

Қазақстан Республикасы Туризм және спорт министрлігі		Министерство туризма и спорта Республики Казахстан
«Халықаралық туризм және меймандостық университеті» коммерциялық емес акционерлік қоғамы		Некоммерческое акционерное общество «Международный университет туризма и гостеприимства»
Программа комплексного экзамена по итоговой аттестации		Ф-02-01/05
Утверждена 28.10.2024 г	Издание № 2	стр. 1 из 20



«УТВЕРЖДАЮ»
Председатель Правления – Ректор
А. Шокпаров
2024 г.

**ПРОГРАММА
КОМПЛЕКСНОГО ЭКЗАМЕНА ПО ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ**

(Основы туризмологии, Менеджмент индустрии туризма и гостеприимства, Экономика и бизнес планирование в туризме)

По образовательной программе «6В11102-Международный и внутренний туризм»
на 2024-2025 учебный год.


Туркестан, 2024

Настоящий документ не может быть полностью или частично воспроизведен, тиражирован и распространен без разрешения НАО «Международный университет туризма и гостеприимства»

Қазақстан Республикасы Туризм және спорт министрлігі		Министерство туризма и спорта Республики Казахстан
«Халықаралық туризм және меймандостық университеті» коммерциялық емес акционерлік қоғамы		Некоммерческое акционерное общество «Международный университет туризма и гостеприимства»
Программа комплексного экзамена по итоговой аттестации		Ф-02-01/05
Утверждена 28.10.2024 г	Издание № 2	стр. 2 из 20


Программа комплексного экзамена (Основы туризмологии, Менеджмент индустрии туризма и гостеприимства, Экономика и бизнес планирование в туризме) разработана на основе образовательной программы «6В11102-Международный и внутренний туризм».

Программа комплексного экзамена рассмотрено на заседании школы «Туризм» от «22» 10 2024 г., протокол № 3

Директор школы  С. Нахипбекова

Программа комплексного экзамена рассмотрено на заседании Учебно-методического совета

от «24» 10 2024 г., протокол № 3

Председатель Учебно-методического совета  Л. Шалабаева

Қазақстан Республикасы Туризм және спорт министрлігі	 INTERNATIONAL UNIVERSITY OF TOURISM AND HOSPITALITY	Министерство туризма и спорта Республики Казахстан
«Халықаралық туризм және меймандостық университеті» коммерциялық емес акционерлік қоғамы		Некоммерческое акционерное общество «Международный университет туризма и гостеприимства»
Программа комплексного экзамена по итоговой аттестации		Ф-02-01/05
Утверждена 28.10.2024 г	Издание № 2	стр. 3 из 20

СОДЕРЖАНИЕ

1. Цель комплексного экзамена	4
2. Порядок проведения комплексного экзамена	4
3. Критерии и показатели оценки знаний обучающегося	5
4. Список дисциплин выносимые на комплексный экзамен	6
5. Содержание дисциплин, по которым проводится комплексный экзамен	7
5.1. Основы туризмологии	7
5.2. Менеджмент индустрии туризма и гостеприимства	10
5.3. Экономика и бизнес планирование в туризме	12
6. Вопросы комплексного экзамена	15
7. Рекомендуемая литература	19

Қазақстан Республикасы Туризм және спорт министрлігі	 INTERNATIONAL UNIVERSITY OF TOURISM AND HOSPITALITY	Министерство туризма и спорта Республики Казахстан
«Халықаралық туризм және меймандостық университеті» коммерциялық емес акционерлік қоғамы		Некоммерческое акционерное общество «Международный университет туризма и гостеприимства»
Программа комплексного экзамена по итоговой аттестации		Ф-02-01/05
Утверждена 28.10.2024 г	Издание № 2	стр. 4 из 20

1. ЦЕЛЬ КОМПЛЕКСНОГО ЭКЗАМЕНА

Целью комплексного экзамена по образовательной программе «6В11105 – Менеджмент туристских дестинаций» является определение степени соответствия уровня подготовленности выпускников требованиям государственного общеобязательного стандарта высшего образования. При этом проверяются как теоретические знания, так и практические навыки и умения выпускника в соответствии с образовательной программой.

Комплексный экзамен является итоговой аттестацией выпускников.

Целью итоговой аттестации является оценка результатов обучения, достигнутых по завершению изучения образовательной программы высшего образования.

2. ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ КОМПЛЕКСНОГО ЭКЗАМЕНА

Комплексный (междисциплинарный) экзамен итоговой аттестации проводится в соответствии с академическим календарем. К экзамену допускаются лица, завершившие полный курс обучения (освоено не менее 240 кредитов) и успешно прошедшие все предшествующие аттестационные испытания, предусмотренные учебным планом.

Прием комплексного экзамена по образовательной программе осуществляет Аттестационная комиссия (далее – АК). Председатель и состав комиссии АК утверждается приказом Председателя Правления – Ректора.

Программа комплексного (междисциплинарного) экзамена по образовательной программе доводится до сведения обучающихся не позднее, чем за месяц до предполагаемой даты экзамена.

Обсуждение и окончательное оценивание ответов обучающихся АК проводится на закрытом заседании, определяя итоговую оценку – в балльно-рейтинговом значении (таблица). Результаты комплексного (междисциплинарного) экзамена по образовательной программе доводятся до обучающегося сразу после закрытого заседания АК.

Обучающийся, получивший неудовлетворительную оценку на итоговой аттестации, подлежит отчислению. Повторное прохождение итоговой аттестации возможно в следующем учебном году.

Қазақстан Республикасы Туризм және спорт министрлігі	 INTERNATIONAL UNIVERSITY OF TOURISM AND HOSPITALITY	Министерство туризма и спорта Республики Казахстан
«Халықаралық туризм және меймандостық университеті» коммерциялық емес акционерлік қоғамы		Некоммерческое акционерное общество «Международный университет туризма и гостеприимства»
Программа комплексного экзамена по итоговой аттестации		Ф-02-01/05
Утверждена 28.10.2024 г	Издание № 2	стр. 5 из 20

3. КРИТЕРИИ И ПОКАЗАТЕЛИ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ

№	Оценка в буквенной системе	Цифровой эквивалент баллов	%-ное содержание	Оценка по традиционной системе	Показатели критериев оценивания
1	2	3	4	5	6
1	A	4,0	95-100	отлично	1. Полностью, правильно с учётом современной теории излагает материал; 2. Теоретические знания увязывает с практикой; 3. Свободно владеет терминологией; 4. Устанавливает причинно-следственные связи; 5. Умеет делать прогноз; 6. Уверенно отвечает на дополнительные вопросы.
2	A-	3,67	90-94		1. Правильно с учётом современной теории излагает материал; 4. Отвечает полностью, самостоятельно делает выводы и обобщения; 5. Хорошо знает терминологию; 6. Устанавливает причинно-следственные связи; 7. Полностью отвечает на дополнительные вопросы.
3	B+	3,33	85-89	хорошо	1. Хорошо излагает материал; 2. Отвечает полностью, самостоятельно делает выводы и обобщения; 3. Владеет терминологией; 4. Владеет логикой; 5. Отвечает на дополнительные вопросы.
4	B	3,0	80-84		1. Знает основной материал; 2. Обоснованно приводит примеры; 3. Делает обобщения и выводы; 4. Допускает неточности в терминологии, логике изложения; 5. Отвечает на дополнительные вопросы.

Қазақстан Республикасы Туризм және спорт министрлігі		Министерство туризма и спорта Республики Казахстан
«Халықаралық туризм және меймандостық университеті» коммерциялық емес акционерлік қоғамы		Некоммерческое акционерное общество «Международный университет туризма и гостеприимства»
Программа комплексного экзамена по итоговой аттестации		Ф-02-01/05
Утверждена 28.10.2024 г	Издание № 2	стр. 6 из 20

