

НЕГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ИНСТИТУТ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО  
ПРОГНОЗИРОВАНИЯ И МОДЕЛИРОВАНИЯ

Кафедра «Социально-культурный сервис и туризм»

«Утверждаю»  
Первый проректор НОУ ВПО ИСЭПиМ  
Е.В. Терентьева  
«*Е.В. Терентьева*» 2011 г.



**ПРОГРАММА  
ГОСУДАРСТВЕННОГО ЭКЗАМЕНА**

**по специальности**

**100103.65 Социально-культурный  
сервис и туризм**

**Балашиха  
2011**

Программа составлена на основании требований Государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования к содержанию и уровню подготовки выпускников по специальности 100103.65 Социально-культурный сервис и туризм

Составитель: Гужина Г.Н., д.э.н., профессор

Рецензент: В.П. Делия - к.ф.н., профессор, ректор Института социально-экономического прогнозирования и моделирования

Программа обсуждена на заседании кафедры «Социально-культурный сервис и туризм» «7» июня 2011 г., протокол № 10

Заведующий кафедрой



В.Г. Козлов

**СОДЕРЖАНИЕ**

	Стр.
I. Общие положения.....	4
II. Требования государственного образовательного стандарта к уровню подготовки выпускника.....	5
III. Содержание дисциплин .....	7
IV. Литература .....	9
V. Примерный перечень вопросов, выносимых на комплексный междисциплинарный экзамен .....	18
VI. Порядок организации и проведения Комплексного междисциплинарного экзамена .....	21
VII. Критерии оценивания уровня.....	22

## I. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

В соответствии с Государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования специальности 100103.65 Социально-культурный сервис и туризм, утвержденного 27.03.2000 г., № 293 св/сп, выпускники проходят итоговую государственную аттестацию.

Итоговая государственная аттестация включает защиту выпускной квалификационной работы и сдачу государственного экзамена.

К итоговым аттестационным испытаниям, входящим в состав итоговой государственной аттестации, допускаются студенты, успешно завершившие в полном объеме освоение основной образовательной программы по специальности подготовки высшего профессионального образования, в соответствии с требованиями ГОС ВПО.

Государственный экзамен проводится в форме комплексного междисциплинарного экзамена.

Комплексный междисциплинарный экзамен проводится в соответствии с п. 7.2.3. Требования к государственному экзамену специалиста по сервису и туризму Государственного образовательного стандарта.

Утвержденная программа комплексного междисциплинарного экзамена доводится до сведения студентов не позднее, чем за 6 месяцев до начала итоговой государственной аттестации (п. 4.1. Положения «О порядке проведения итоговой государственной аттестации выпускников Института социально-экономического прогнозирования и моделирования»).

**Целями** комплексного междисциплинарного экзамена являются:

1) Оценка уровня освоения учебных дисциплин основной образовательной программы, определяющих профессиональные способности выпускника.

2) Определение соответствия подготовки выпускников квалификационным требованиям ГОС.

Комплексный междисциплинарный экзамен включает итоговый контроль знаний по дисциплинам специальности и специализации:

1) Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме.

2) Менеджмент и маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме.

3) Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме.

4) Техника и технология в социально-культурном сервисе и туризме.

5) Реклама в социально-культурном сервисе и туризме.

6) Инновации в социально-культурном сервисе и туризме.

7) Сервисная деятельность.

Комплексный междисциплинарный экзамен проводится по билетам, в устной форме.

В состав вопросов билета обязательно включается вопрос (вопросы) практической направленности.

Экзаменационные билеты обсуждаются на заседании кафедры и утверждаются заведующим кафедрой не позднее, чем за 10 дней до начала экзамена.

На каждую учебную группу (подгруппу) разрабатывается отдельный комплект экзаменационных билетов.

## **II. ТРЕБОВАНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО СТАНДАРТА К УРОВНЮ ПОДГОТОВКИ ВЫПУСКНИКА**

Выпускник должен отвечать следующим требованиям:

- знать возможности современных научных методов познания природы и владеть технологиями, необходимыми для решения задач, имеющих естественнонаучное содержание и возникающих при выполнении профессиональных функций;
- знать основы современных дисциплин о человеке, его потребностях; методы удовлетворения социальных и культурных потребностей индивида, семьи и общества;
- знать законодательство в сфере социально-культурного сервиса и туризма, правовые нормы, регулирующие отношения между личностью и семьей, обществом, окружающей средой;
- знать эстетические и правовые нормы, регулирующие отношения человека к человеку, человека к обществу и общества к человеку, уметь учитывать их при разработке экологических и социокультурных проектов;
- знать нормы деловой письменной и устной речи, процессы организации эффективной речевой коммуникации в сфере социально-культурного сервиса и туризма;
- быть способным продолжать обучение и вести профессиональную деятельность в иноязычной среде;
- обладать знаниями по созданию условий для формирования рынка услуг социально-культурного сервиса и туризма с учетом применения прогрессивных технологий;
- иметь научное представление о здоровом образе жизни, воздействии рекреации на человека, владеть умениями и навыками физического самосовершенствования;
- знать возможности современных информационных технологий и владеть методами сбора, хранения и обработки данных при подготовке решений в социально-культурном сервисе и туризме;
- быть способным принимать участие в организации, планировании и совершенствовании деятельности служб социально-культурного сервиса и туризма и разрабатывать мероприятия по повышению эффективности их деятельности;

