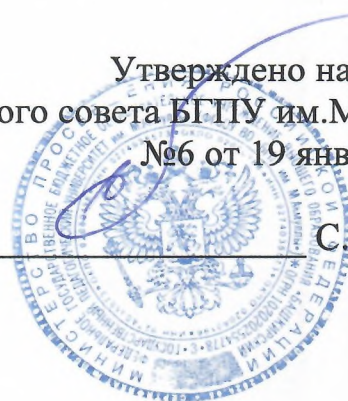


**МИНПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИИ**  
**Федеральное государственное образовательное учреждение**  
**высшего образования**  
**«Башкирский государственный педагогический университет**  
**им. М.Акмуллы»**  
**(ФГБОУ ВО «БГПУ им. М.Акмуллы»)**

Утверждено на заседании  
Ученого совета БГПУ им.М.Акмуллы  
№6 от 19 января 2026 г.  
ректор  
С.Т. Сагитов



**ПРОГРАММА**  
**ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ**  
**ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ НАПРАВЛЕННОСТИ**  
**ПО ПРОГРАММАМ БАКАЛАВРИАТА И СПЕЦИАЛИТЕТА**

**ОРГАНИЗАЦИЯ ТУРИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Программа вступительных испытаний разработана на основе  
Федерального государственного образовательного стандарта  
среднего профессионального образования

Уфа

## **1. Особенности проведения вступительного испытания**

На выполнение вступительного испытания по «Организация туристской деятельности» дается 60 минут. Работа включает в себя 25 заданий (тестовые задания). Оценивается по 100-балльной шкале. Баллы выставляются за полностью верно выполненное задание.

Поступающие с ограниченными возможностями здоровья имеют право на увеличение времени (но не более чем на 1,5 часа).

**Вступительное испытание проводится с использованием дистанционных технологий** (инструкция прохождения вступительного испытания и получения логина и пароля):

Для прохождения вступительных испытаний поступающий должен иметь персональный адрес электронной почты, на который ему будет направлена информация для доступа к заданиям.

Вступительные испытания проходят в соответствии с утвержденным расписанием и процедурой идентификации личности.

Вступительные испытания могут проводиться в следующих форматах:

- с применением функционала электронной информационной системы (единая информационная система управления учебным процессом «Tandem University» (далее – «личный кабинет абитуриента»).

Перечень требований к программно-техническому оснащению рабочего места поступающего для прохождения вступительных испытаний:

А) Компьютер, отвечающий следующим минимальным требованиям:

- тактовая частота процессора - не менее 1 ГГц;
- не менее 512 Мб оперативной памяти;
- не менее 32 Мб видеопамати;
- не менее 5 Гб свободного места на жёстком диске;
- веб-камера с разрешением не менее 2 Мпикс (при необходимости);
- микрофон (при необходимости);
- колонки/наушники (при необходимости).

Б) Возможно применение планшета со схожими характеристиками при условии его стационарного размещения на время проведения испытания.

Требование к телекоммуникационной сети: возможность доступа в сеть Интернет на скорости не ниже 1 Мбит/сек. Абитуриенты самостоятельно обеспечивают и оплачивают доступ к телекоммуникационным каналам передачи данных в сетях общего пользования (Интернет) и берут на себя ответственность за стабильность подключения сети Интернет.

Программное обеспечение:

- установленные драйверы для всех перечисленных выше периферийных устройств.

- текстовый редактор.

- графический просмотрщик изображений в форматах jpg, png, gif.

Абитуриент не имеет права во время вступительных испытаний:

привлекать помощь третьих лиц;

- предоставлять доступ к компьютеру посторонним лицам;

- использовать учебную и справочную литературу, конспекты и иную вспомогательную литературу, не предусмотренную программой вступительных испытаний;
- искать информацию в сети Интернет;
- открывать дополнительные окна в браузере;
- использовать любые мобильные и компьютерные устройства, кроме персонального компьютера, на котором осуществляется прохождение вступительного испытания.

## **2. Перечень разделов для подготовки поступающих к сдаче вступительного испытания**

### **Раздел 1. «Основы и история туризма»**

#### **Тема 1. Основные этапы истории туризма (с древности до XVII в.). История туризма и путешествий (XVII – XIX вв.)**

Путешествия в древнем мире (Египет, Китай, Финикийцы). Путешествия древних греков и римлян. Великие географические открытия XV – XVI вв. Открытие и освоение новых земель в Центральной и Южной Америке. Путешествия английских мореплавателей к северной Америке. Освоение новых земель русскими путешественниками и мореплавателями в XVII и XIX вв.