5	B-	2,67	75-79	удовлетворительно	<ol style="list-style-type: none"> 1. Знает основной материал, но отвечает сбивчиво без логики; 2. Допускает неточности при пользовании терминами; 3. При ответах на дополнительные вопросы допускает ошибки. 	
6	C+	2,33	70-74		<ol style="list-style-type: none"> 1. Имеет только основы теоретических знаний; 2. Не умеет делать выводы и обобщений; 3. Не пользуется терминологией; 4. Отвечает на дополнительные и уточняющие вопросы. 	
7	C	2,0	65-69		<ol style="list-style-type: none"> 1. Имеет неполные знания основного материала; 2. Не владеет логикой; 3. Ответ носит фрагментарный характер; 4. На дополнительные вопросы отвечает не полностью. 	
8	C-	1,67	60-64		<ol style="list-style-type: none"> 1. Имеет неполные знания основного материала; 2. Допускает неточности, не умеет делать выводы, обобщения; 3. Не владеет логикой; 4. Допускает ошибки при ответах на дополнительные вопросы. 	
9	D+	1,33	55-59		<ol style="list-style-type: none"> 1. Не знает значительной части материала; 2. Слабо ориентируется в материале; 3. Не владеет логикой ответа на вопрос; 4. Затрудняется отвечать на дополнительные вопросы. 	
10	D	1,0	50-54		<ol style="list-style-type: none"> 1. Знание и понимание основ теории с допущением существенных неточностей, некоторая поверхностность, снижающая понимание, но способность с помощью наводящих вопросов преподавателя приходиться к правильному суждению. 	
11	FX	0,5	25-49		неудовлетворительно	<ol style="list-style-type: none"> 1. Отрывочные знания, изложение их без понимания смысла, 2. Дополнительные вопросы членов комиссии только затрудняют мысль, формально заученные положения теории.
12	F	0,0	0-24			<ol style="list-style-type: none"> 1. Обучающийся показал свои теоретические и практические знания и навыки на нулевом уровне, проявил неэтичное поведения и неспособность исправить свои ошибки.

Настоящий документ не может быть полностью или частично воспроизведен, тиражирован и распространен без разрешения НАО «Международный университет туризма и гостеприимства»

Қазақстан Республикасы Туризм және спорт министрлігі		Министерство туризма и спорта Республики Казахстан
«Халықаралық туризм және меймандостық университеті» коммерциялық емес акционерлік қоғамы		Некоммерческое акционерное общество «Международный университет туризма и гостеприимства»
Программа комплексного экзамена по итоговой аттестации		Ф-02-01/05
Утверждена 28.10.2024 г	Издание № 2	стр. 7 из 20

4. СПИСОК ДИСЦИПЛИН ВЫНОСИМЫЕ НА КОМПЛЕКСНЫЙ ЭКЗАМЕН

- 1 . Основы туризмологии
- 2 . Менеджмент индустрии туризма и гостеприимства
- 3 . Экономика и бизнес планирование в туризме

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИН, ПО КОТОРЫМ ПРОВОДИТСЯ КОМПЛЕКСНЫЙ ЭКЗАМЕН

5.1 ОСНОВЫ ТУРИЗМОЛОГИИ

Целью дисциплины «Основы туризмологии» - изучить основные понятия рекреационной деятельности и индустрия туризма, а также с принципами организации их работы в разных природных и социально-экономических условиях.

Результаты обучения дисциплины «Основы туризмологии»:

- Описывать современную теорию о туризме как о пространственном и социально-экономическом явлении.
- Запомнить действующую нормативно-законодательную базу, концепцию и принципы устойчивого развития туризма.
- Использовать полученные теоретико-методологические знания в области туризма в практической деятельности.

5.1.1 Основопологающие понятия рекреационной географии

Свободное время, его функции и место в жизни человека. Понятие о рекреационной деятельности, ее территориальная дифференциация – ежедневная, еженедельная, ежегодная рекреация. Отдых как часть деятельности человека. Определение рекреации как деятельности вне места постоянного жительства человека. Туризм как часть рекреации. Соотношение понятий: отдыхающий, рекреант, турист. Понятие об экскурсии. Соотношение понятий: отдых – рекреация – туризм – экскурсия. Научно-техническая революция, ее положительные и отрицательные проявления. Необходимость восстановления и развития физических и психических сил человека.

5.1.2. Рекреационные потребности как основа пространственно-временной организации рекреационной деятельности

Рекреационные потребности как понятие. Рекреационные потребности – основа организации рекреационной деятельности. Взаимодействие общественных, групповых и индивидуальных рекреационных потребностей. Направления и методы изучения рекреационных потребностей. Социологические методы исследования потребностей. Представления об избирательности групп отдыхающих к природным и социально-экономическим рекреационным ресурсам, к циклам рекреационных занятий, к особенностям архитектурно-планировочной структуры мест отдыха, к степени активности проведения отдыха, к тесноте социальных и возрастных контактов и т.п.