- быть способным принимать управленческие решения в рамках компетенции и осуществлять связь с общественностью; участвовать в работе по подбору, расстановке и повышению квалификации кадров служб социально-культурного сервиса и туризма;
- понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, основные проблемы, определяющие конкретную область его профессиональной деятельности, видеть их взаимосвязь в целостной системе знаний; внедрять современные научные знания, передовые технологии в социально-культурном сервисе и туризме, рекреации и других сферах деятельности;
- быть способным в условиях развития науки и изменяющейся социальной практики к переоценке накопленного опыта, анализу своих возможностей; уметь приобретать новые знания, использовать современные научные технологии;
- быть способным обеспечивать деятельность предприятий и организаций, представляющих услуги по рекреации, социально-культурному сервису и туризму;
- уметь разрабатывать стратегию и тактику деятельности предприятий и организаций, представляющих услуги социально-культурного сервиса и туризма;
- использовать несколько иностранных языков при оказании услуг социально-культурного сервиса и туризма;
- обеспечивать комплексное обслуживание потребителей услуг социально-культурного сервиса и туризма;
- владеть приемами и методами формирования системы межличностного общения;
- обладать знаниями и навыками по разработке и внедрению инновационных технологий в социально-культурный сервис и туризм;
- владеть знаниями организации и обеспечения контроля качества оказываемых услуг социально-культурного сервиса и туризма;
- обеспечивать систему мер по повышению качества оказываемых услуг предприятиями социально-культурного сервиса и туризма;
- владеть знаниями по принятию решений в экстремальных ситуациях, обеспечению безопасности жизнедеятельности.

### **III. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИН**

#### **Учебная дисциплина: «Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме»**

Экономическое пространство социально-культурной сферы и туризма. Материальное состояние населения, его структура, дифференциация и динамика.

Организационно-экономические основы социального обеспечения и страхования; источники, принципы и порядок финансирования социально-культурной сферы; социальные льготы; налогообложение; благотворительное финансирование социально-культурной сферы; расчетная деятельность в социально-культурном сервисе и туризме; оплата труда специалистов социально-культурного сервиса и туризма.

Предпринимательство как особый вид профессиональной деятельности. Идеология и история развития предпринимательской деятельности. Типология и структура предпринимательской деятельности в сфере сервиса и туризма.

Организационные и государственно-правовые основы и формы предпринимательской деятельности в сфере сервиса и туризма. Условия осуществления предпринимательской деятельности в сфере сервиса и туризма.

Субъекты и объекты предпринимательской деятельности в сфере сервиса и туризма. Особенности развития и совершенствования малых предприятий в сфере сервиса и туризма.

Формы государственной поддержки развития малого предпринимательства и их совершенствования. Социальная защита предпринимателей и охрана прав потребителей.

#### **Учебная дисциплина: «Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме»**

Рыночная экономика и менеджмент: понятия, сущность и функции менеджмента, опыт менеджмента за рубежом, возможность его использования в России.

Специфика менеджмента в сфере сервиса и туризма: цели и задачи управления предприятием, организация работы по управлению предприятием, система коммуникаций, стратегическое и текущее планирование, методы принятия решений, внутренняя и внешняя среда бизнеса в сфере сервиса и туризма, качество менеджера, работа менеджера, создание системы мотивации труда, организация контроля за деятельностью подчиненных, инновационная программа менеджера, риск-менеджмент, этика делового общения; управление конфликтами; психология менеджмента; внешние связи и возможности менеджмента, налаживание взаимовыгодного сотрудничества.

**Учебная дисциплина: «Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме»**

Маркетинг как инструмент развития сферы сервиса и туризма в условиях рыночной экономики: понятие сущности маркетинга.

Маркетинговая стратегия, система маркетинга, ее особенности, исследования рынка услуг, политика цен, продвижение услуг, маркетинг-микс и маркетинговый контроль, организация и деятельность маркетинговой службы предприятия, маркетинговая коммуникация, международный маркетинг, внешнеэкономический маркетинг - особая составная часть маркетинга, специфика международного маркетинга в России. Контролинг в системе маркетинга.

**Учебная дисциплина: «Техника и технология в социально-культурном сервисе и туризме»**

Предприятия СКСиТ, особенности деятельности работника СКС. Задачи технического и технологического оснащения предприятий СКСиТ.

Туристские услуги. Общероссийский классификатор услуг населению ОК 002-93.

Туристские фирмы, предпосылки создания, организационно-правовые формы, туроператорская и турагентская деятельность. Классификация Туроператоров. Туристский продукт, сущность понятия, классификация. Турист как субъект туризма.

Технология планирования (моделирования) программы путешествия с учётом потребностей и потребительских возможностей клиентов.

Себестоимость, стоимость и продажная цена туристского продукта. Маржинальный подход к определению точки безубыточного производства.

Автоматизация телекоммуникационных систем в туристских фирмах, гостиницах, на предприятиях питания и транспорта. Применение информационных технологий.

Технологические схемы формирования туристского путешествия.

Транспортный туристский маршрут, виды. Сопровождение туристской группы на транспортном маршруте. Инструктор-проводник принимающей и направляющей туристских фирм. Работа на маршруте, модель поведения туриста, распределение позиционных ролей в туристской группе. Типичные проблемные ситуации. Особенности организации сопровождения несовершеннолетних туристов.

**Учебная дисциплина: «Реклама в социально-культурном сервисе и туризме»**

Предмет и сущность рекламы; виды рекламы; традиции и современное состояние, возможности новаторства и творчества; связь рекламы со смежными понятиями: агитация, популяризация, воспитание, привитие хорошего вкуса и тому подобное.

Сочетание речевого воздействия с другими факторами рекламы;

Средства и приемы рекламного стиля, речи; объекты рекламы; зависимость языка рекламы от объекта рекламы и типа рекламополучателя, его менталитета. Рекламные жанры.