#### **Тема 2. Туристско-экскурсионная работа в СССР (1927 – 1990 гг.)**

Организация экскурсионного дела в 1927 – 1936 гг. Расширение сети туристских организаций и клубов в 50 – 70-е годы в СССР. Состояние туристского дела в России на современном этапе.

#### **Тема 3. Теоретические основы туризма**

Введение в туризм. Основные термины и понятия в туризме. Закон об основах туристской деятельности. Туризм как система. Экономический и социокультурный феномен туризма. Современные тенденции развития туризма в России и за рубежом. Функции и факторы развития туризма. Общая характеристика функциональной структуры туризма. Общекультурные и профессиональные компетенции специалиста по туризму. Факторы развития туризма. Роль государственной политики.

### **Раздел 2. «Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности»**

**Тема 1. Понятие, виды и технологии организации деятельности туроператоров, турагентов и контрагентов туристской деятельности**  
Основные понятия и категории предмета. Дефиниции понятий «турист», «туризм», «туристская отрасль», «туристская индустрия», «туристский кластер» и др. Типология туристов и их мотивация. Функции, присущие туристскому отдыху.

Туроператоры как субъекты рынка туризма. Классификация туроператоров. Инициативные и рецептивные туроператоры и их особенности. Аутгоинговые, инкаминговые и инсайд-туроператоры. Профиль работы туристического оператора. Функции туроператора. Виды турагентов. Взаимосвязь между туроператорами и турагентами.

Схема сотрудничества туроператора: с Meet-компаний, гостиничных предприятий, авиакомпаний, железных дорог, автотранспортного хозяйства. Технологии организации круизов. Визовая поддержка туристов.

## **Тема 2. Туристские ресурсы**

Природные, исторические, социально-культурные объекты, включающие объекты туристского показа. Туристская территория. Экология и туризм. Пропускной потенциал. Национальные парки и резервации, заповедники, охраняемые территории. Тематические парки. Экологический туризм.

## **Тема 3. Туристская индустрия и инфраструктура**

Инфраструктура туризма. Компоненты системы туризма. Виды туристских предприятий. Туристская инфраструктура. Туроператоры и турагенты. Потребитель туристских услуг. Туристские технологии. Туристские дестинации и их анализ (на выбор).

Гостиничный сервис и туризм. Ресторанный сервис и туризм. Транспортное обслуживание в туризме. Страхование в туризме. Банковские и финансовые услуги: их роль в развитии туризма. Роль информационных услуг в развитии туризма и индустрии досуга (мультимедийные справочники и каталоги, информационные порталы). Виды поставщиков услуг в туризме. Договор между туроператорами. Договора с поставщиками услуг туроператора, с гостиничным предприятием, с предприятием питания, автотранспортным предприятием, музеем и экскурсионной фирмой.

## **Раздел 3. «Организация туризма на международном рынке»**

### **Тема 1. Туристский рынок**

Понятие свободного рынка. Характеристика свободного рынка. Функции туристского рынка. Условия развития туристского рынка. Характеристика туристского рынка. Классификация туристского рынка.

Конъюнктура и сегментация туристского рынка. Основные элементы туристского рынка: спрос, предложение, цена. Рыночная конкуренция. Участники рынка.

### **Тема 2. Характеристика туристского продукта**

Туристский продукт. Тур. Туристские товары. Туристские услуги. Виды и категории туризма. Туристское потребление. Туристские факторы. Особенности и свойства туристского продукта. Специфика туристских услуг.

### **Тема 3. Факторы развития международного туризма**

Политические факторы: глобализация, вооруженные конфликты, визовые формальности. Социально-экономические факторы: демография, занятость, доходы населения, прожиточный минимум, покупательная способность, инвестирование, экономический кризис, государственное финансирование.

Природно-климатические и историко-культурные факторы. Материально-технические и технологические факторы. Институциональные и структурно-организационные факторы. Факторы безопасности и сезонности. Классификация факторов.

## **Раздел 4 «Управление персоналом в туризме»**

### **Тема 1. Управление человеческими ресурсами как единство методологии, науки и искусства**

Теория системы как основа системы категорий управления человеческими ресурсами. Синергия как важнейшее свойство системы. Понятие «управления». Организация управления в природной и социальной сферах. Основные категории управления персоналом. Цели и задачи управления персоналом. Принципы, эволюция принципов управления персоналом фундаментальные принципы управления П. Друкера, основные функции (планирование, организация, мотивация, контроль) специальные функции управления персоналом, методы управления и маркетинг персонала персоналом. Категории информация, коммуникации, решение. Закон управленческого решения. Эволюция института службы кадров.

