



**Автономная некоммерческая образовательная организация
высшего образования Центросоюза Российской Федерации
«Сибирский университет потребительской кооперации»**



УТВЕРЖДАЮ

**Ректор Сибирского университета
потребительской кооперации
(СибУПК)**

 **В. И. Бакайтис**

«18» декабря 2025 г.

**Программа вступительных испытаний
для поступающих на обучение по образовательной
программе высшего образования – программе магистратуры**

Направление подготовки: 43.04.02 Туризм

**Направленность (профиль):
«Организация и управление в туристическом бизнесе»**

**Новосибирск
2025**

Кафедра сервиса и туризма

Программа вступительных испытаний для поступающих на обучение по образовательной программе высшего образования – программе магистратуры по направлению подготовки 43.04.02 *Туризм* разработана в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению 43.04.02 *Туризм*, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 17 августа 2015 г. № 837.

Автор: Е.Н. Осипова, канд. техн. наук, доцент кафедры
сервиса и туризма

Рецензент: Т.В. Плотникова, канд. техн. наук, профессор кафедры
сервиса и туризма

РЕКОМЕНДОВАНО К ИСПОЛЬЗОВАНИЮ ДЛЯ ВСТУПИТЕЛЬНЫХ ИСПЫТАНИЙ

на заседании кафедры сервиса и туризма, протокол от 30 сентября 2025 г. № 2

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

В соответствии ФЗ № 273 «Об образовании в Российской Федерации» от 29.12.2012 магистратура является вторым уровнем высшего образования. К освоению программ магистратуры допускаются лица, имеющие высшее образование любого уровня.

Прием на обучение по программам магистратуры проводится по результатам вступительных испытаний, установление перечня и проведение которых осуществляется организацией самостоятельно.

Целью вступительных испытаний является определение уровня готовности поступающих к обучению в магистратуре.

Вступительные испытания, установленные при приеме на обучение по программам магистратуры в СибУПК – собеседование, которое осуществляется в рамках настоящей программы вступительных испытаний.

Программы вступительных испытаний при приеме на обучение по программам магистратуры формируются на основе федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования по программам бакалавриата¹.

Содержание настоящей программы отвечает требованиям, установленным федеральным государственным образовательным стандартом для бакалавра по направлению 43.03.02 *Туризм*, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 14 декабря 2015 г. N 1463.

Область профессиональной деятельности выпускников, освоивших программу академического бакалавриата, включает: разработку, продвижение и реализацию туристического продукта, обладающего качествами, удовлетворяющими требования потребителей (туристов), организацию комплексного туристического обслуживания в основных секторах туристической индустрии.

Объектами профессиональной деятельности выпускников, освоивших программу бакалавриата, являются:

- потребители услуг туристской индустрии, их потребности и запросы;
- туристские ресурсы - природные, исторические, социально-культурные объекты, включающие объекты туристского показа, а также объекты делового, санаторно-курортного, спортивно-оздоровительного назначения и иные объекты, способные удовлетворить духовные, физические и иные потребности туристов, содействовать поддержанию их жизнедеятельности, восстановлению и развитию их физических сил и здоровья;
- технологические процессы предоставления услуг туристской индустрии;
- результаты интеллектуальной деятельности;

¹ Приказ Минобрнауки России от 28.07.2014 № 839 (ред. от 02.03.2015) «Об утверждении Порядка приема на обучение по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры на 2015/16 учебный год»

- нематериальные активы, принадлежащие субъектам туристской индустрии на праве собственности или ином законном основании;

- предприятия индустрии туризма - средства размещения, средства транспорта, объекты общественного питания, объекты санаторно-курортного лечения и отдыха, спортивно-оздоровительных услуг, объекты и средства развлечения, познавательного делового и иного назначения, объекты экскурсионной деятельности, организации, предоставляющие услуги экскурсоводов (гидов), гидов-переводчиков, инструкторов-проводников, иные предприятия туристской индустрии и другие объекты, связанные с разработкой и реализацией туристского продукта;

- информационные ресурсы и системы туристской деятельности, средства обеспечения автоматизированных информационных систем и их технологий;

- туристские продукты;

- услуги гостиниц и иных средств размещения, организаций общественного питания, средства развлечения, экскурсионные, транспортные, туроператорские услуги;

- технологии формирования, продвижения и реализации туристского продукта;

- справочные материалы по туризму, географии, истории, архитектуре, религии, достопримечательностям, социально-экономическому устройству стран, туристские каталоги;

- первичные трудовые коллективы.

