

«УТВЕРЖДАЮ»
Декан географического факультета
МГУ имени М.В.Ломоносова
Член-корреспондент РАН
С.А.Добролюбов
_____ « ____ » _____ 2015 г.

ПРОГРАММА
ГОСУДАРСТВЕННОГО ЭКЗАМЕНА
ПО НАПРАВЛЕНИЮ 100400 «ТУРИЗМ»
Квалификация: **«БАКАЛАВР ТУРИЗМА»**

МОСКВА 2015 Г.

Методические рекомендации по определению структуры и содержания государственного экзамена выпускников географического факультета МГУ имени М.В.Ломоносова по образовательной программе высшего профессионального образования 100400 «Туризм» («Бакалавриат») разработаны кафедрой рекреационной географии и туризма.

ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования по направлению 100400 «Туризм», утвержденным приказом по МГУ от 22 июля 2011 года № 729 (в редакции приказов по МГУ от 22 ноября 2011 года № 1066, от 21 декабря 2011 года № 1228, от 30 декабря 2011 года № 1289), предусмотрена итоговая государственная аттестация «**бакалавр туризма**» в виде:

1. выпускной квалификационной работы;
2. государственного экзамена, позволяющего выявить теоретическую подготовку выпускника к решению профессиональных задач.

ВИДЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКОВ И СООТВЕТСТВУЮЩИЕ ИМ ЗАДАЧИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Бакалавр по направлению подготовки «Туризм» готовится к следующим видам профессиональной деятельности:

- научно-исследовательская,
- организационно-управленческая,
- производственно-технологическая,
- аналитической и консалтинговой.

Выпускник должен быть готов реализовать следующие общие профессиональные компетенции (ПК) в **научно-исследовательской, организационно-управленческой, производственно-технологической, аналитической и консалтинговой деятельности.**

Научно-исследовательская деятельность:

- умение сопоставлять теорию науки о рекреации и туризме и современные потребности общества в контексте исторических, природных, социально-экономических предпосылок ее развития; реализации основных федеральных и региональных программ развития рекреации и туризма;

- умение использовать и разработать методику туристско-рекреационного исследования, оценить ее соответствие современным требованиям, целям и задачам исследования, методам обработки и анализа данных с использованием современных информационных технологий и картографических методов отображения пространственной организации рекреации и туризма;

- способность разрабатывать научно-исследовательские проекты в сфере рекреации и туризма.

Организационно-управленческая деятельность:

– умение оперативно принимать управленческие решения в сфере рекреации и туризма;

– умение находить решение управленческих задач в условиях реально функционирующих туристско-рекреационных предприятий в соответствии с организационно-правовыми и технологическими принципами ведения профессиональной деятельности;

Производственно-технологическая деятельность:

- умение применять современные информационные, геоинформационные и коммуникативные технологии в производстве, продвижении и реализации туристского продукта;

– умение внедрять стандарты качества и нормы безопасности комплексного туристского обслуживания на предприятиях туристской индустрии;

Аналитическая и консалтинговая деятельность:

- способность организовывать взаимодействие с представителями туристской индустрии, клиентами туристских предприятий, а также другими заказчиками туристско-рекреационных услуг;

- умение формировать туристско-рекреационный паспорт территории для оценки ее туристско-рекреационного потенциала при выборе оптимального направления развития рекреации и туризма.

Экзаменационные задания итогового государственного (междисциплинарного) экзамена составляются на основе экзаменационных заданий текущей аттестации по дисциплинам, вошедшим в основную образовательную программу. Экзаменационные задания составляются членами Государственной экзаменационной комиссии, исходя из возможности оценки соответствия подготовки выпускников требованиям ГОС.

Основные темы государственного экзамена бакалавриата по направлению «Туризм»

1. История туризма

Основные этапы развития туризма. Сведения о первых путешествиях. Зарождение элементов гостеприимства, гостиничного дела, сувенирного дела, отдельных услуг для путешественников. Первые путеводители и реклама. Основные паломнические маршруты. Первые дома отдыха для пилигримов. Путешествия в 15 – 18 веках. Великие географические открытия и их роль в развитии путешествий и формировании туристских маршрутов. Развитие международных дипломатических и культурных связей. Объекты интересов путешественников. «Гранд-туры». Развитие транспортных средств. Вопросы безопасности путешествий, первые элементы страхования. Значение путешествий людей до XIX века для становления туризма. Развитие туризма в 19 – начале 20 веков. Зарождение туристских предприятий. Роль научно-технического прогресса в развитии туризма и путешествий. Революционные изменения в развитии транспорта. Сокращение рабочего времени в пользу свободного в ряде европейских стран. Элитарность туризма. Строительство гостиниц. Элементы индустрии развлечений. Появление первых туристских организаций. Значение деятельности Т. Кука. Особенности развития организованного туризма в США, Англии, Германии и др. странах до начала 20 века. Первые шаги развития туристской инфраструктуры. Развитие туризма с начала 20 века до 50-х годов. Формирование международных курортов и центров туризма. Туристские путешествия до первой мировой войны. Создание гостиничных цепей. Развитие туризма после второй мировой войны. Роль науки в развитии туризма. Лидирующая роль европейского континента и Северной Америки в развитии международного туризма. История развития туризма в России. Становление и развитие туристско-экскурсионного дела в Российской империи в 19 начале 20 века. Развитие туристско-экскурсионной деятельности под руководством Наркомпроса. Создание первичных туристских ячеек. Переход к массовой организованной туристско-экскурсионной работе. Создание акционерного общества «Советский турист», «Интурист», ЦСТЭ ВЦСПС. Современное состояние туризма в России. Перспективы развития туризма. Прогноз ЮНВТО развития туризма.

2. Основы туристской деятельности.

Генезис, роль и сущность туризма, его основные социально-экономические категории. Особенности развития туризма в современных условиях. Виды туризма и факторы, определяющие развитие туризма. Туристская индустрия. Предприятия туристской индустрии. Туристский продукт. Его характеристики и отличительные свойства. Туроператорские и турагентские предприятия. Принципы их взаимодействия. Транспортные предприятия. Услуги по

перевозке туристов. Гостиничные предприятия. Услуги по размещению туристов. Предприятия питания.