### **Тема 2. Персонал – важнейший фактор экономического успеха современной организации**

Понятие о персонале. Персонал организации как объект управления: Иерархия персонала, социальные группы. Организационная структура персонала. Задачи управления персоналом. Классификация персонала. Место и роль управления персоналом в системе управления организацией.

### **Тема 3. Трудовой потенциал как экономическая категория и его место в системе оценок общественного производства**

Трудовой потенциал как экономическая категория и его место в системе оценок общественного производства. Понятие трудового потенциала. Качества, определяющие трудоспособность персонала. Трудовой потенциал - обобщающий итоговый показатель личного фактора производства. Две группы человеческими ресурсами характеризующих трудовой потенциал. Блок-схема управления численностью и структурой персонала. Показатель развития трудового потенциала.

Методологические основы управления человеческими ресурсами. Концепция управления человеческими ресурсами, ее цели и составные части.

## **Раздел 5 «Маркетинг в туристической деятельности»**

### **Тема 1. Современная концепция маркетинга услуг**

Предмет и содержание дисциплины «Маркетинг в туристской индустрии», ее место в системе дисциплин. Маркетинговое понимание услуги, виды услуг. Эволюция концепций маркетинга услуг. История становления и сущность маркетинга услуг. Специфика маркетинга услуг.

### **Тема 2. Маркетинговая среда как объект исследования и фактор принятия маркетинговых решений. Макросреда маркетинга**

Основные факторы макросреды: демографическая среда; экономическая среда маркетинга; научно-технологические факторы; политико-правовая среда маркетинга; социокультурные факторы; природная среда.

Микросреда маркетинга: потребители, конкуренты, посредники, партнеры, внутренняя среда компании.

Цели и стратегии компании. Принцип организационного поведения –

необходимое правило согласования действий компании при реализации концепции маркетинга.

Организационная структура управления, качество руководства и рыночная позиция компании. Самостоятельность стратегических единиц компании. Основные этапы подготовки маркетингового решения. Правила согласования деятельности стратегических единиц компании. Основные аспекты маркетингового взаимодействия компании с внешней средой.

### **Тема 3. Информационная база маркетинга и маркетинговые исследования. Структура маркетинговой информационной системы (МИС)**

Система маркетинговых исследований. Этапы маркетингового исследования.

Возможные направления маркетинговых исследований для компании. Типы маркетинговых исследований.

Сбор информации и оценка маркетинговой среды: вторичная и первичная маркетинговая информация. Источники маркетинговой информации. Методы сбора первичной информации.

Качественные и количественные методики маркетинговых исследований. Представление результатов исследования.

### **3. Методические рекомендации**

При выполнении заданий теста рекомендуется сначала просмотреть задания и выполнять их последовательно. Если ответ вызывает затруднения, продолжайте выполнять тест, отвечая на следующие вопросы, затем вернитесь к ответу на пропущенные задания.

Необходимо рассчитать время выполнения теста таким образом, чтобы ответить на все вопросы и оставить несколько минут для проверки своих ответов в конце отведенного на тест времени.

Необходимо начать прохождение тестирования не менее чем за 1 час до окончания времени тестирования определенного расписанием

#### **3.1. Примерные задания**

##### **Что такое СЕЗОННОСТЬ в туризме?**

Изменение спроса на туристические услуги в зависимости от времени года

Повышение цен на туристические услуги в пик сезона

Снижение количества туристов в межсезонье

Проведение фестивалей и мероприятий в период высокого сезона

##### **Что такое ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ в туризме?**

Процесс определения стоимости туристического продукта или услуги

Снижение цен для привлечения клиентов

Установление фиксированных цен на все услуги

Проведение акций и скидок

### **Что такое КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ в туризме?**

Способность туристического продукта или направления привлекать больше туристов, чем конкуренты

Снижение цен на туристические услуги

Увеличение количества туристических услуг

Улучшение качества обслуживания

### **Что такое ТУРИСТИЧЕСКИЙ спрос?**

Потребность людей в туристических услугах и товарах, выраженная в форме платежеспособности