Реклама и вопросы этики, юридической ответственности; авторское право на рекламные произведения: языковые компоненты рекламы; рекламная лексика, семиотика, грамматическая специфика; речевая структура; художественно-изобразительные средства рекламы; композиция рекламы; объем рекламы в социально-культурном сервисе и туризме.

#### **Учебная дисциплина: «Инновации в социально-культурном сервисе и туризме»**

Понятие и содержание инновационных процессов. Социально-культурный сервис и туризм как мобильно развивающаяся область сервиса.

Инновационные процессы в социально-культурном сервисе и туризме.

Перспективные инновационные проекты в социально-культурном сервисе и туризме.

#### **Учебная дисциплина: «Сервисная деятельность»**

Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей человека. Социальные предпосылки возникновения и развития сервисной деятельности. Вопросы истории развития сервиса в России. Понятие “контактной зоны” как сферы реализации сервисной деятельности. Виды сервисной деятельности. Взаимоотношения специалиста по сервису и туризму и клиента в процессе осуществления сервисной деятельности.

Предприятия, оказывающие услуги населению. Разновидность услуг и их характеристика. Практика сервиса с учетом национальных, региональных, этнических, демографических и природно-климатических особенностей обслуживания. Индивидуальное обслуживание как самостоятельный вид профессиональной деятельности.

### **IV. ЛИТЕРАТУРА:**

#### **Учебная дисциплина: «Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме»**

##### ***Основная литература:***

1. Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24.11.96 № 132-ФЗ.
2. Балабанов И.Т, Балабанов А.И. Экономика туризма: Учебн. пособие – М.: Финансы и статистика, 2003.
3. Гуляев В.Г. Туризм: Экономика и социальное развитие. – М.: Финансы и статистика, 2003.

4. Дмитриев М.Н., Забаева М.Н. Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме: Учебник. – М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2006.
5. Здоров А.Б. Экономика туризма: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2005.
6. Квартальнов В.А. Туризм: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2006.
7. Морозов М.А. Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме: Учебник для студентов вузов.- 3-е изд., стер.- М.: ИЦ Академия, 2007.
8. Чудновский А.Д. Менеджмент в туризме и гостиничном хозяйстве: Учебн. пособие – М.: КНОРУС, 2005.

*Дополнительная литература:*

1. Закон РФ «О стандартизации» от 10.06.93 № 5154–1 (в ред. от 27.12.95).
2. Закон РФ «О защите прав потребителей» от 07.02.92 № 2300–1 (в ред. от 02.03.98).
3. Закон РФ «О сертификации продукции и услуг» от 10.06.93 № 5151–1 (ред. от 02.03.98).
4. ГОСТ Р12.1.036-81. Шум. Допустимые уровни в жилых и общественных зданиях.
5. ГОСТ Р50644-94. Требования по обеспечению безопасности туристов и экскурсантов.
6. ГОСТ Р50645-94. Классификация гостиниц.
7. ГОСТ Р50646-94. Услуги населению. Термины и определения.
8. ГОСТ Р50681-94. Проектирование туристских услуг.
9. ГОСТ Р50690-94. Туристские услуги. Общие требования.
10. ППБ-01-93. Правила противопожарной безопасности.
11. Правила предоставления гостиничных услуг в РФ/Утв. Постановление правительства от 25.04.97 № 490
12. СанПиН 42-128-46-90-88. Санитарные правила содержания территорий населенных мест.
13. СНИП 2.08.02.-89. Общественные здания и сооружения.
14. СНИП 23.-05.95. Естественное и искусственное освещение.
15. Азар В.И., Туманов С.Ю. Экономика туристского рынка: Институт международного туризма – М.: ИПК госслужбы, 1998.
16. Александрова А.Ю. Международный туризм: Учебное пособие для высших учебных заведений. – М.: Аспект Пресс, 2001.
17. Боголюбов В.С. Экономика туризма: Учебное пособие для студ. высш. учебн. Заведений. М.: «Академия», 2005.
18. Бургонова Г.Н., Каморджанова Н.А. Гостиничный и туристский бизнес: особенности бухгалтерского учета и налогообложения: Учебн. пособие. – М.: Финансы и статистика, 2000.

19. Зорин И.В., Квартальнов В.А. Энциклопедия туризма. Справочное издание. – М.: Финансы и статистика, 2000.
20. Ильина Е.Н. Туроперейтинг: организация деятельности: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2002.
21. Квартальнов В.А. Стратегический менеджмент в туризме: Современный опыт управления. – М.: Финансы и статистика, 2000.
22. Керимов В.Э., Сухов Р.А. Производственный учет в туристских организациях: Учебно-практическое пособие.- М.: Издательский Дом «Дашков и Ко», 2000.
23. Козырев В.М. Туристская рента. Учебн. пособие. – М.: Финансы и статистика, 2001.
24. Козырев В.М. Основы современной экономики. Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2000.
25. Моисеева Н.К. Стратегическое управление туристской фирмой: Учеб. для студентов вузов, обучающихся по спец. «Менеджмент». – М.: Финансы и статистика, 2000.
26. Папирян Г.А. Международные экономические отношения: Экономика туризма. - М.: Финансы и статистика, 2000.
27. Пузакова Е.П. Международный туристический бизнес: Учеб.-практ. пособие. – М.: ПРИОР «Экспертное бюро», 2002.
28. Сенин В.С. Организация международного туризма: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2000.
29. Соболева Е.А., Соболев П.П. Финансово-экономический анализ туристской фирмы: Учебно-методическое пособие. – М.: Финансы и статистика, 1999.
30. Темный Ю.В., Темная Л.Р. Экономика туризма: Учебник. – М.: Советский спорт, 2003.
31. Туризм и гостиничное хозяйство: Учебн. пособие. – М.: ИКЦ «МарТ»; Ростов – на – Дону, Изд. Центр «МарТ», 2003.
32. Чудновский А.Д., Жукова М.А., Сенин В.С. Управление индустрией туризма. – М.: КНОРУС, 2001.
33. Чудновский А.Д., Жукова М.А. Управление индустрией туризма России в современных условиях: Учебное пособие. – М.: КНОРУС, 2007.

