на экономику осуществляется через функцию:

- а) экономическую
- б) производственную
- в) экологическую
- г) культурную