Виды профессиональной деятельности выпускников по направлению 43.03.02 Туризм:

- научно-исследовательская;

- проектная;

- организационно-управленческая.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ВСТУПИТЕЛЬНЫХ ИСПЫТАНИЙ

Результатами вступительных испытаний являются знания, умения и навыки, продемонстрированные поступающим в магистратуру в процессе собеседования. Для признания результатов успешными поступающий должен обладать профессиональными компетенциями, соответствующими видам профессиональной деятельности, на которые ориентирована программа бакалавриата:

проектная деятельность:

- владением теоретическими основами проектирования, готовность к применению основных методов проектирования в туризме (ПК-1);

- способностью обрабатывать и интерпретировать с использованием базовых знаний математики и информатики данные, необходимые для осуществления проектной деятельности в туризме (ПК-2);

- готовностью к реализации проектов в туристской индустрии (ПК-3);

организационно-управленческая деятельность:

- способностью организовывать работу исполнителей, принимать решение в организации туристской деятельности, в том числе с учетом социальной политики государства (ПК-4);
- способностью рассчитать и проанализировать затраты деятельности предприятия туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, обосновать управленческое решение (ПК-5);

научно-исследовательская деятельность:

- способностью находить, анализировать и обрабатывать научно-техническую информацию в области туристской деятельности (ПК-6);
- способностью использовать методы мониторинга рынка туристских услуг (ПК-7);
- готовностью к применению прикладных методов исследовательской деятельности в туризме (ПК-8);
- готовностью к применению инновационных технологий в туристской деятельности и новых форм обслуживания потребителей и (или) туристов (ПК-9).

3. СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

Раздел 1. Проектная деятельность

Постановка задач проектирования туристского продукта при заданных критериях и нормативных требованиях.

Использование инновационных и информационных технологий для создания туристского продукта с учетом основных требований информационной безопасности.

Проектирование туристских услуг и туристских продуктов в соответствии с требованиями потребителей.

Разработка туристского продукта с учетом технологических, социально-экономических и других требований.

Раздел 2. Организационно-управленческая деятельность

Распределение функций и организация работы исполнителей в организациях и предприятиях туристской индустрии.

Принятие оперативных управленческих решений в области туристской деятельности, в том числе с учетом социальной политики государства.

Расчет и оценка затрат по организации деятельности предприятия туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, обоснование управленческого решения.

Раздел 3. Научно-исследовательская деятельность

Исследование и мониторинг рынка туристических услуг.

Применение прикладных методов исследовательской деятельности в профессиональной сфере.

Адаптация инновационных технологий к деятельности предприятий туристической индустрии.

4. ЛИТЕРАТУРА, РЕКОМЕНДУЕМАЯ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К ВСТУПИТЕЛЬНЫМ ИСПЫТАНИЯМ

4.1. Основная литература

1. География туризма : учеб. пособие / М.В. Асташкина, О.Н. Козырева, А.С. Кусков, А.А. Санинская. – М. : Альфа-М : ИНФРА-М, 2018. – 430 с. – (ПРОФИЛЬ). - Режим доступа: <http://znanium.com/go.php?id=927497>

2. География туризма : учебник / В.Л. Погодина, И.Г. Филиппова ; под ред. Е.И. Богданова. — М. : ИНФРА-М, 2018. — 256 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - Режим доступа: <http://znanium.com/go.php?id=956609>

3. География туризма : учебник / В.Л. Погодина, И.Г. Филиппова ; под ред. Е.И. Богданова. — М. : ИНФРА-М, 2018. — 256 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - Режим доступа: <http://znanium.com/go.php?id=956609>

4. ГОМИЛЕВСКАЯ ГАЛИНА АЛЕКСАНДРОВНА. Экономика и предпринимательство в сервисе и туризме : учебник для вузов / ГОМИЛЕВСКАЯ ГАЛИНА АЛЕКСАНДРОВНА, Т. В. Терентьева, А. С. Квасов ; Мин-во образования и науки РФ.Владивосток.гос.ун-т экон.и сервиса (ВГУЭС). - М. : РИОР:Инфра-М, 2018. - 190с. : ил. - (Высшее образование). - Библиогр.:с.164-168. - ISBN 978-5-369-01712-8.