**Учебная дисциплина: «Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме»**

***Основная литература:***

1. Биржаков М.Б. Введение в туризм. – СПб. 2006.
2. Биржаков М.Б., Никифоров В.И. Энциклопедия туризма. – СПб., 2007.
3. Волошин Н.И. ред. Туризм как объект управления. – М., 2002.
4. Жукова М.А. Менеджмент в туристском бизнесе: Учебное пособие.- М.: КНОРУС, 2005.

5. Зайцева Н.А. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме. – М., 2003.
6. Зорин И.В. Энциклопедия туризма. – М., 2000.
7. Ильина Е.Н. Туроперейтинг: организация деятельности. – М., 2007.
8. Кабушкин Н.И. Менеджмент в туризме. – М., 2005.
9. Каурова А.Д. Организация сферы туризма. – М., 2004.
10. Квартальнов В.А. Стратегический менеджмент в туризме. – М., 2000.
11. Михеева Н.А. Менеджмент в социально-культурной сфере. – М., 2000.
12. Моисеева Н.К. Стратегическое управление туристской фирмой. – М., 2001.
13. Саак А.Э. и др. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме: Учебное пособие. – СПб.: Питер, 2010.
14. Сурин А.В. Инновационный менеджмент. – М., 2008.
15. Чудновский А.Д. Менеджмент туризма и гостиничного хозяйства. – М., 2008.
16. Шеламова Г.М. Этикет делового общения. – М., 2007.

***Дополнительная литература:***

1. Бареев В.А. Ключевые вопросы организационно-управленческой культуры руководителя. – СПб., 2005.
2. Басовский Л.Е. Менеджмент. – М., 2005.
3. Беляцкий Н.П. Менеджмент. Основы лидерства. – М., 2002.
4. Берн Э. Лидер и группа. – Екатеринбург, 2000.
5. Веснин В.Р. Менеджмент. – М., 2007.
6. Виханский О.С. Менеджмент. – М., 2006.
7. Глухов В.В. Менеджмент. – СПб., 2007.
8. Герчикова И.Н. Менеджмент. – М., 2007.
9. Грэхем Х.Т. Управление человеческими ресурсами. – М., 2003.
10. Дафт Р. Менеджмент. – М., 2004.
11. Дафт Р. Организация. – М., 2001.
12. Дафт Р. Уроки лидерства. – М., 2007.
13. Дэкерс Л. Мотивация: теория и практика. – М., 2007.
14. Емельянов С.М. Управление конфликтами в организации. – СПб., 2007.
15. Кноринг В.И. Теория, практика и искусство управления - М., 2007.
16. Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. – М., 2002.
17. Максвелл Дж. 21 неопровержимый закон лидерства. - Мн., 2001.
18. Таффиндер П. Интенсивный курс лидерства. – СПб., 2007.
19. Усыскин Г.С. Очерки истории российского туризма. – М., СПб., 2007.
20. Хен Р. Как руководить людьми. – М., 2002.
21. Хоган К. Психология влияния. – М., 2007.
22. Уайтли Ф. Мотивация. – М., 2005.
23. Эссекс Л. Теперь или никогда. Новый стиль управления. – М., 2003.

**Учебная дисциплина: «Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме»**

***Основная литература:***

1. Безрутченко Ю.В. Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме: учебное пособие.- М.: ИТК «Дашков и К», 2010.
2. Гэбэй Дж. Маркетинг: новые возможности.- М.:Гранд,2002.
3. Котлер Ф., БоуэнДж.,Мейкенз Дж. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм. – М.:Юнити,2007.
4. Котлер Ф. Основы маркетинга. – М.:Вильямс,2006.
5. Турковский М.Маркетинг гостиничных услуг. – М.: Финансы и статистика, 2006.

***Дополнительная литература:***

1. Александрова А.Ю. Структура туристского рынка. – М.:Пресс-Соло,2002.
2. Биржаков М.Б. Введение в туризм. – СПб.,2001.
3. Дурович А.П. Маркетинговые исследования в туризме. – М.,2002.
4. Жукова А.Д., Чудновский М.А. Управление индустрией туризма России в современных условиях. – М.:КноРус,2007.
5. Ефимова О.П. Экономика ресторанов и гостиниц. – М.,2004.
6. Кириллов А.Т., Маслова Е.В. Реклама в туризме. – СПб.,2002.
7. Ламбен Жан-Жак. Менеджмент, ориентированный на рынок. Стратегический и операционный маркетинг. – СПб.: Питер,2004.
8. Рубанова И.Н. Управление рынком туристских услуг. – М.,2004.
9. Чевертон П. Теория и практика современного маркетинга. – М.:Гранд,2002.

**Учебная дисциплина: «Техника и технология в социально-культурном сервисе и туризме»**

***Основная литература:***

1. Федеральный закон РФ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24 ноября 1996г. № 132-ФЗ (в редакции Федеральных законов от 10.01.2003 № 15-ФЗ, от 22.08.2004 № 122-ФЗ, от 05.02.2007 № 12-ФЗ).
2. Федеральный закон РФ «О техническом регулировании» от 27 декабря 2002г. № 184-ФЗ.
3. ГОСТ Р50646-94. Требования по обеспечению безопасности туристов и экскурсантов. Серия "Мир качества" (Выпуск №3), издание 2-е – СПб: ТОО "ТЕСТ-ПРИНТ", 1995.