Досуговые предприятия и их роль в формировании туристского продукта. Основные каналы продвижения туристского продукта и услуг предприятий туристской индустрии. Особенности туризма как объекта управления. Нормативно-правовая база развития туризма. Туристские формальности. Визовые формальности. Таможенные формальности. Медицинские формальности. Государственное регулирование в области санитарно-эпидемиологической безопасности туристов. Правила карантина и приграничного контроля. Правила вывоза личных животных из РФ. Ввоз предметов флоры и фауны в РФ и другие страны мира. Перемещение за границу культурных ценностей. Категории ценностей, не подлежащих вывозу за пределы страны. Особенности туристских формальностей зарубежных стран (Европа, США и др.). Особенности визового режима РФ в отношении иностранных туристов. Правила регистрации въезжающих туристов. Таможенное регулирование при въезде и выезде иностранных граждан в РФ. Упрощение туристских формальностей как приоритет развития международного туризма. Международные соглашения в сфере упрощения туристских формальностей. Влияние туристских формальностей на развитие международного туризма. Безопасность туристской деятельности. Страхование в туризме. Особенности туризма как объекта управления. Организационно-экономический механизм и методы управления туризмом. Пространственная организация международного туризма. Туристские регионы мира. Туристские дестинации. Страны-лидеры мирового туристского рынка. Туристские потоки. Туризм на пути устойчивого развития. Международные и национальные туристские объединения и организации.

3. Нормативно-правовое обеспечение туристской деятельности.

Источники и принципы правового обеспечения деятельности предприятий туристской индустрии. Туристская деятельность как объект изучения права. Становление и развитие российской правовой базы туризма. Эволюция правовой системы РФ. Усиление государственного регулирования туристской деятельности. Система нормативно-правовых актов, регулирующих туристскую деятельность. Органы исполнительной власти РФ в сфере туризма, их функции и полномочия. Закон об основах туристской деятельности - основа правовых отношений в сфере туризма, новации в законе. Условия осуществления туроператорской деятельности. Единый федеральный реестр туроператоров. Сертификация и классификация в сфере туризма. Права и обязанности туриста. Особенности формирования, продвижения и реализации туристского продукта. Объединения туроператоров и турагентов. Объединение туристов. Туристские ресурсы РФ. Безопасность туризма (обеспечение безопасности туризма; специализированные службы по обеспечению безопасности туристов; защита интересов российских туристов за пределами РФ в случаях возникновения чрезвычайных ситуаций; страхование при осуществлении туристской деятельности). Финансовое обеспечение

(требования к предоставляемому финансовому обеспечению; размеры фин. обеспечения; срок действия фин. обеспечения; основания и порядок выплаты страхового возмещения; договор страхования ответственности туроператора).

Международное сотрудничество в сфере туризма. Нормативное регулирование туристской деятельности на региональном уровне. Региональные программы субъектов Российской Федерации и органов местного самоуправления в сфере туризма, включая ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма на 2011-2018 г.г.». Нормативно-правовые акты органов представительной законодательной власти субъектов Российской Федерации в области туризма.

Правовые требования к договору (контракту) и другим обязательственным отношениям. Общие требования к договору: понятие договора, свобода договора, цена, действие, примерные условия, предварительный договор, толкование. Основные положения о заключении договора. Форма договора. Оферта. Акцепт. Место заключения договора. Заключение договора в обязательном порядке. Основные изменения и расторжение договора, порядок и последствия. Специфика подготовки и заключения контрактов, договоров и соглашений в туристской деятельности. Правовое регулирование обязательственных отношений в туризме. Документы и формуляры по организации туристского путешествия. Организация перевозок в туризме.

Правовое регулирование отношений в области рекламы. Основные документы, регламентирующие рекламную деятельность в туризме. ФЗ «О рекламе»: цели и сфера применения, общие и специальные требования к рекламе, понятие и характеристика ненадлежащей рекламы: недобросовестной, недостоверной, неэтичной, ложной. Правовое регулирование страховой деятельности.

Понятие и характеристика риска в страховании. Формы страхования. Правовое регулирование страховой деятельности. Страхование туристов и туристских организаций: личное страхование туристов, имущественное, страхование ответственности туристских организаций. Туристские формальности.

Понятие, содержание и особенности туристских формальностей. Паспортные формальности. Визовые формальности. Таможенные формальности: порядок таможенного оформления и таможенного контроля товаров, перемещаемых физическими лицами; положение о перемещении товаров физическими лицами через таможенную границу РФ; декларирование; таможенные платежи.

Понятие и содержание туристского импорта, экспорта, туристского рынка. Перемещение через границу культурных ценностей. Порядок ввоза и вывоза фауны и флоры. Валютное регулирование и валютный контроль. Санитарный и эпидемиологический контроль. Безопасность туристских путешествий.

Международно-правовое регулирование туристской деятельности

Законодательные акты РФ и акты международных сообществ, регламентирующие международную туристскую деятельность. Манильская декларация по мировому туризму (1980). Документ Акапулько (1982 г.). Хартия туризма и Кодекс туриста 1985. Гагская декларация по туризму 1989 г. Директива Совета Европейского экономического сообщества от 13 июня 1990 года № 90/314/ЕЕС «О путешествиях, отпусках и поездках, включающих все». Двусторонние соглашения и договоры в туризме. Правовой статус

международных организаций в сфере туризма. Межправительственные (ВТО), международные неправительственные (ФУААВ, ИСТА, АИТ, IATA, ICAO), международные региональные (ПАТА, КОТАЛ), международные профсоюзные и молодежные организации (БИТС, БИТЕЖ).

Классификация, сертификация и стандартизация услуг предприятий туристской индустрии. Организация и технологии стандартизации. Нормативные документы и характер их требований. Национальные, международные и региональные стандарты. Стандарты организаций. Организация работ по стандартизации в Российской Федерации. Органы и службы по стандартизации. Порядок разработки стандартов. Государственный контроль и надзор за соблюдением обязательных требований стандартов. Общероссийские классификаторы. Стандартизация услуг. Методология стандартизации услуг. Основные понятия. Стандартизация туристской деятельности и объектов туристской индустрии. Показатели качества услуг. Разработка требований к конкретным показателям качества. Зарубежный опыт стандартизации услуг. Международная и региональная стандартизация. Деятельность Европейского Союза в области стандартизации. Межгосударственный совет по стандартизации. Межгосударственные стандарты общие правила применения. Сущность сертификации. Основные понятия в области оценки соответствия и сертификации. Основные цели и принципы сертификации. Законодательная база сертификации в Российской Федерации. Сертификация систем качества. Стандарты ИСО в российской сертификации. Информационно-компьютерное обеспечение сертификации. Государственный надзор и контроль за соблюдением обязательных требований государственных стандартов и правил обязательной сертификации.