Қазақстан Республикасы Туризм және спорт министрлігі		Министерство туризма и спорта Республики Казахстан
«Халықаралық туризм және меймандостық университеті» коммерциялық емес акционерлік қоғамы		Некоммерческое акционерное общество «Международный университет туризма и гостеприимства»
Программа комплексного экзамена по итоговой аттестации		Ф-02-01/05
Утверждена 28.10.2024 г	Издание № 2	стр. 8 из 20

5.1.3. Рекреационная деятельность как социально-экономическое явление, как элемент образа жизни

Сущность, структура и классификация. Рекреационная деятельность как психоэмоциональное явление. Рекреационная деятельность, как основа, системно-образующий фактор в территориальных рекреационных системах (ТРС). Соотношение режимов труда и режимов отдыха. Характеристика основных групп общественных функций рекреационной деятельности. Технологические функции рекреационной деятельности. Системы и циклы рекреационных занятий. Структура суточных, отпускных и жизненных циклов. Рекреационное обслуживание как отрасль сферы нематериального производства. Понятие о рекреационной системе и территориальных рекреационных системах как соотношение понятий: отрасль и предприятие. Рекреационная отрасль и индустрия туризма. Специфические особенности рекреационной отрасли.

5.1.4. Рекреационная география – новая отрасль общественно-географической науки

«Географичность» исследования рекреационных проблем. Междисциплинарный характер исследования рекреации. Рекреационная география как общественно-географическая наука. Определение объекта и предмет исследования. Представление о рекреационной и территориальной рекреационной системе (В.С. Преображенский, Л.И. Мухина, Ю.А. Веденин, И.В. Зорин). Антропоцентрическая сущность рекреационных систем. Место рекреационной географии в системе знания о человеке, обществе и их деятельности; место в системе общественных, естественных, технических наук. Необходимость рекреационно-географических исследований. Основные понятия, используемые в рекреационной географии. Методы статистического учета рекреационной деятельности. Задачи рекреационной географии. Рекреационная география и практика. ТРС, связи систем ее составляющих как предмет системного анализа рекреационной деятельности и ее обслуживания. Матрица В.М. Кривошеева и И.И. Зорина. Анализ конкретных взаимосвязей подсистем ТРС.

5.1.5. Рекреационная география и география туризма – отраслевые дисциплины общественной (социально-экономической) географии

Понятие о географии отдыха. Различия и сходства в объекте и предмете исследования рекреационной географии и географии туризма. Рекреационная география и география туризма – соотношение понятий. Основные понятия и терминология, применяемые в географии туризма. Происхождение терминов: «туризм» и «турист». Современные представления о туризме и туристах. Рабочие и концептуальные дефиниции туризма. Путешествующие лица и временные посетители. Понятие о рекреационном потенциале, предпосылках и ресурсах развития отдыха и туризма. «Аттрактивность» туристско-рекреационных ресурсов. Понятие о таксономии туристских территорий, "хозяйственном потенциале рекреации". Туристская инфраструктура и туристское хозяйство.

5.1.6. Классификация современного туризма

Классификация современного туризма, ее сложность, отсутствие общепринятых взглядов. Значение такой классификации. Дискуссионность вопроса о классификации туризма, исходя из целей путешествия. Рекреационный, деловой, религиозный и Настоящий документ не может быть полностью или частично воспроизведен, тиражирован и распространен без разрешения НАО «Международный университет туризма и гостеприимства»

Қазақстан Республикасы Туризм және спорт министрлігі		Министерство туризма и спорта Республики Казахстан
«Халықаралық туризм және меймандостық университеті» коммерциялық емес акционерлік қоғамы		Некоммерческое акционерное общество «Международный университет туризма и гостеприимства»
Программа комплексного экзамена по итоговой аттестации		Ф-02-01/05
Утверждена 28.10.2024 г	Издание № 2	стр. 9 из 20

этнический туризм. Туризм массовый и элитарный, коммерческий и социальный, организованный и самодеятельный, активный и пассивный, транспортный и экологический.