4. ГОСТ Р50681-94. Туристско-экскурсионное обслуживание. Проектирование туристских услуг. Там же.
5. ГОСТ Р50690-2000. Туристские услуги. Общие требования.
6. Правила оказания услуг по реализации туристского продукта. Утверждены постановлением Правительства РФ от 18 июля 2007г. № 452.
7. Общероссийский классификатор услуг населению. Утверждён постановлением Госстандарта РФ от 28 июня 1993г. № 163 (в последней ред . утв. Приказом Ростехрегулирования от 18.12.2006 № 311-ст)
8. Арбузова Н.Ю. Технология и организация гостиничных услуг: Учебное пособие для студентов вузов.- М.: ИЦ «Академия», 2009.
9. Ильина Е.Н. Туроперейтинг: организация деятельности: учебник. – М.: Финансы и статистика, 2007.
10. Котанс А.Я. Технология социально-культурного сервиса и туризма: Учебное пособие.- М.: Флинта; НОУ ВПО «МПСи», 2010.

***Дополнительная литература:***

1. Бутко И. И., Ситников Е. А., Ушаков Д. С. Туристический бизнес. Основы организации. Серия: Бизнес-технологии. Издательство: Феникс, 2007 г., 384 стр., ISBN 978-5-222-10733-1.
2. Викулова О. Н. Об основах туристской деятельности в Российской Федерации. Постатейный комментарий к Федеральному закону. Серия: Библиотека журнала "Право и экономика". Комментарий специалиста. Издательство: Юстицинформ, 2008 г., 192 стр., ISBN 978-5-7205-0880-7.
3. Голова О. Б.. Менеджмент туризма. Практический курс. Издательство: Финансы и статистика, 2007 г., 224 стр., ISBN 978-5-279-02886-3.
4. Мухамедьяров А. М. . Инновационный менеджмент. Серия: Высшее образование. Издательство: Инфра-М, 2008 г. Мягкая обложка, 176 стр., ISBN 978-5-16-003094-4
5. Прохоров Ю. Е., Стернин И. А. Русские. Коммуникативное поведение. Издательства: Флинта, Наука, 2006 г. , 328 стр. ISBN 5-89349-812-7, 5-02-033390-5.
6. Сенин В. С., Денисенко А. В. Гостиничный бизнес. Классификация гостиниц и других средств размещения. Издательство: Финансы и статистика, 2007 г. , 144 стр. , ISBN 978-5-279-02880-1.
7. Сутягин А. В., Феоктистов И. А. Новые правила оказания туристических услуг. Серия: Актуальные комментарии. Издательства: ГроссМедиа, РОСБУХ, 2008 г. , 128 стр., ISBN 978-5-476-00543-8.
8. Сухов Р. И. Организация работы туристического агентства. Серия: Туризм и сервис. Издательства: Издательский центр "МарТ", ИКЦ "МарТ", 2006 г. , 160 стр., ISBN 5-241-00768-7.

9. Тимохина Т. Л. Организация приема и обслуживания туристов. Серия: Высшее образование. Издательства: Форум, Инфра-М, 2008 г., 352 стр., ISBN 978-5-8199-0334-6, 978-5-16-1.
10. Турковский Марек. Маркетинг гостиничных услуг. Marketing uslug hotelarskich. Издательство: Финансы и статистика, 2006 г., 296 стр., ISBN 5-279-03099-6, 83-208-1432-4.
11. Ушаков Д. С. Прикладной туроперейтинг. Издательства: ИКЦ "МарТ", МарТ, 2004 г.лет, 416 стр., ISBN 5-241-00308-8.
12. Ушаков Д. С. Стратегическое планирование в туризме. Серия: Высшее образование. Издательство: Феникс, 2007 г. , 288 стр., ISBN 978-5-222-12555-7.
13. Ушаков Д. С. Технологии въездного туризма. Серия: Туризм и сервис. Издательство: ИКЦ "МарТ", 2006 г., 384 стр., ISBN 5-241-00681-8.
14. Ушаков Д. С. Технологии выездного туризма. Серия: Туризм и сервис. Издательства: ИКЦ "МарТ", Издательский центр "МарТ", 2007 г., 384 стр., ISBN 978-5-241-00818-3.
15. Ушаков Д. С. Технологии продаж в туристическом бизнесе. Серия: Бизнес-класс. Серия практических руководств для менеджеров. Издательство: Феникс, 2006 г., 240 стр., ISBN 5-222-09289-5.
16. Чудновский А. Д., Жукова М. А., Сенин В. С. Управление индустрией туризма. Учебное пособие. Издательство: КноРус, 2006 г. 448 стр., ISBN 5-85971-533-7.

**Учебная дисциплина: « Реклама в социально-культурном сервисе и туризме»**

***Основная литература:***

1. Антипов К.В. Основы рекламы: Учебник.- 2-е изд.- М.: ИТК «Дашков и К», 2012.
2. Бухтерева О.С. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме: Учебное пособие.- М.: ИТК «Дашков и К», 2010.
3. Годин А.А. и др. Интернет-реклама: Учебное пособие.- 2-е изд.- М.: ИТК «Дашков и К», 2012.
4. Делия В.П. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме: Учебно-методический комплекс.- Балашиха: ИСЭПиМ, 2010.
5. Морозова Н.С. и др. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме: учебник для студентов вузов.- 2-е изд., стер.- М.: Академия, 2005.
6. Международный кодекс рекламы
7. Федеральный закон «О рекламе» от 13 марта 2006 №38-ФЗ
8. Федеральный закон об основах туристской деятельности.