Количество туристов, посетивших регион

Количество туристических компаний в регионе

Стоимость туристических услуг

### **Что такое ТУРИСТИЧЕСКОЕ предложение?**

Совокупность туристических услуг и товаров, предлагаемых на рынке

Реклама туристических услуг

Бронирование билетов и гостиниц

Организация экскурсий

### **Что такое ЭЛАСТИЧНОСТЬ спроса в туризме?**

Степень изменения спроса в ответ на изменение цены или других факторов

Повышение цен на туристические услуги

Снижение спроса в межсезонье

Проведение рекламных кампаний

### **Что такое ТУРИСТИЧЕСКАЯ инфраструктура?**

Совокупность объектов и систем, обеспечивающих функционирование туризма

Строительство новых гостиниц

Ремонт дорог

Проведение фестивалей и мероприятий

### **Что такое СТРАТЕГИЧЕСКИЙ маркетинг в туризме?**

Долгосрочное планирование и управление маркетинговой деятельностью компании или направления с целью достижения конкретных целей

Проведение рекламных кампаний

Снижение цен на туристические услуги

Улучшение качества обслуживания

### **Какие МЕТОДЫ используются для сегментации рынка в туризме?**

Географический

Демографический

Психографический

Экономический

Поведенческий

**Какие ФАКТОРЫ влияют на ценообразование в туризме?**

Себестоимость

Конкуренция

Сезонность

Качество

Спрос

**Какие ЭЛЕМЕНТЫ входят в комплекс маркетинга в туризме («4P»)?**

Product (продукт)

Price (цена)

Promotion (продвижение)

Place (место)

People (люди)

**Какие ВИДЫ маркетинговых коммуникаций используются в туризме?**

Реклама

PR (связи с общественностью)

Прямые продажи

Стимулирование сбыта

Интернет-маркетинг

**Какие ПОКАЗАТЕЛИ используются для оценки эффективности маркетинговой деятельности в туризме?**

Объем продаж

Прибыль

Узнаваемость бренда

Доля рынка

Лояльность клиентов

**Какие ТЕНДЕНЦИИ наблюдаются в современном маркетинге туризма?**

Персонализация

Мобильный маркетинг

Контент-маркетинг

Социальные сети

Искусственный интеллект

## РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. Дейнека А.В. Управление персоналом организации: учебник / А.В. Дейнека. – Москва: Дашков и К°, 2020. – 288 с. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573308>
2. Десслер Г. Управление персоналом: учебное пособие / Г. Десслер; пер. Д.П. Конькова. – Москва: Лаборатория знаний, 2020. – 802 с.:
3. Ивлиева О.В. Природные туристские ресурсы мира: учебник / О.В. Ивлиева, А.В. Шмыткова; Министерство науки и высшего образования РФ, Южный федеральный университет. – Ростов-на-Дону; Таганрог: Южный федеральный университет, 2018. – 247 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php>
4. Истомина Э.Г. Внутренний туризм и туристские ресурсы России: учебное пособие: / Э.Г. Истомина, М.Г. Гришунькина; Министерство науки и высшего образования РФ, Российский государственный гуманитарный университет. – Москва: Российский государственный гуманитарный университет, 2019. – 296 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php>
5. Калужский М.Л. Маркетинг: учебник / М. Л. Калужский. – Изд. 2-е. – Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2021. – 217 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php>
6. Морозов Ю.В. Основы маркетинга: учебное пособие: / Ю.В. Морозов. – Москва: Дашков и К°, 2018. – 148 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index>
7. Новолодская Г.И. Туроператорская и турагентская деятельность: учебное пособие: / Г.И. Новолодская Н.Н. Тушемилова; Байкальский государственный университет. – Иркутск: Байкальский государственный университет, 2021. – 278 с.:– Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=611141>
8. Общая экономическая и социальная география: учебное пособие / М.М. Агафшин, С.А. Горохов, А.А. Лобжанидзе и др. – Москва: Юнити-Дана, 2020. – 128 с.: – (Практический курс). – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page>
9. Остроумов О.В. Туризм. Продвижение российского турпродукта: возможности и реальность / О.В. Остроумов; под ред. Ю.С. Путрик. – Москва: Финансы и статистика, 2021. – 129 с.: – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?>
10. Памятники всемирного природного и культурного наследия России в системе туризма: учебник / А.С. Баранов, Е.И. Богданов, Н.О. Верещагина, И. Г. Филиппова; под ред. Е. И. Богданова. – Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2020. – 311 с.:– Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index>.
11. Сухов Р.И. Организация туристской деятельности: учебник / Р.И. Сухов. – Ростов-на-Дону: Южный федеральный университет, 2016. – 267 с. – Режим доступа: URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=462032>
12. Цахаев Р.К. Маркетинг: учебник / Р.К. Цахаев, Т.В. Муртузалиева. –

Москва: Дашков и К°, 2020. – 550 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?>

13. Юмашева И.А. Маркетинг туризма: учебно-методическое пособие / И.А. Юмашева. – Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2020. – 210 с. – Режим доступа: URL: <https://biblioclub.ru/index.php?>