5. ИГНАТЬЕВА ИРИНА ФЕДОРОВНА. Организация туристской деятельности : учебное пособие для бакалавров / ИГНАТЬЕВА ИРИНА ФЕДОРОВНА. - СПб. : Питер, 2015. - (Учебное пособие.Стандарт третьего поколения). - Библиогр.:с.445-448. - ISBN 978-5-496-01029-0.

6. История российского туризма (IX–XX вв.) : учеб. пособие / А.А. Иванов. — М. : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2017. — 320 с. — (Высшее образование). - Режим доступа: <http://znanium.com/go.php?id=775000>

7. История туризма : учеб. пособие / В.Э. Багдасарян, И.Б. Орлов, А.Д. Попов. — М. : ИНФРА-М, 2018. — 190 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — www.dx.doi.org/10.12737/textbook_590857de03fbc8.64508513. - Режим доступа: <http://znanium.com/go.php?id=950856>

8. Менеджмент в сервисе и туризме : учеб. пособие / В.М. Пищулов. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : ИНФРА-М, 2018. — 284 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — www.dx.doi.org/10.12737/24346. - Режим доступа: <http://znanium.com/go.php?id=966300>

9. Организация сервисного обслуживания в туризме: Учебное пособие / Т.А. Джум, С.А. Ольшанская. - М.: Магистр: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 368 с.: 60х90 1/16. - (Бакалавриат). (переплет) ISBN 978-5-9776-0329-4. - Режим доступа: <http://znanium.com/go.php?id=478441>

10. Этика и психология делового общения (сфера сервиса): Учебное пособие / Барышева А.Д., Матюхина Ю.А., Шередер Н.Г. - М.: Альфа-М, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 256 с.: 60х90 1/16. - (ПРОФИль) (Переплёт) ISBN 978-5-98281-095-3. - Режим доступа: <http://znanium.com/go.php?id=535092>

4.2. Дополнительная литература

1. ВЕСЕЛОВА НАТАЛЬЯ ЮРЬЕВНА. Организация туристской деятельности : учебное пособие для бакалавров / ВЕСЕЛОВА НАТАЛЬЯ ЮРЬЕВНА. - М. : Дашков и К', 2015. - 255с. : ил. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр.:с.253-254. - ISBN 978-5-394-02391-0.

2. Власова, М. Л. Создание торгово-развлекательных центров в России: практический подход [Электронный ресурс] / М. Л. Власова. - М. : Издательско-торговая корпорация “Дашков и К°”, 2012. - 368 с. - ISBN 978-5-394-01734-6.

3. География туризма: Учебное пособие / Асташкина М. В., Козырева О. Н., Кусков А. С., Санинская А. А. - М.: Альфа-М, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 432 с.: 60х90 1/16. - (ПРОФИль) (Переплёт 7БЦ) ISBN 978-5-98281-112-7. - Режим доступа: <http://znanium.com/go.php?id=460572>

4. Инфраструктура туризма: стратегия развития/А.А.Клейман, О.Б.Евреинов - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 386 с.: 60х90 1/16 ISBN 978-5-16-103266-4 (online). - Режим доступа: <http://znanium.com/go.php?id=515226>

5. Маркетинговые исследования: Учебное пособие / Сафронова Н.Б., Корнеева И.Е. - М.:Дашков и К, 2017. - 296 с.: 60х88 1/16. - (Учебные издания для бакалавров) ISBN 978-5-394-01470-3. - Режим доступа: <http://znanium.com/go.php?id=336541>

6. Практика сервиса в индустрии гостеприимства и туризма: Учебное пособие / Скобкин С.С. - М.:Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 496 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/go.php?id=554704>

7. СТЕПАНОВА СВЕТЛАНА АЛЕКСАНДРОВНА. Экономика предприятия туризма : учебник для вузов / СТЕПАНОВА СВЕТЛАНА АЛЕКСАНДРОВНА, А. В. Крыга. - М. : Инфра-М, 2017. - 346с. - (Высшее образование: Бакалавриат). - Библиогр.:с.319-323. - ISBN 978-5-16-005445-2.