***Дополнительная литература:***

1. Бовэ. Аренс. Современная реклама. М., 1999
2. Викентьев И.Л. Приемы рекламы. Методика для рекламодателей и рекламистов. Новосибирск, 1999
3. Гермагенова Л.Ю. Как сделать рекламу. М., 2002.
4. Гермагенова Л.Ю. Эффективная реклама в России. М., 2001
5. Гуляев В.Г. Организация туристской деятельности. М.: Нолидж, 1999
6. Денисон Д. Тобби Л. Учебник по рекламе. Минск, 1997
7. Деян А. Популярно о рекламе. М., 1998
8. Искусство рекламы. Выпуск 2. 1999
9. Кириллов А.Т. Волкова В.А. Маркетинг в туризме. М., 2001
10. Перепелица В. Как сделать рекламу эффективной и как стать известным. М.: Зевс, 1997
11. Пименов П.А. Основы рекламы. Москва: Гардарик, 2006
12. Смирнов Э.А. Управление качеством рекламы. М., РИП-холдинг, 2001
13. Шейнов В.П. Эффективная реклама. Секреты успеха. М.: Ось-89, 2007
14. Шуванов В.И. Психология рекламы. М., Российский государственный торгово-экономический университет. Ростов-на-Дону: Феникс, 2005.
15. Янкевич В.С., Безрукова Н.Л. Маркетинг в гостиничной индустрии и туризме. М., Финансы и статистика, 2005.

**Учебная дисциплина: «Инновации в социально-культурном сервисе и туризме»**

***Основная литература:***

1. Чередникова Л.Е. и др. Инновации в социально-культурном сервисе и туризме: стратегия и тактика: Монография.- Новосибирск: НГТУ, 2007.
2. Жукова М.А. Индустрия туризма: менеджмент организации.- М.: Финансы и статистика, 2006.
3. Индустрия туризма: Правовые акты. Туристская деятельность / Составитель Г.М.Дехтярь. – М. Финансы и статистика, 2005.
4. Новиков В.С. Инновации в туризме: учеб.пособие для студ. высш.учеб. заведений.- М.: Академия, 2007.
5. Скобкин С.С. Практика сервиса в индустрии гостеприимства и туризма: учеб.пособие.- М.: Магистр, 2007.
6. Фатхутдинов Р.А. Инновационный менеджмент: Учебник – М.: ЗАО Интел-Синту, 2000.

***Дополнительная литература:***

1. Балабанов И.Т., Балабанов А.И. Экономика туризма: Уч. пособие. – М.: Финансы и статистика, 1999.
2. Биржаков М.Б. Введение в туризм – СПб.: «Герда», 1999.

3. Гуляев В.Г. Организация туристской деятельности: Уч. пособие – М.: Номедж, 1996.
4. Иванова Н.Г. и др. Налоги и налогообложение. Схемы и таблицы – СПб.: Питер, 2001.
5. Инновационный менеджмент: Справ. пособие. Под ред. П.Н. Завлина и др. – СПб.: Наука, 1997.
6. Квартальнов В.А. Туризм – М. Финансы и статистика, 2003.
7. Котлер Ф. Менеджмент маркетинг. – СПб.: ПитерКом, 1999.
8. Материалы ежегодной научно-практической конференции “Состояние и перспективы развития туризма в СНГ “,часть I. – Спб.Институт управления и экономики, 2004.
9. Материалы ежегодной научно-практической конференции “Состояние и перспективы развития туризма в СНГ “,частьII. – Спб.Институт управления и экономики, 2004.
10. Особенности учета в туристской деятельности.// Главбух. 2002, 2, с. 18-21.
11. Портер М. Международная конкуренция. Пер. с англ., под ред. В.Д. Щетинина – М.: Международные отношения, 1993.
12. Сапрунова В.Б. Туризм: эволюция, структура, маркетинг – М.: Ось-89, 1997.
13. Сутырин С.Ф., Погорельский А.Л. Налоги и налоговое планирование в мировой экономике. СПб.: Полиус, 1998 г.
14. Туризм, гостеприимство, сервис: Словарь-справочник / Под ред. Л.П.Воронковой. – М. Аспект Пресс, 2002.
15. Эддоус М., Стенсфилд Р. Методы принятия решений – М.: ЮНИТ, 1999.
16. Юнкин Т.Ф. Налоговедение: от реформы к реформе – М.: ИНФРА, 1999.

**Учебная дисциплина: «Сервисная деятельность».**

***Основная литература:***

1. Аванесова Г.А. Сервисная деятельность: Историческая и современная практика, предпринимательство, менеджмент: Учебное пособие для студентов вузов.- 2-е изд.. испр. И доп.- М.: Аспект Пресс, 2007.
2. Ляпина И.Ю. Организация и технология гостиничного обслуживания, М., 2006.
3. Морозов М. А., Морозова Н. С. Информационные технологии в социально-культурном сервисе, М., 2006.
4. Ремендик Д. М. Психологический практикум: социально-культурный сервис, М., 2006.
5. Сервисная деятельность: Учебно-методический комплекс для студентов 2 курса специальности 100105.51 «Гостиничный сервис» / Денисова Т.И.- Балашиха: ИСЭПиМ, 2010.