5.1.7. Рекреационная оценка территорий

Природные и социально-экономические предпосылки развития отдыха и туризма, переход в туристско-рекреационные ресурсы. Природные и социально-экономические туристско-рекреационные ресурсы, их роль и значение для развития туризма. Важнейшие характеристики туристско-рекреационных ресурсов. Определение пригодности и оценка туристско-рекреационных ресурсов для целей отдыха и туризма – одна их главных задач географии туризма. Оценочные шкалы. Три основных типа оценки природных рекреационных ресурсов: медико-биологический, психолого-эстетический, технологический. Качественная и балльная формы оценки рекреационных ресурсов. Работы Л.И. Мухиной по разработке методических указаний оценки. Идеи Ю.А. Веденина, Н.Н. Мирошниченко, Е.А. Котлярова, Я. Варшинской. «Коэффициент привлекательности (пригодности)». Подходы к оценке «совокупного туристско-ресурсного потенциала» территории.

5.1.8. Районирование туристских территорий

Зависимость эффективного развития и территориальной организации туризма как отрасли народного хозяйства от оптимального научно-обоснованного районирования туристских территорий. История развития исследований территории для целей туристского районирования в бывшем СССР и России. Работы Н.С. Мироненко, И.Т. Твердохлебова, Б.Н. Лиханова, В.С. Преображенского, Е.А. Котлярова. Попытки районирования территории Казахстана для целей отдыха и туризма. Соотношение понятий: «рекреационный район», «туристский район», краткая история эволюции этих понятий. Характерные черты туристских районов и механизм их образований. Понятие о туристском районе как об отраслевом (интегральном) социально-экономическом районе. Методы туристского районирования. Таксономия туристских районов.

5.1.9. Сущность определения туризма

Туризм как сложное пространственное социально-экономическое явление и сложная общественно-хозяйственная система. Разные подходы отечественных и зарубежных ученых к концептуальному, сущностному определению туризма. Принятая Всемирной туристской организацией (ВТО) концептуальная модель современного туризма («индустрии туризма»), ее подсистемы (элементы) и их связи между собой и с внешними средами. Объяснение механизма работы туристской системы. Понятие об индустрии туризма. Туристские предприятия как составная часть индустрии туризма, производящей туристские услуги. Туроператоры и турагенты, туристские организации, характер их деятельности. Понятие об индустрии туризма как совокупности предприятий, учреждений и организаций материальной и нематериальной сфер производства, обеспечивающих производство, распределение, обмен и потребление услуг и товаров для туристов, освоение и эксплуатацию туристско-рекреационных ресурсов и создание материально-технической базы туризма.

5.1.10. Функционирование туристского рынка

Қазақстан Республикасы Туризм және спорт министрлігі		Министерство туризма и спорта Республики Казахстан
«Халықаралық туризм және меймандостық университеті» коммерциялық емес акционерлік қоғамы		Некоммерческое акционерное общество «Международный университет туризма и гостеприимства»
Программа комплексного экзамена по итоговой аттестации		Ф-02-01/05
Утверждена 28.10.2024 г	Издание № 2	стр. 10 из 20

Туристский спрос как новая форма потребительского спроса на комплекс разнообразных услуг и предметов потребления, позволяющих удовлетворить материально-бытовые и культурно-познавательные интересы. Понятие о туристском продукте. Характерные черты туристского спроса. Факторы, под влиянием которых формируется туристский спрос. Туристское предложение как совокупность туристских ценностей и оказываемых туристских услуг. Элементы, от которых большей частью зависит туристское предложение. Туристская привлекательность как сформировавшееся туристское предложение. Туристский рынок, его характерные особенности и черты. Процесс купли-продажи в туризме.

5.1.11. Туристское хозяйство

Туристское хозяйство как комплекс различных секторов, создание и развитие которых стимулируется приездом и пребыванием туристов и как один из основных элементов туристского предложения. Прямое и косвенное туристское хозяйство. База ночлега, ее значение для развития туризма, характеристика. База питания, ее структура (гастрономические, торговые и снабженческие учреждения), характеристика. Коммуникационная база, ее структура (транспортно-коммуникационная сеть, транспортные средства, службы организации транспортного движения, техническая база транспорта и связи), характеристика. Сопутствующая база как главный элемент туристского хозяйства, ее структура и характеристика. Проблемы и перспективы развития материально-технической базы туризма.

5.1.12. Туризм как отрасль экономики

Специфика туризма как отрасли экономики: совмещение во времени производства и сбыта продукции, единство места производства и потребления турпродукта, транспортировка потребителя к производственному объекту до производства услуги, «самовывоз» туристской продукции, своеобразные типы туристского агрегированного ресурса потребления. Сущность и содержание туристского обслуживания как сложного, комплексного, продолжительного и различного по времени и месту процесса производства, предложения и продажи различных услуг и товаров. Обслуживание в туризме – самое сильное оружие в конкурентной борьбе. Критерии и показатели качества туристского обслуживания. Балльные методы оценки качества туристского обслуживания.