4. Транспортное обеспечение и логистика в туризме.

Классификация туристских перевозок и транспортных средств. Основные признаки классификации туристских перевозок. Факторы, влияющие на приоритетные требования к транспортным средствам.

Предпосылки возникновения и развития путешествий в мире. Развитие индустрии транспорта в XIX-XX вв.

Порядок построения пассажирских тарифов. Основные виды льгот и скидок, предоставляемых пассажирам. Стимулирование комплексных продаж. Технологии работы и преимущества современных систем бронирования и резервирования.

Правовое обеспечение перевозок в международном и внутреннем сообщении. Логистические затраты и пути их оптимизации. Ценовая политика на транспорте.

Технология обслуживания туристских авиаперевозок. Бронирование авиаперевозки. Автоматизированные системы бронирования. Особенности организации перевозки туристских групп водными видами транспорта. Факторы, характеризующие уровень комфорта и качество предоставляемых услуг при обслуживании пассажиров, пользующихся железнодорожным

транспортом. Особенности использования автомобильного транспорта в транспортном обеспечении и логистике. Экологические требования к автотранспорту.

Основные направления организации пассажирских перевозок: развитие скоростного движения, прогрессивные способы продажи билетов, создание согласованных систем обслуживания пассажиров, совершенствование системы предоставляемых услуг.

Современные тенденции развития логистики и транспортного обеспечения туризма. Пути оптимизации транспортных издержек. Особенности ценовой политики в транспортном обеспечении туризма.

5. Туристские предприятия: туроператорские и турагентские компании

Государственное регулирование туристской деятельности в России.

Нормативно-правовая база функционирования туристской индустрии. Виды туристских предприятий. Особенности функционирования и организация деятельности туроператорских и турагентских предприятий.

Управление туристскими предприятиями. Позиционирование туристских фирм на рынке. Функции и методы управления туристским предприятием. Принципы построения, стратегические концепции развития туристских фирм. Специфика работы турфирмы-туроператора. Особенности работы туристской фирмы – турагента. Организация работы туристской фирмы с деловыми партнерами. Критерии выбора делового партнера. Организация переговоров с партнером. Деловое общение с партнером, его формы. Работа турфирмы на выставке.

Формирование и продвижение туристского продукта. Понятие туристского продукта. Составляющие туристского продукта. Основные этапы формирования туристского продукта. Факторы, определяющие цену турпродукта. Стратегия продвижения туристского продукта на рынок.

Цели продвижения туристского продукта. Программа продвижения, преимущества и недостатки различных видов продвижения туристского продукта. Этапы разработки комплекса продвижения. Составление бюджета продвижения. Особенности взаимоотношений туроператора с турагентом.

Формы взаимоотношений туристских фирм-туроператоров с турагентами. Основы договорных отношений и виды договоров туроператоров с турагентами. Формирование сети турагентств. Организация работы турфирмы с клиентом. Основы договорных отношений с клиентом. Туристская путевка. Работа с клиентом после завершения путешествия. Порядок рассмотрения претензий. Туристские формальности. Дополнительные услуги туристской фирмы. Туристские формальности. Правила безопасности в туристском путешествии и факторы риска. Страхование в туризме. Работа с консульствами и посольствами зарубежных государств.

6. Гостиничная индустрия.

Исторические этапы развития гостиничной индустрии в Европе, США и России. Гостиничное хозяйство России в конце 20 – начале 21 веков. Современное состояние гостиничной индустрии. Основные тенденции развития

гостиничного хозяйства в современном мире и в Российской Федерации. Роль и отличительные особенности услуг гостиниц и других средств размещения на туристском рынке. Правовые основы функционирования гостиничного хозяйства. Нормативные документы в сфере гостиничного обслуживания. Глобальные тенденции развития гостиничной индустрии: влияние внутренних и внешних факторов, горизонтальное расширение, географическое расширение, гибридизация продукта, специализация, формирование торговой марки продукта, франчайзинг. Характеристика индустрии гостеприимства регионов мира. Распределение номерного фонда, типы предприятий размещения.

Перспективы развития гостиничной индустрии; слияние компаний, вертикальная и горизонтальная интеграция, глобализация. Новые технологии в гостиничной индустрии. Сертификация услуг гостиниц. Задачи и процедура сертификация услуг гостиниц. Сертификат и знак соответствия. Классификация гостиничных услуг. Системы классификации гостиниц и средств размещения. Правомочия государственных органов управления. Центральный орган системы классификации и других средств размещения. Порядок проведения работ по классификации. Нормативные документы по классификации туристских услуг, средств размещения и услуг средств размещения. Номерной фонд. Классификация гостиничных номеров. Требования к гостиницам и другим средствам размещения различных категорий. Финансирование работ по сертификации и государственному контролю и надзору.

Глобализация гостиничного бизнеса. Понятие о гостиничных цепях. Принципы формирования гостиничных цепей в России и за рубежом. Независимые и франчайзинговые компании. Влияние гостиничных цепей на совершенствование деятельности гостиничных предприятий. Стратегии проникновения международных гостиничных операторов на рынок.

Организационная структура гостиничных предприятий.

Линейные и административные функции. Общие принципы организационного построения гостиницы. Классическая организация гостиничного предприятия. Функциональный подход к организации гостиничного предприятия. Взаимодействие структурных подразделений гостиничного предприятия. Функции руководителей высшего звена управления. Технология работы службы бронирования и размещения. Источники и каналы получения запросов на бронирование. Типы бронирования. Процедура заезда гостя. Паспортно-визовая служба. Особенности регистрации и оформления иностранных граждан, граждан России и граждан СНГ. Новые законодательные акты по регистрации иностранных граждан. Хозяйственная служба. Инженерная служба. Служба безопасности. Отдел закупок. Служба питания. Отдел персонала. Отдел маркетинга и продаж. Стандарты работы служб отеля.

Содержание материально-технической базы как основной компонент предоставления качества услуг. Требования к экологии в современной гостинице. Интерьер и озеленение гостиничного комплекса.

Технология обслуживания гостей во время проживания в гостинично-туристских комплексах.

Унифицированные услуги. Обслуживание в номерах. Обязательные бесплатные и платные гостиничные услуги. Система мер по обеспечению высокого уровня услуг. Циклы обслуживания гостей в отелях. Предоставление дополнительных и персональных

услуг по организации питания, транспортного и экскурсионного обслуживания. Критерии оценки качества сервиса. Профессиональные умения и навыки общения с гостем. Принципы профессионального поведения сотрудника. Профессиональная этика и этикет. Особенности обслуживания многонациональных клиентов. Технология организации питания в гостинице.