8. ТРЕТЬЯКОВА ТАТЬЯНА НИКОЛАЕВНА. Анимационная деятельность в социально-культурном сервисе и туризме : учеб.пособие для вузов / ТРЕТЬЯКОВА ТАТЬЯНА НИКОЛАЕВНА. - М. : Академия, 2008. - 269с. : ил. - (Высшее профессиональное образование. Туризм). - Библиогр.:с.266-267. - ISBN 978-5-7695-4454-5.

9. Туристско-рекреационное проектирование: Учебное пособие / Колесова Ю.А. - М.:КУРС, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 352 с.: 60х90 1/16 (Обложка. КБС) ISBN 978-5-906818-65-2. - Режим доступа: <http://znanium.com/go.php?id=551158>

10. Управление развитием рынка лечебно-оздоровительного туризма: монография/Ветитнев А.М., Киселева А.А., Конторских А.Л. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 158 с.: 60х90 1/16. - (Научная мысль) (Переплёт 7БЦ) ISBN 978-5-16-011710-2. - Режим доступа: <http://znanium.com/go.php?id=540987>

5. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА (МАТЕРИАЛЫ)

В качестве оценочных средств для установления уровня готовности поступающих к обучению в магистратуре используются вопросы к собеседованию, которые отражают содержание проверяемых теоретических знаний и практических умений и навыков, формируемых компетенций в соответствии с ФГОС ВО по направлению 43.03.02 *Туризм*, охватывают их наиболее актуальные разделы и темы.

5.1. Вопросы к собеседованию для поступающих на обучение по программе магистратуры по направлению подготовки 43.04.02 *Туризм*

1. Основные направления маркетинговых исследований в туристской индустрии. Процесс маркетингового исследования.
2. Коммуникации туристской деятельности. Технология принятия управленческих решений
3. Маркетинговая среда туристской организации и ее составляющие.
4. Комплекс маркетинга туристской организации. Этапы разработки.
5. Основные факторы, влияющие на поведение потребителей туристских услуг.
6. Сегментация потребителей туристских услуг: сущность и уровни.
7. Позиционирование туристского продукта на рынке туристских услуг.
8. Понятие и виды конкурентного преимущества туристского продукта.
9. Методы мониторинга рынка туристских услуг.
10. Формирование ценовой стратегии туристской организации. Исследование и установление цены.
11. Комплекс маркетинговых коммуникаций туристских услуг.
12. Состояние и перспективы развития туризма в России. Особые экономические зоны развития туризма.
13. Классификации туризма. Типы, виды и формы туризма.
14. Субъекты, действующие на рынке туристских услуг, их характерные черты и организационно-правовые формы.
15. Система государственного регулирования туристской деятельности: сущность, модели, формы, методы, направления.
16. Нормативно-правовые основы регулирования туристской деятельности.
17. Законодательные акты в индустрии туризма: классификация по юридической силе и иерархическим уровням.
18. Сущность туристской услуги. Классификация туристских услуг и их характеристика. Туристические маршруты и их типы.
19. Особенности организации работы туроператора.
20. Особенности организации работы турагентства.
21. Организация деятельности по формированию турпродукта.

22. Рекреационный туризм: понятие и содержание, классификация и виды, тенденции развития.

23. Понятие и виды культурного туризма. Культурно-исторические ресурсы как основа культурного туризма.

24. Деловой туризм: понятие и содержание, виды, организация деловых туров, тенденции развития.

25. Круизный бизнес на мировом туристическом рынке. Классификация речных и морских круизов и путешествий. Особенности организации круизного туризма.

26. Спортивный туризм: понятие и содержание, виды, особенности организации.

27. Экскурсия как вид деятельности и форма общения. Виды, техника ведения и этапы разработки экскурсии.

28. Субъекты гражданских правоотношений в туризме, правовое регулирование их взаимоотношений

29. Понятие, признаки и виды туристско-рекреационных проектов.

30. Основные методы проектирования в туризме

31. Этапы подготовки разработки туристско-рекреационного проекта.