*Дополнительная литература:*

1. Богалдин-Малых В. В. Маркетинг и управление в сфере туризма и социально-культурного сервиса: туристические, гостиничные, развлекательные комплексы. Учебное пособие, М., 2004.
2. Бондаренко О. В. Сервисная деятельность как вид профессиональной деятельности специалиста по сервису и туризму // Материалы XXXIV научно-технической конференции по результатам работы профессорско-преподавательского состава за 2004 год, Ставрополь, 2005.
3. Виноградова М. В., Панина З. И. Организация и планирование деятельности предприятий сферы сервиса. Учебное пособие, М., 2006
4. Воронкова Л. П. История туризма и гостеприимства, М., 2004.
5. Галаган А. А. История российского предпринимательства, М., 1993.
6. Дружинин В. Н. Психология общих способностей, М., 2000.
7. Законы РФ «О защите прав потребителей», «О туристской деятельности».
8. Коробкова С. Н., Кравченко В. И. Сервисная деятельность. Учебное пособие, СПб., 2005.
9. Колбин Г. И., Фросина И. М. Социально-психологические процессы на предприятиях сервиса, М., 1997.
10. Котлер Ф., Боуэн Дж., Мейканз Дж. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм. Учебник, М., 2002.
11. Маслоу А. Мотивация и личность//Психология личности в трудах зарубежных психологов/ Составитель А. А. Реан, М., 2000.
12. Менеджмент в социальной сфере. Учебное пособие. Ред. А. А. Леванков и др., СПб 1998.
13. Менеджмент. Маркетинг. Персонал. Ред. А.Г. Поршневу и др., М., 1997.
14. Песоцкая Е. В. Маркетинг услуг. Учебное пособие, М., 2000.
15. Пугачёв В. П. Руководство персоналом организации. Учебник, М., 1999.
16. Сервисная деятельность. Учебное пособие / Под ред. В. К. Романович, СПб., 2006.
17. Сфера услуг. 4 тома/Под ред. Ю. П. Свириденко, М., 2000.
18. Удальцова М. В., Аверченко Л. В. Сервисология, Новосибирск, 2002.
19. Услуги для населения: законы и правила на каждый день. М-1995.
20. Федцов В. Г. Культура сервиса. Учебно-практическое пособие, М., 2001.
21. Федцов В. Г., Федцов В. В. Предпринимательство: сфера сервиса. Учебное пособие, М., 2002.
22. Энджел Д., Блэкуэлл Р., Миниард П. Поведение потребителей, СПб., 1999.

**V. ПРИМЕРНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ, ВЫНОСИМЫХ НА КОМПЛЕКСНЫЙ МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫЙ ЭКЗАМЕН**

- Роль России в развитии международного туризма.
- Развитие индустрии гостеприимства в России.
- 3 Особенности организации детского туризма в России.
  - Глобальный финансовый кризис и состояние туризма в России.
  - Туризм и экология: особенности взаимодействия.
  - Правовые основы туристической деятельности.
  - Факторы, влияющие на развитие международного туризма.
- Состояние средств размещения и сервисного обслуживания в России.
- Социальный туризм: сущность, концепция, характеристика.
- 10. Социально-экономическое значение туризма для региона.
- 11. Реклама продукта: цели, виды, формы и средства.
- 12. Документооборот в туризме.
- 13. Состояние и проблемы российских туристских центров (на конкретном примере по выбору студента).
- 14. Маркетинговая стратегия туристской организации.
- 15. Составление пакета документов для туристов.
- 16. Изучение и освоение туристских районов.
- 17. Службы гостиниц: их назначение и структура управления.
- 18. Финансовые гарантии туристских услуг.
- 19. Пропаганда турпродукта: сущность, цели и методы.
- 20. Международные туристские выставки.
- 21. Деревенский туризм.
- 22. Роль туризма в интеграции региона в единое туристское пространство России.
- 23. Основные цели туристических выставок и ярмарок.
- 24. Таможенные формальности.
- 25. Критерии оценки туристских ресурсов региона.
- 26. Особенности налогообложения в туристском бизнесе.
- 27. Проектирование туристского продукта.
- 28. Факторы развития въездного туризма в регион.
- 29. Категории гостиниц: система мировых стандартов.
- 30. Понятие безопасности туристской деятельности.
- 31. Основные направления укрепления деловых связей российских и зарубежных туристских фирм.
- 32. Технология обслуживания туристов: социальные аспекты.
- 33. Экологический туризм
- 34. Маркетинг туризма на региональном уровне.
- 35. Оформление документов туристов и туристских групп.
- 36. Глобальные и локальные гостиничные цепи.
- 37. Тенденции развития международного туризма.
- 38. Событийный туризм: особенности технологии.
- 39. Программа строительства малых гостиниц в Российской Федерации.
- 40. Перспективы повышения массовости туризма в России.