Технология управления персоналом в гостиничном бизнесе.

Роль человеческого фактора в обеспечении качества обслуживания. Современный кадровый менеджмент. Система мотивации в гостиничном бизнесе. Оценка, аттестация, повышение квалификации и карьерный рост персонала. Модели управления трудовым потенциалом предприятия индустрии гостеприимства. Управление конфликтными ситуациями. Квалификационные требования (профессиональные обязанности) к основным должностям в гостинице. Должностные инструкции в гостиничном предприятии. Правила и стандарты общения персонала с клиентами. Навыки профессионального общения. Культура межличностного общения. Этикет в отношении с клиентами. Протокол в гостиницах. Владение профессиональной лексикой и терминологией. Соблюдение установленных стандартов одежды (униформы).

Технология управления качеством услуг гостиничного предприятия.

Организационные структуры менеджмента в гостиничном хозяйстве. Применение информационных технологий в сфере управления гостиничным хозяйством. Эффективность работы гостиницы. Показатели эффективности деятельности гостиницы. Ценовая политика гостиницы. Внутренние и внешние факторы ценообразования. Тарифная политика. Современные каналы продвижения услуг гостинично-туристских комплексов. Способы организации эффективных продаж номерного фонда гостиничного предприятия: традиционные, инновационные. Факторы внешней и внутренней среды, влияющие на выбор технологии продвижения услуг гостиничного предприятия. Работа с глобальными системами бронирования и резервирования: Global Distribution System, Alternate Distribution System, Central Reservation System. Преимущества и проблемы организации продаж через глобальные системы. Инновационные способы организации эффективных продаж: формирование новых потребностей гостя, маркетинг взаимоотношений с потребителем, партнерские и бонусные программы.

7. Экономика и финансы предприятий туриндустрии.

Организация деятельности предприятий туриндустрии туризма Основные фонды предприятий туриндустрии. Оборотные средства предприятий туриндустрии Трудорые ресурсы. Персонал организации. Организация оплаты труда на предприятии Формирование себестоимости туристских услуг. Формирование финансовых результатов предприятий туриндустрии Анализ финансового состояния предприятия туриндустрии. Инвестиционная

деятельность предприятий туристической индустрии Финансирование деятельности предприятий туристической индустрии Планирование на предприятия индустрии туризма. Классификация основных видов бюджетов предприятия туристической индустрии. Бюджетирование. Центры ответственности: центры затрат, дохода, прибыли, инвестиций. Управление доходами в гостиничном бизнесе. Налоги и платежи, вносимые предприятиями индустрии туризма в бюджет и во внебюджетные фонды. Упрощенная система налогообложения. Влияние налогового режима на финансовые результаты предприятия

8. Туристское страноведение.

Туристское страноведение и его место в системе дисциплин. Основные понятия, цели и задачи туристского страноведения. Функции туристского страноведения. Методика страноведческого исследования. Географическое положение как фактор и условие развития территории. Компоненты природы и их воздействие на развитие туризма. Страноведческое исследование населения страны. Историческая характеристика в страноведении. Художественная, этнографическая, массовая культура, их значение для туризма. Цивилизационные регионы мира. Страноведческий анализ политических особенностей стран. Политические условия развития туризма в разных типах стран. Экономические условия развития туризма. Основные группы отраслей промышленности, сельского хозяйства, транспорта, сферы услуг в туристском страноведении. Отрасли международной специализации. Страноведческие методы исследования территории и окружающей среды. Влияние конфигурации и размеров территории стран на развитие туризма. Понятие «окружающая среда» в туристском страноведении. Анализ наиболее существенные характеристики территории. Использование страноведческих характеристик для создания и продвижения туристского продукта территории. Образ и бренд территории, его использование в туризме.

9. Рекреационная география и география туризма.

Определение и задачи рекреационной географии, места рекреационной географии в системе наук. Становление и развитие рекреационной географии в мире. Базисная модель территориальной рекреационной системы (по В.С.Преображенскому). Эволюция представлений о ТТРС. Территориальная туристско-рекреационная система (ТТРС) как предмет исследования рекреационной географии. Иерархические уровни ТТРС. Факторы формирования и развития ТТРС. Рекреационные потребности и мотивы туристско-рекреационной деятельности как генерирующий фактор развития ТТРС. Временные и структурные аспекты формирования ТТРС. Туристско-рекреационный потенциал территории как базис развития рекреации и туризма. Туристско-рекреационные ресурсы: понятие, классификация, характеристика, методы оценки. Природные туристско-рекреационные ресурсы. Культурно-исторические туристско-рекреационные ресурсы. Социально-экономические туристско-рекреационные ресурсы, в том числе инфраструктурные, инвестиционные, инновационные, информационно-технологические, кадровые.

Экологическая обстановка территории, ее влияние на развитие рекреации и туризма. Оценка туристско-рекреационного потенциала территории с использованием геоинформационных технологий. Российская Федерация на международном туристском рынке. Географические особенности развития рекреации и туризма в РФ. Программно-целевой метод и использование механизмов государственно-частного партнерства в туризме. География туризма как научная дисциплина. Предмет и содержание географии туризма. Познавательная и преобразовательная задачи географии туризма. Основные понятия и категории географии туризма. Место географии туризма в системе наук. Эволюция взглядов отечественных и западных географов на предмет, задачи и содержание географии туризма. Периодизация истории географии туризма. Новейшие зарубежные концепции географии туризма. Пространственные модели туристских путешествий. Туристско-рекреационное районирование территории. Географические аспекты формирования туристского спроса и предложения. Туристские регионы мира. Страны-лидеры мирового туристского рынка. Географические особенности формирования мировых туристских потоков. Современное состояние географии туризма в туристских регионах мира, ключевых туристских дестинациях и в России. Методология и методика туристско-географических исследований. Современные общенаучные подходы к исследованиям туризма.

10. Маркетинг в туризме.