32. Туристские ресурсы. Классификация туристских ресурсов.

33. Рекреационные комплексы и их классификация.

34. Туристско-рекреационный потенциал Сибирского федерального округа.

35. Модель туристской услуги: понятие, назначение, разработка.

36. Проектирование туристского продукта. Характеристика основных этапов проектирования.

37. Факторы, влияющие на туристско-рекреационное проектирование.

38. Порядок заключения предварительного и основного договора на оказание туристских услуг

39. Процедура образования фирмы-туроператора, условия осуществления организацией туроператорской деятельности.

40. Процедура образования фирмы-турагента.

41. Туроператор как субъект туристского рынка. Виды туроперейтинга.

42. Формы сотрудничества туроператора и гостиничных предприятий.

43. Формы сотрудничества туроператора и авиакомпаний.

44. Схемы работы туристического оператора по реализации и организации туров.

45. Схемы взаимоотношений туроператора и железных дорог.

46. Характеристика морских и речных круизов. Схемы взаимодействия современных туроператоров и судовладельцев.

47. Особенности организации автомобильных перевозок. Схемы взаимоотношений туроператора и автотранспортных предприятий.

48. Понятие «туроператор», основные виды и функции туроператора.

49. Профиль работы туроператора. Структура туроператорской фирмы.

50. Туристское планирование и проектирование в туроперейтинге.

51. Турресурсы как основа формирования турпродукта.
52. Разработка маршрутов как основа составления туров.
53. Поставщики услуг. Переговоры с поставщиками услуг. Составление договорного плана тура.
54. Документационное обеспечение турпродукта.
55. Ценообразование турпродукта.
56. Формы и методы продвижения турпродукта.
57. Формирование сбытовой сети туроператора.
58. Организация туроператором продажи туристского продукта.
59. Организация обслуживания туристов туроператором во время путешествия.
60. Системы стандартизации и сертификации в туристской индустрии.
61. Гражданская ответственность туроператоров перед туристами.

5.2. Шкала оценивания, применяемая при собеседовании

Результаты вступительных испытаний при приеме на обучение по программам магистратуры оцениваются по балльной шкале.

В процессе собеседования члены экзаменационной комиссии задают поступающему 4 любых вопроса из перечней вопросов, приведенных в пункте 5.1 настоящей программы. Каждый вопрос считается отдельным вступительным испытанием и оценивается по 25-балльной шкале.

Максимальное количество баллов, которое может быть набрано поступающим в процессе собеседования – 100 баллов. Минимальное количество баллов, необходимое для приема на обучение по программам магистратуры устанавливается равным 50 баллам.

Поступающий, набравший менее 10 баллов при ответе хотя бы на один из вопросов, считается не прошедшим вступительные испытания и выбывает из конкурса.

5.3. Критерии оценки уровня подготовки поступающего

Критерии ответов	Характеристика ответа	Количество баллов
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>
Содержание ответа полностью правильное. Экзаменуемый свободно оперирует всеми основными и дополнительными терминами и понятиями в рамках программы и сверх нее. Изложение материала грамотное, логичное	Верный полный	25
Содержание ответа преимущественно правильное. Возможно присутствие 1-2 незначительных неточностей. Экзаменуемый показывает твердые знания	Преимущественно верный, полный	20

всех основных и дополнительных терминов и понятий в рамках программы. Изложение материала грамотное, последовательное.		
Содержание ответа преимущественно правильное. Возможно присутствие 1-2 незначительных неточностей. Экзаменуемый показывает твердые знания всех основных и дополнительных терминов и понятий в рамках программы. Изложение материала достаточно грамотное, последовательное	Преимущественно верный, достаточно полный	15
Содержание правильное в большей части ответа. Возможно присутствие 3-4 незначительных неточностей. Экзаменуемый показывает знания большей части основных терминов и понятий в рамках программы. Изложение материала не вполне грамотное и последовательное.	Частично верный, неполный	10
Экзаменуемый обнаруживает полное отсутствие знания и понимания материала в рамках программы. Информация излагается неграмотно, неупорядоченно	Значительно / полностью неверный и / или существенно неполный	0

Зав. кафедрой сервиса и туризма,
канд. геогр. наук, доцент

Е.А. Мытарева