5.1.13. Понятие о менеджменте туризма

Задачи менеджмента в туризме. Специфика менеджмента в туризме: большая глубина проникновения и сложность взаимосвязей между элементами, неясные и трудноизмеримые цели, ограниченное влияние на регион, сильное влияние со стороны клиентуры, специфика туристского продукта, заключающаяся в его неотделимости от источника формирования, внешние эффекты туристского продукта, специфика туристского спроса (его неосязаемость и несохраняемость, разнообразие потребителей туристских услуг, высокая значимость общественных факторов в стране), комплексность туристских услуг, сезонность туризма. Четыре характерные черты управления любым туристским предприятием. Цели и стратегия туристской фирмы. Три класса целей: экономические, фирменные, социальные. Структура как ключевой элемент туристской организации, типы организационных структур. Понятие об инновационных структурах.

5.1.14. Понятие о маркетинге туризма

Настоящий документ не может быть полностью или частично воспроизведен, тиражирован и распространен без разрешения НАО «Международный университет туризма и гостеприимства»

Қазақстан Республикасы Туризм және спорт министрлігі		Министерство туризма и спорта Республики Казахстан
«Халықаралық туризм және меймандостық университеті» коммерциялық емес акционерлік қоғамы		Некоммерческое акционерное общество «Международный университет туризма и гостеприимства»
Программа комплексного экзамена по итоговой аттестации		Ф-02-01/05
Утверждена 28.10.2024 г	Издание № 2	стр. 11 из 20

Х. Криппендорф и маркетинг туризма. Туристский маркетинг как систематическое изменение и координация деятельности туристских предприятий, а также частной и государственной политики в области туризма. Особенности туристского маркетинга, определяемые особенностями туристского продукта, специфическими чертами его производителей и потребителей туристских услуг. Эластичность туристского спроса в зависимости от конъюнктуры, дохода, уровня образования, цены, рекламы и других факторов. Туристские маркетинг-программы. Стратегическая сущность туристского маркетинга.

5.1.15. Международный туризм как форма внешнеэкономических отношений

Специфические черты международного туризма, отличие от внутреннего туризма. Влияние иностранного туризма на экономическое развитие стран. Основные факторы и условия развития международного туризма. Статистика современного международного туризма. Современные тенденции развития международного туризма и география мировых туристских потоков. Международные туристские организации и их роль в развитии туризма.

5.2 Менеджмент индустрии и гостеприимства

Целью дисциплины «Менеджмент индустрии и гостеприимства» - формирование у студентов системы теоретических знаний и практических навыков в управлении туристским предприятием, для повышения эффективности его деятельности.

Результаты обучения дисциплины «Менеджмент туризма»:

- Рассмотреть сущность и взаимосвязь функций менеджмента, организационных структур, принципов, методов, развития и особенностей системы управления в туристской индустрии.

- Планировать деятельности организаций туризма и гостеприимства, вопросы управления потребительской мотивацией на туристском рынке, способы достижения организациями конкурентных преимуществ и разъяснить стратегии экономически безопасной деятельности предприятий индустрии туризма.

- Рассмотреть организационные структуры и методы управления в туристской индустрии.

- Определить классификационные виды управленческих решений, способов принятия решений, особенностей управленческих решений.

5.2.1 Развитие системы менеджмента и ее особенности в туристской индустрии

Понятие менеджмента. Основные подходы к определению понятия "Менеджмент". Менеджмент как вид деятельности (функция). Менеджмент как наука. Менеджмент как академическая дисциплина. Подходы к определению сущности и роли менеджмента. Понятие "туристская индустрия". Эволюция системы менеджмента и школы научного управления. Школы управления.

5.2.2 Современные подходы к менеджменту

Определения термина "система". Системный подход в менеджменте. Процессный подход. Ситуационный подход в управлении. Модель организации как открытой системы. Особенности системного и ситуационного подходов.