Сущность, содержание, основные понятия туристского маркетинга. Концепция туристского маркетинга. Содержание и функции маркетинговой концепции. Основные принципы туристского маркетинга. Маркетинговые исследования туристского рынка. Структура туристского рынка. Оценка конъюнктуры рынка. Определение емкости рынка. Маркетинговые исследования туристского продукта. Структура туристского продукта. Позиционирование продукта. Маркетинговые исследования конкурентов. Конкурентная среда туристского предприятия. Маркетинговые исследования потребителей туристских услуг. Факторы, оказывающие влияние на потребителей. Мотивы поведения потребителей. Сегментация рынка туристских услуг, критерии и признаки сегментации. Целевой рынок туристских услуг, методика поиска целевых сегментов. Позиционирование туристского продукта. Формирование маркетинговой стратегии. Сущность стратегического маркетингового планирования. Планирование целей туристского предприятия. Выбор и оценка стратегии. Разработка программы стратегии. Маркетинговая продуктовая стратегия туристского предприятия. Формирование продуктовой стратегии. Оптимизация структуры предлагаемых турпродуктов. Разработка и внедрение продукта-новинки. Маркетинговая ценовая стратегия туристского предприятия. Цена в комплексе маркетинга туристского предприятия. Внешние факторы процесса ценообразования. Выбор метода ценообразования. Определение и реализация ценовой стратегии. Маркетинговая сбытовая стратегия туристского предприятия. Каналы сбыта туристского продукта. Выбор посредников и определение приемлемой формы работы с ними. Маркетинговая

коммуникационная стратегия туристского предприятия. Реклама и пропаганда в комплексе маркетинговых коммуникаций. Сущность, цели и направление туристской пропаганды. Особенности и виды туристской рекламы. Средства распространения туристской рекламы. Фирменный стиль туристского предприятия. Организация и контроль маркетинга туристского предприятия. Организация маркетинга на туристском предприятии. Система маркетингового контроля.

11. Менеджмент в туризме.

Сущность современного менеджмента. Основные подходы к определению менеджмента. Менеджмент и управление. Менеджмент как тип рыночного управления. Эволюция управленческой мысли. Управленческие революции. Развитие теории и практики менеджмента. Процессный подход в менеджменте. Природа и состав функций менеджмента. Необходимость формирования системы стратегического планирования. Отличительные черты долгосрочного и стратегического планирования. Понятие «стратегии» и «тактики» в менеджменте. Роль целей в управлении организацией. Понятие миссии организации. Классификация целей. «Дерево целей» организации. Анализ внешней и внутренней среды. Метод SWOT. Анализ стратегических альтернатив. Матрица БКГ. Выбор стратегии. Управление реализацией стратегии. Оценка стратегии. Понятие и значение организации в менеджменте. Сущность управленческих полномочий. Виды управленческих полномочий. Полномочия и ответственность. Мотивация деятельности в менеджменте. Общая характеристика мотивации. Мотивация и стимулирование. Сущность мотивационного процесса. Содержательные теории мотивации: теория иерархии потребностей А. Маслоу; теория ERG К. Альдерфера; теория приобретенных потребностей Д. Мак Клелланда; теория двух факторов Ф. Герцберга. Роль решений в менеджменте. Особенности управленческих решений. Классификация управленческих решений. Этапы процесса принятия решений. Учет риска при принятии решений.

12. Экономика и статистика туризма.

Индустрия туризма и гостеприимства как межотраслевой комплекс и его роль в системе национального хозяйства. Индустрия туризма и гостеприимства и туристский рынок. Предпосылки возникновения туристского рынка. Функции и роль туристского рынка. Механизм функционирования рынка туристских и гостиничных услуг. Организационно-экономические процессы в индустрии туризма и гостеприимства. Специализация, кооперация, концентрация и интеграция в туризме и гостеприимстве. Продуктовая дифференциация в туризме и гостеприимстве. Структура рынка туризма и гостеприимства. Ценообразование на турпродукты. Возникновение транснациональных корпораций в сфере международного туризма. Экономическое значение индустрии туризма и гостеприимства. Оценка вклада туризма в национальную экономику. Государственное регулирование рынка туристских и гостиничных услуг. Налоговая система и развитие туризма и гостеприимства. Инвестиции в

индустрию туризма и гостеприимства. Рынок туризма и гостеприимства в Российской Федерации. Тенденции и перспективы развития индустрии туризма и гостеприимства в XXI в. Система показателей статистики туризма: назначение, принципы построения, состав. Принципы статистики туризма. Основные требования к статистической информации. Основные подсистемы показателей статистики туризма. Показатели статистики туристских потоков. Статистика туристских доходов и расходов. Методика определения доходов от туризма и отражения туристских расходов в Системе национальных счетов (СНС). Виды и состав туристских доходов и расходов. Группировки туристских доходов и расходов. Статистика индустрии туризма. Статистика туристского рынка. Показатели спроса, предложения и конъюнктуры на туристском рынке. Статистика туристских инвестиций. Организация статистики туризма. Основные методы сбора первичной информации о туризме. Основные направления совершенствования статистики туризма. Перспективы развития статистики туризма.

13. Информационные технологии в рекреации и туризме.

Технология и архитектура глобальных систем бронирования третьего поколения. Инвенторные системы авиакомпаний. Различные способы и механизмы загрузки тарифов в глобальные системы бронирования. Сервера электронных билетов. Интернет сайты как один из вариантов онлайн-продаж. ГИС-технологии в рекреации и туризме. Проблемы и перспективы использования ГИС в туризме. Практическое применение ГИС в туризме. Системный анализ и моделирование в рекреации и туризме.

14. Туристско-рекреационное проектирование и экспертиза проектов.

Понятие «туристско-рекреационное проектирование». Туристско-рекреационное проектирование: цели, задачи, методологические основы, оценка рисков. Научно-методические подходы к туристско-рекреационному проектированию. Объекты и субъекты проектирования. Туристские дестинации: определение, классификация, специализация, эволюция и жизненный цикл. Туристско-рекреационная экспертиза туристской дестинации. Емкость туристской дестинации. Географические основы устойчивого развития рекреации и туризма. Туристско-рекреационные кластеры (ТРК) как основной объект проектирования. Определение, виды, классификация, основные участники ТРК. Основные этапы проектирования ТРК. Технологии проектирования. Организационно-управленческий этап проектирования ТРК. Научно-методический этап проектирования ТРК. Ресурсный метод в проектировании. Туристско-рекреационные ресурсы, как основа туристско-рекреационного проектирования. Классификация туристско-рекреационных ресурсов. Природные, культурно-исторические, социально-экономические и информационные туристско-рекреационные ресурсы. Подходы к оценке туристско-рекреационных ресурсов. Научно-методические подходы к формированию туристско-рекреационного паспорта территории. Туристско-рекреационный потенциал территории как совокупность частных потенциалов.