- 41.Классификация и деятельность туристско-экскурсионных организаций.
- 42.Метод календарного планирования в туристском бизнесе.
- 43.Понятие о туристском потенциале региона.
- 44.Безопасность туристской услуги.
- 45.Этапы осуществления профессионального отбора специалистов для туристского бизнеса.
- 46.Программа освоения туристских ресурсов региона.
- 47.Роль военно-патриотических экскурсий в формировании личности.
- 48.Работа с иностранными партнерами: документооборот и делопроизводство.
- 49.Структура туристско-рекреационных потребностей населения региона.
- 50.Функциональные обязанности сотрудников турфирм.
- 51.Инновации в СКСиТ.
- 52.Международный туристский рынок.
- 53.Сегментирование туристского рынка.
- 54.МІСЕ туризм
- 55.Инновационные возможности развития туризма в регионе.
- 56.Основные понятия о менеджменте в туристской отрасли.
- 57.Шенгенская виза: особенности въезда и выезда в шенгенское пространство.
- 58.Роль федерального центра в развитии средств размещения и сервисного обслуживания в регионах (федеральная программа развития туризма в России).
- 59.Сущность и особенности организации самодеятельного туризма.
- 60.Роль информационных технологий в развитии туризма.
- 61.Особенности развития международного туристского рынка в 21 веке.
- 62.Основы экскурсионной работы.
- 63.Рынок туристских услуг (номенклатура, емкость, структура).
- 64.Влияние социально-экономических, политических и экологических условий в стране на состояние развития туризма.
- 65.Возможности регионов в развитии средств размещения и сервисного обслуживания туристов.
- 66.Особенности подбора и управления персоналом гостиницы.
- 67.Специфика организации туризма в России.
- 68.Реклама в туризме.
- 69.Туристская услуга.
- 70.Основные направления развития туризма в России.
- 71.Методика выявления коммуникативно-организаторских склонностей в социально-культурной сфере и туризме.
- 72.Сущность и особенности организации спортивного туризма.
- 73.Социальные технологии как фактор оптимального развития туризма в регионе.
- 74.Формальности прохождения границ.
- 75.Классификация туристских маршрутов.

76. Структура управления туризмом в России.
77. Проблемы подбора персонала и пути их решения в социально-культурной сфере и туризме.
78. Социальный туризм и его клиенты.
79. Государственное регулирование туристского бизнеса в России.
80. Маркетинговые исследования в туризме.
81. Детский туризм в Российской Федерации.
82. Специфика организации международного туризма в России.
83. Роль информационных технологий в развитии туризма в России.
84. Управление персоналом туристской фирмы.
85. Приоритетные виды туризма для региона.
86. Сущность маркетинга и его особенности в социально-культурной сфере и туризме.
87. Международные и локальные гостиничные цепи.
88. Социально-культурные аспекты приема туристов в регионе.
89. Основные особенности туристских услуг.
90. Классификация средств размещения.
91. Критерии оценки массовости туризма в России.
92. Реклама в туризме.
93. Службы гостиниц.
94. Маркетинг туризма на национальном уровне.
95. Персонал туристской фирмы.
96. Экологический туризм.
97. Кадровая ситуация в туристской отрасли в России.
98. Персонал гостиницы.
99. Культурный туризм.
100. Роль турфирм в формировании программы освоения туристских ресурсов региона.
101. Мировые гостиничные цепи.
102. Спортивный туризм.

*Примечание:* Перечень вопросов, ежегодно уточняется, рассматривается на заседании кафедры и утверждается заведующим кафедрой.

## **VI. ПОРЯДОК ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОВЕДЕНИЯ КОМПЛЕКСНОГО МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО ЭКЗАМЕНА**

Организация и проведение комплексного междисциплинарного экзамена осуществляется в соответствии с Положением «О порядке проведения итоговой государственной аттестации выпускников Института социально-экономического прогнозирования и моделирования».

## VII. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ УРОВНЯ ПОДГОТОВКИ СТУДЕНТОВ

Уровень знаний и практических навыков студента на экзамене оценивается: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

7.1. Общие признаки, определяющие оценку теоретических знаний:

**«отлично»** - наличие глубоких знаний теоретических основ дисциплины (дисциплин) в объеме учебной программы; умение свободно применять теоретические знания для решения практических вопросов рациональными методами; грамотное, логичное, полное и четкое изложение материала, уверенные и полные ответы на дополнительные вопросы; знание основной литературы по дисциплине (дисциплинам);

**«хорошо»** - наличие твердых и достаточно полных знаний теоретических основ дисциплины в объеме учебной программы; умение применять теоретические знания для решения практических вопросов правильными методами; грамотное изложение материала; знание основной литературы по дисциплине (дисциплинам). При этом могут быть допущены не принципиальные ошибки и неточности формулировок, определений, что вызвало замечания и поправки членов экзаменационной комиссии;

**«удовлетворительно»** - наличие знаний основных положений теоретических основ дисциплины (дисциплин) в объеме учебной программы; умение применять теоретические знания для решения практических вопросов; знание основной литературы по дисциплине (дисциплинам). При этом могут быть допущены ошибки не принципиального характера, и для получения правильных ответов потребовалась помощь членов экзаменационной комиссии в виде наводящих вопросов.

**«неудовлетворительно»** - незнание некоторых основных положений теоретических основ дисциплины (дисциплин); наличие принципиальных ошибок при применении теоретических знаний для решения практических вопросов; наличие грубых ошибок при докладе и трудности в изложении учебного материала в соответствии с вопросами билета; слабое знание основной литературы по дисциплине (дисциплинам).

7.2. Оценка знаний за теоретическую часть экзамена:

**«отлично»** - если одна из оценок «отлично», а другая - не ниже «хорошо»;

**«хорошо»** - если одна из оценок «хорошо», а другая - не ниже «удовлетворительно»;

**«удовлетворительно»** - если обе оценки «удовлетворительно», или одна из оценок «неудовлетворительно», а другая - не ниже «хорошо»;

**«неудовлетворительно»** - если обе оценки «неудовлетворительно», или не выполнено требование на оценку «удовлетворительно».

Оценка практических навыков обучающихся на экзамене определяется по результатам выполнения практического задания.

7.3. При формировании итоговой оценка экзамена учитываются частные оценки по теоретической и практической части:

**«отлично»** - если обе оценки «отлично»;

**«хорошо»** - если обе оценки не ниже «хорошо» или оценка за практическую часть «отлично», а за теоретическую - «удовлетворительно»;

**«удовлетворительно»** - если обе оценки не ниже «удовлетворительно»;

**«неудовлетворительно»** - если одна из оценок «неудовлетворительно».