5.2.3 Разработка управленческих решений

Қазақстан Республикасы Туризм және спорт министрлігі		Министерство туризма и спорта Республики Казахстан
«Халықаралық туризм және меймандостық университеті» коммерциялық емес акционерлік қоғамы		Некоммерческое акционерное общество «Международный университет туризма и гостеприимства»
Программа комплексного экзамена по итоговой аттестации		Ф-02-01/05
Утверждена 28.10.2024 г	Издание № 2	стр. 12 из 20

Виды управленческих решений. Технология процесса разработки управленческих решений. Контроль и координация деятельности в туристской индустрии. Интуитивные решения. Решения, основанные на суждениях. Рациональные решения. Классификационные признаки управленческих решений в туристской индустрии. Этапы процесса разработки управленческих решений. Выводы на основе концептуальной модели принятия управленческих решений. Подходы и модели, используемые при принятии управленческих решений в зарубежных организациях. Исключения при принятии решений. Ошибки в принятии управленческих решений. Координационная деятельность. Основные принципы реализации, координации и регулирования совместной деятельности субъектов организации и объектов управления:

5.2.4 Методы и стили управления в туристской индустрии

Методы управления. Экономические методы управления. Виды материальной мотивации. Организационно-административные методы управления. Социально-психологические методы управления. Методы командной работы. Финансовое состояние организации; организации-потребители и рынки сбыта; внутренние бизнес-процессы; развитие организации и ее работников. Индивидуальные возможные подходы к управлению доходами в организациях индустрии туризма. Стили управления. Стили лидерства. Авторитарный стиль. Демократичный стиль

5.2.5 Понятие о менеджменте туризма

Задачи менеджмента в туризме. Специфика менеджмента в туризме: большая глубина проникновения и сложность взаимосвязей между элементами, неясные и трудноизмеримые цели, ограниченное влияние на регион, сильное влияние со стороны клиентуры, специфика туристского продукта, заключающаяся в его неотделимости от источника формирования, внешние эффекты туристского продукта, специфика туристского спроса (его неосязаемость и несохраняемость, разнообразие потребителей туристских услуг, высокая значимость общественных факторов в стране), комплексность туристских услуг, сезонность туризма. Четыре характерные черты управления любым туристским предприятием. Цели и стратегия туристской фирмы. Три класса целей: экономические, фирменные, социальные. Структура как ключевой элемент туристской организации, типы организационных структур. Понятие об инновационных структурах.

5.2.6 Власть, влияние, лидерство в туристической индустрии

Формы власти и влияния в туристской индустрии. Общие проблемы применения теории лидерства. Личная основа власти. Справочная власть. Экспертная сила руководителя. Законная власть. Сила информации. Потребность во власти. Организационная основа власти. Формы партнерского влияния. Партнерство-это основной способ воздействия. Лидер. Лидерские способности. Признаки, навыки, определяющие эффективность лидерства. Набор лидерских качеств. Поведенческий подход. Проблемы лидерства в индустрии туризма.

5.2.7 Функции менеджмента в туристской индустрии

Сущность функций управления. Услуги планирования в сфере туризма. Организация деятельности в сфере туризма. Уровень организации туристской индустрии. Прогноз. Прогнозирование. Классификация видов прогноза, предложенная И. Г. Мельниковой. Этапы разработки прогноза. Специфические особенности планирования деятельности

Настоящий документ не может быть полностью или частично воспроизведен, тиражирован и распространен без разрешения НАО «Международный университет туризма и гостеприимства»

Қазақстан Республикасы Туризм және спорт министрлігі		Министерство туризма и спорта Республики Казахстан
«Халықаралық туризм және меймандостық университеті» коммерциялық емес акционерлік қоғамы		Некоммерческое акционерное общество «Международный университет туризма и гостеприимства»
Программа комплексного экзамена по итоговой аттестации		Ф-02-01/05
Утверждена 28.10.2024 г	Издание № 2	стр. 13 из 20

организаций туристской индустрии. Основные задачи планирования организации индустрии туризма. Методы планирования. Основная цель плановой системы. Организация. Организационная структура управления. Три модели организации управления туристской индустрией на международном уровне.

5.2.8 Организационно-правовые основы деятельности туристского предприятия Туристское предприятие как хозяйствующий субъект. Характеристика микро-и макросреды туристского предприятия. Определение миссии и целей туристского предприятия. Факторы, определяющие выбор организационно-правовой формы туристского предприятия. Разработка учредительных документов, Государственная регистрация и организационное оформление предприятия. Требования к офису и персоналу туристского предприятия. Прекращение деятельности туристского предприятия.