Использование метода классификации для оценки туристско-рекреационного потенциала. Использование социологических методов при проектировании туристско-рекреационных объектов и специализированных территорий. Методы социологических опросов, экспертное интервьюирование, типы вопросов, осуществление выборки респондентов. Проектировочный этап, формирования ТРК. Основные принципы подготовки проектной документации. СНиПы, ГОСТы, нормативно-правовая строительная документация. Эстетические и функциональные принципы проектирования туристско-рекреационных пространств. Туристско-рекреационная экспертиза документации. Источники и объемы финансирования проектов. Инженерный этап. Механизмы государственно-частного партнерства. Формы взаимодействия государства и бизнеса. Нормативно-правовая база ГЧП. Использование нормативного и индикационного подходов при проектировании ТРК. Управленческий этап проектирования ТРК. Создание ТИЦ. Функции и принципы работы ТИЦ. Кадровый этап. Принципы создания региональной системы подготовки кадров «под ключ». Примеры взаимодействия с ведущими научными центрами по научному и кадровому сопровождению создания проектов ТРК и иных разработок по развитию индустрии туризма.

Методика разработки целевых программ устойчивого развития рекреации и туризма для различных дестинаций (на примере субъектов РФ). Государственная и региональная политика развития рекреации и туризма на современном этапе в России.

Проектирование туристского продукта: выбор вида тура, взаимодействие туроператоров с поставщиками услуг по перевозке, размещению, питанию туристов, предоставлению программных услуг. Проектирование туристского продукта: специфика разработки туров въездного, выездного и внутреннего туризма.

15. Технологии и территориальная организация туризма.

Туризм как системный объект изучения. Классификация видов туристской деятельности. Массовые виды туристской деятельности. Специальные (программные) виды туристской деятельности. Купально-пляжный туризм и активный (спортивный) туризм как массовые направления туризма, их технологические особенности и территориальная организация в мире и в РФ.

Экологический туризм как феномен нашего времени. Туризм «мягкий» и «жесткий». Понятие устойчивого туризма. Экотуризм на ООПТ в мире и в России. Экологические тропы. Допустимые нагрузки при развитии экотуризма. Правила поведения в экотуризме. Лечебно-оздоровительный туризм как часть мирового туристского рынка. Отраслевая структура лечебно-оздоровительного туризма. Рекреационные основы туристского дела. Теоретические основы функционирования курортных комплексов. Территориальная организация мирового лечебно-оздоровительного туризма. Модели развития лечебно-оздоровительного туризма и их трансформация. Особенности развития лечебно-оздоровительного туризма в России. Религиозный туризм как самостоятельный вид туризма. Краткая история и классификация религий. Христианство, ислам,

буддизм, индуизм (история, направления, догматика, культ, праздники, святые места, паломничество). Другие религии. Родо-племенные культы. Православие и другие традиционные религии России. Ведущие центры и объекты паломничества. Новые религиозные движения в России и мире. Влияние религий на общество, экономику, туризм. Технологические особенности и территориальная организация специальных видов туристской деятельности: круизный туризм, деловой туризм, образовательный туризм, гастрономический туризм, экстремальный туризм, сельский туризм. Другие виды тематического туризма в мире и в РФ. Современные тенденции развития туризма в мире.

Вопросы государственного экзамена бакалавриата по направлению «Туризм»

1. Дайте определение понятиям «досуг», «туризм», «рекреация».
2. Влияние промышленной революции на становление и развитие туризма.
3. Основные этапы развития туризма в Западной Европе и Америке.
4. Причины становления туристской индустрии в XIX в.
5. Основные центры зарождения туризма в России.
6. Международные организации по туризму. Роль ООН в развитии международного туризма, деятельность ЮНВТО.
7. Первые туристские организации в Советском государстве. Их цели и задачи.
8. Основные тенденции развития международного туризма на современном этапе. Страны-лидеры в туристской индустрии.
9. Туристская индустрия: понятие, структура, прогнозы развития.
10. Страноведение как научная дисциплина. Основные задачи страноведения. Методы страноведческих исследований.
11. Комплексное и проблемное страноведение. Современное страноведение и туризм, их связь.
12. Природно-ресурсный потенциал территории и его значение для развития туризма.
13. Культурно-исторический потенциал территории и его значение для развития туризма.
14. Демографическая характеристика населения территории и ее значение для развития туризма.
15. Основные мировые религии и их распространение по странам и континентам. Конфессиональное страноведение.
16. Типология стран мира по уровню экономического развития. Влияние экономики страны на развитие туризма.
17. Политические особенности стран мира и их влияние на развитие туризма.
18. Международная специализация страны, ее роль в развитии туризма.
19. Размещение, урбанизация и миграции населения. Роль этих факторов в развитии туризма.

20. Использование элементов страноведческой характеристики для создания и продвижения туристского продукта территории.
21. Понятие территориальной рекреационной системы. Эволюция представлений о ТРРС, как предмете исследования рекреационной географии.
22. Туристско-рекреационные ресурсы: понятие, виды, классификация. Подходы к оценке.
23. Объект, предмет и задачи географии туризма. Место географии туризма в системе наук. Основные методы туристско-географических исследований.
24. Общественные предпосылки возникновения географии туризма как научной дисциплины и основные исторические этапы ее развития.
25. Развитие рекреационной географии и географии туризма во второй половине XX в. Ведущие зарубежные и отечественные школы туристско-географических исследований.
26. Пространственные модели туристских путешествий. Модель жизненного цикла Р. Батлера.
27. Туристская дестинация: понятие, виды, стратегии функционирования. Модель развития туристской дестинации С. Плога.
28. Основные туристские регионы мира. Географические особенности формирования и распространения туристских потоков.
29. Туристско-рекреационное районирование. Научно-методические подходы. Туристско-рекреационное районирование Российской Федерации.
30. Характеристика развития туризма в Европейском туристском регионе.
31. Характеристика развития туризма в Американском туристском регионе.
32. Характеристика развития туризма в Азиатско-Тихоокеанском туристском регионе.
33. Характеристика развития туризма в Африканском туристском регионе.
34. Характеристика развития туризма в Ближневосточном туристском регионе.
35. Дайте характеристику развития туризма в регионах Российской Федерации. Что мешает полноценному развитию туризма в России?
36. Возможности использования геоинформационных технологий для рекреационной географии и туризма.
37. Картографические базы и банки данных. Источники данных для геоинформационного обеспечения туристской деятельности.
38. Пространственный анализ данных и математико-картографическое моделирование для обеспечения туристской деятельности. Понятие о геомаркетинге
39. Методы геоинформационного картографирования для создания туристских карт. Картографирование туризма: классификации карт, их назначение.
40. Требования к ГИС, предназначенным для использования в туристской деятельности. Интернет-сервисы в рекреационной географии и туризме.
41. Сущность и задачи маркетинговых исследований в туризме. Методические основы маркетинговых исследований.
42. Маркетинговые исследования туристского рынка. Оценка конъюнктуры рынка. Определение емкости рынка. Основы сегментации рынка туристских услуг.

43. Маркетинговые исследования туристского продукта. Структура туристского продукта. Жизненный цикл туристского продукта.
44. Маркетинговые исследования конкурентов. Конкурентная среда предприятий туристической индустрии. Элементы анализа конкурентов.
45. Маркетинговые исследования потребителей туристских услуг. Мотивы поведения потребителей. Факторы, оказывающие влияние на потребителей туристских услуг.
46. Реклама в туризме. Виды, каналы рекламы. Разработка рекламной кампании. Социальные сети как инструмент рекламы. Сущность и направления туристской пропаганды.
47. Сущность стратегического маркетингового планирования. Ситуационный анализ. Планирование целей предприятия. Разработка программы маркетинга.
48. Маркетинговая стратегия туристского предприятия. Продуктовая, ценовая и сбытовая стратегии туристского предприятия.
49. Система стратегического управления на предприятиях туристской индустрии. Типы стратегий бизнеса.
50. Анализ внешней и внутренней среды функционирования предприятия. Метод SWOT-анализа.
51. Человеческие ресурсы на предприятиях туристской индустрии. Система мотивации и контроля работников.
52. Типы туристских организаций по взаимодействию с внешней и внутренней средами, структура организаций.
53. Нормативно-правовая база, регулирующая туристскую деятельность в России.
54. Туристский продукт: понятие, виды и классификация, подходы к проектированию (созданию).
55. Типология туристских предприятий, особенности функционирования туроператорских и турагентских компаний на российском рынке.
56. Организация и технологии работы туристской фирмы с другими предприятиями туристской индустрии.
57. Финансовое обеспечение деятельности туристских предприятий.
58. Этапы комплексной программы продвижения туристского продукта туристской компании.
59. Этапы комплексной программы продвижения туристского продукта туристской дестинации.
60. Особенности работы туристской фирмы на рынке внутреннего туризма.
61. Особенности работы туристской фирмы на рынке въездного туризма.
62. Особенности работы туристской фирмы на рынке выездного туризма.
63. Исторические этапы и современное состояние развития гостиничной индустрии.
64. Стандартизация и сертификация услуг предприятий туристской индустрии.
65. Система классификации гостиничных предприятий.
66. Процессы интеграции, диверсификации и слияния в туризме и гостеприимстве. Глобализация гостиничного бизнеса. Гостиничные цепи в России и за рубежом.
67. Организационная структура и технологические аспекты деятельности гостиничных предприятий.

68. Информационные технологии в деятельности гостиничных предприятий.
69. Качество как средство повышения конкурентоспособности гостиничных предприятий.
70. Ценовая политика гостиничного предприятия.
71. Туристские формальности: виды, нормативно-правовая база.
72. Безопасность в туризме. Страхование в туризме.
73. Транспортные предприятия. Услуги по перевозке туристов.
74. Туризм и рекреация на пути устойчивого развития.
75. Туристские потоки. Неравномерность туристских потоков. Методы статистического учета туристских потоков.
76. Сезонность функционирования туристского рынка. Признаки сезонности. Факторы сезонных колебаний в туризме. Расчет индексов сезонности.
77. Туристский спрос. Основные подходы к изучению. Статистические показатели туристского спроса. Эластичность спроса. Основные тенденции и модели туристского спроса на современном этапе.
78. Туристские расходы. Методы статистического учета туристских расходов.
79. Туристское предложение. Статистические показатели туристского предложения. Современные особенности.
80. Принципы построения вспомогательного (сателлитного) счета в туризме. Направления совершенствования статистического учета в туризме.
81. Сущность и содержание рынка туризма и гостеприимства. Основные функции рынка туризма и гостеприимства. Структура рынка туризма и гостеприимства. Типы рыночных структур.
82. Политика государства в области туризма и гостеприимства и механизм ее реализации.
83. Туристский мультипликатор и его экономический смысл. Механизм действия мультипликатора доходов от туризма.
84. Классификация видов туризма. Массовые виды туристской деятельности.
85. Лечебно-оздоровительный туризм: понятие, структура, технология организация и проектирования, центры.
86. Культурно-познавательный туризм: понятие, структура, технология организация и проектирования, центры.
87. Экологический туризм: понятие, структура, технология организация и проектирования, центры.
88. Деловой туризм: понятие, структура, технология организация и проектирования, центры.
89. Спортивный туризм: понятие, структура, технология организация и проектирования, центры.
90. Событийный туризм: понятие, структура, технология организация и проектирования, центры.
91. Туристско-рекреационное проектирование: понятие, научно-методические подходы, основные принципы.
92. Туристско-рекреационные кластеры: понятие, виды, классификация.
93. Технология проектирования туристско-рекреационных кластеров.
94. Мировые тенденции в развитии индустрии туризма и гостеприимства в XXI в.

95. Механизмы государственно-частного партнерства в туризме.

Литература:

1. Александрова А.Ю. Международный туризм: Учебник. М., 2010.
2. Александрова А.Ю., Соболева Е.А., Цапук Д.А., Новиков В.С. Статистика туризма. - М.: Федеральное агентство по туризму, 2014, 449 с.
3. Боголюбов В.С., Орловская В.П. Экономика туризма: Учеб. пособие. М., 2005.
4. Виханский О.С. Стратегическое управление.- М.: Экономистъ, 2006.
5. Виханский О.С., Наумов А.Н. Менеджмент. – М.: Гардарики, 2006.
6. География туризма: Учебник / Под ред. Александровой А.Ю.. М.: КНОРУС, 2013.
7. Геоинформатика: Учеб. для студ. вузов / Е.Г. Капралов, А.В. Кошкарев, В.С. Тикунов и др., под ред. В.С. Тикунова. – М.: издат. центр «Академия», 2005. – 480с.
8. Гуляев В.Г., Селиванов И.А. Туризм: экономика, управление, устойчивое развитие: учебник. Российская международная академия туризма. – М.: Советский спорт, 2008. – 280 с.
9. Дурович А.П. Организация туризма: Учебное пособие. – СПб: Издательский дом «Питер», 2009. – 320 с.
10. Здоров А.Б. Экономика туризма. М., 2007.
11. История туризма : учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / М.В. Соколова. – 6-е изд., стер. – М. : Издательский центр «Академия», 2010.
12. История туризма в Российской империи, Советском Союзе и Российской Федерации: 1696г. – современность : учеб. пособие для вузов / Г.П. Долженко Г.П., Ю.С. Путрик. М.: Ростов н/Д: МарТ: Феникс, 2010.
13. Книжников Ю.Ф., Кравцова В.И., Тутубалина О.В. Аэрокосмические методы в географических исследованиях: Учебник для ВУЗов. – М.: издат. центр
14. Косолапов А.Б. Туристское страноведение. Европа и Азия: учебно-практическое пособие / А. Б. Косолапов. - М.: КНОРУС, 2008. – 395 с.
15. Косолапов А.Б. Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности. – М.: КноРус, 2010.
16. Кружалин В.И., Мироненко Н.С., Зигерн-Корн Н.В., Шабалина Н.В. География туризма. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014, 336 с.
17. Романов В.А., Цветкова С.Н., Шевцова Т.В., Каращенко В.В. Гостиничные комплексы. Организация и функционирование. Учебное пособие. – Ростов-на-Дону: «МарТ», 2010.
18. Сапожникова Е.Н. Страноведение: Теория и методика туристского изучения стран: учебное пособие. – М.: Изд. центр «Академия», 2008. – 240 с.
19. Туризм и гостиничное хозяйство. Учебник. / Под ред. А.Д. Чудновского. – М.: Экмос, 2007.
20. Ушаков Д.С. Прикладной туроперейтинг: учеб. пособие.- Ростов н/Д: Ишд-во «МарТ», 2006.

Дополнительная литература:

21. Горбылева З. М. Экономика туризма: Практикум. Минск, 2002.
22. Джанджугазова Е.А. Маркетинг туристских территорий: Учебное пособие – М, издательский центр «Академия», 2006
23. Дмитриевский Ю.Д. Туристские районы мира: Учебное пособие – Смоленск, СГУ, 2000
24. Дурович А. П. Маркетинг в туризме: Учебное пособие. - 2-е изд., перераб. и доп. - Минск: Новое знание, 2001. - 495с.
25. Дурович А.П. Менеджер турагентства. – Изд-во: Современная школа, 2010.
26. Карнаухова В.К., Краковская Т.А. Сервисная деятельность: учебное пособие / Под общ. ред. Ю.М. Краковского. – М: ИКЦ «МарТ»; Ростов н/Д: Издательский центр «МарТ», 2006. – 256 с.
27. Колотова Е.В. Рекреационное ресурсоведение: Учебное пособие – М., изд-во РМАТ, 1999.
28. Крючков А.А. История международного и отечественного туризма. М., 1986
29. Ляпина И.Ю. Организация и технология гостиничного обслуживания. Учебник – М.; Профобриздат, 2004.
30. Машбиц Я.Г. Основы страноведения: Книга для учителя – М., Просвещение, 1999
31. Международные стандарты обслуживания для предприятий гостиничной индустрии. Н.Ю. Володоманова, М.А.Морозов, А.Н. Умнов. – М.: ИПФ «Талер», 2001. – 104 с.
32. Мироненко Н.С. Страноведение: теория и методы: Уч. пособие для вузов – М., Аспект-Пресс, 2001
33. Морозов М. А. Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме. –М.: Издательский центр «Академия», 2008. – 288с.
34. Окладникова Е.А. Международный туризм. География туристских ресурсов мира: Учебное пособие – СПб., изд-во ОМЕГА-Л, 2002.
35. Организация и управления гостиничным бизнесом. Учебник. / Под. ред. А.Л. Лесника, И.П. Мащицкого, А.В. Чернышева. -М.: «Интел универсал», 2006.
36. Сапожникова Е.Н. Страноведение: Теория и методика туристского изучения стран. Учеб. пособие – М., издательский центр «Академия», 2004
37. Севастьянов Д.В. Основы страноведения и туризма: Учеб. пособие – СПб, С.-Петербургский гос. ун-т, 2003
38. Соколова М.В. История туризма. М., 2001.
39. Социально-экономическая география зарубежного мира: учебник /под ред. В.В.Вольского – 3-е изд., испр. – М., Дрофа, 2005
40. Стаханов В.Н., Стаханов Д.В. Маркетинг сферы услуг: Учебное пособие. - М.: Экспертное бюро, ПРИОР, 2001. - 155с.
41. Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в РФ», 1996.
42. Федеральный закон «О защите прав потребителя»
43. Экономическая и социальная география России: учебник для вузов / под ред. проф. А.Т.Хрущева - 3-е изд., перераб. и доп. – М., Дрофа, 2006.
44. Яковлев Г.А. Экономика и статистика туризма: Учеб. пособие. М., 2002.

Периодическая литература:

1. Туризм: практика, проблемы, перспективы (журнал).
2. Маркетинг в России и за рубежом (журнал)
3. Практический маркетинг (журнал)
4. Маркетинговые исследования в России и за рубежом (журнал)
5. Турбизнес (журнал)
6. Отель (журнал)

Рекомендации по использованию Интернет-ресурсов и других электронных информационных источников:

- Российский союз туриндустрии- <http://www.rata.ru/>
- Российская гостиничная ассоциация - <http://www.rha.ru>
- Федерация рестораторов и отельеров - <http://www.new.frio.ru/> -
- Всемирная туристская организация - WTO-UN.
<http://www.unwto.org/index.php>
- Всемирная ассоциация гостиниц и ресторанов - International Hotels & Restaurants Association - <http://www.ih-ra.com/> -
- Всемирная туристская организация ООН - www.unwto.org
- Статистический справочник по странам мира World Factbook на сайте Центрального разведывательного управления США - www.cia.gov
- Официальный сайт ЮНЕП ООН - www.unep.org –
- Информационная база данных Федерального агентства по туризму <http://www.russiatourism.ru>
- Статистическая база Всемирного Совета по туризму и путешествиям – www.wttc.org
- ГИС-Ассоциация России - <http://www.gisa.ru>
- Федеральное агентство по туризму РФ - www.russiatourism.ru
- Официальный сайт ЮНЕСКО- www.unesco.org
- Информационная база данных Федеральной службы государственной статистики РФ <http://www.gks.ru/>
- Список объектов Всемирного наследия по странам мира– www.unesco.org