5.2.9 Формирование, продвижение и реализация тура

Проектирование тура и его сущность, значение. Процесс формирования тура. Особенности планирования мероприятий по продвижению. Организация осуществления тура. Контроль и оценка туроперейтинга

5.2.10. Договорные отношения в туризме.

Отношения между туристской организацией и перевозчиком. Отношения между различными туристскими организациями отношения между туроператором и отелями (другие средства размещения). Отношения между туроператорами и страховыми компаниями. Иные отношения между туроператором и его партнерами - непосредственными исполнителями отдельных видов услуг. Отношения туристской организации и туриста. Правовые акты. Система договоров в сфере туризма. Договоры, направленные на обеспечение безопасности субъектов туристской деятельности (договор страхования, договор оказания платных охранных услуг).

5.2.11 Стратегия и тактика предприятий туристской индустрии, производственная программа

Сущность и общая схема стратегического управления на предприятиях туристской индустрии. Стратегический анализ деятельности в туристской индустрии. Стратегии, используемые предприятиями туристской индустрии. Производственная программа организации. Планирование производственной программы. Определение, объект, субъект, предмет, цели и задачи стратегического анализа в организациях туристской индустрии. Стратегии франчайзинга.

5.2.12. Управление персоналом в организациях туристской индустрии.

подсистемы управления персоналом в системе менеджмента организаций туристской индустрии. Основные функции управления персоналом предприятий туристской индустрии. Терминология и состав подсистемы управления персоналом. Кадровая политика и стратегия управления персоналом. Кадровый потенциал. Анализ рынка труда.

5.2.13. Рынок туристских услуг и особенности поведения потребителя туристских услуг

Управление потребительской мотивацией на рынке туристических услуг. Факторы формирования потребительской мотивации на рынке туристских услуг. Классификация видов туризма. Туристические и рекреационные ресурсы. Туристско-экскурсионные

Қазақстан Республикасы Туризм және спорт министрлігі	 INTERNATIONAL UNIVERSITY OF TOURISM AND HOSPITALITY	Министерство туризма и спорта Республики Казахстан
«Халықаралық туризм және меймандостық университеті» коммерциялық емес акционерлік қоғамы		Некоммерческое акционерное общество «Международный университет туризма и гостеприимства»
Программа комплексного экзамена по итоговой аттестации		Ф-02-01/05
Утверждена 28.10.2024 г	Издание № 2	стр. 14 из 20

ресурсы. Особенности туристских услуг. Сущность и содержание туристского обслуживания.

5.2.14. Зарубежный опыт управления туризмом

Управление в условиях сервисной экономики. Организация управления в турфирмах. Организация менеджмента в отелях. Особенности сетевого бизнеса в индустрии туризма. Управляющие компании в индустрии туризма.

5.2.15. Управление персоналом гостиницы

Роль человека в организации сферы услуг. Управление персоналом отеля. Современные требования к профессиональным менеджерам-менеджерам в сфере гостеприимства. Коммуникации в управлении и мотивации персонала гостиницы. Управление конфликтами.

5.2.16 Управление гостиничной безопасностью

Понятие "Безопасность" в туризме. Основные принципы построения системы гостиничной безопасности. Методы профилактики краж и вандализма в гостиничных номерах. Нормы, правила по технике безопасности в деятельности туроператоров и турагентов. Манильская декларация. Технические подразделения инженерной службы.

5.3. ЭКОНОМИКА И БИЗНЕС ПЛАНИРОВАНИЕ В ТУРИЗМЕ

Целью дисциплины является - обеспечить студентов знаниями и навыками в области экономики туризма, сформировать у них компетенции в перспективном и текущем планировании социально-экономических, организационных и финансовых процессов на туристических предприятиях, а также развить умения по разработке бизнес-планов и проведению проектного анализа в индустрии туризма и гостеприимства.

Результаты обучения дисциплины «Экономика и бизнес планирование в туризме»:

- Обладать основами макро и микроэкономики туризма, включая экономическую природу туризма, принципы функционирования туристического рынка и их влияние на национальные и международные экономики;
- Сформировать навыки использования экономических инструментов, таких как оценка трудовых ресурсов, ценообразование, управление затратами и инвестициями для достижения бизнес-целей в сфере туризма и гостеприимства.
- Сформировать у студентов знания и навыки анализа рынка и экономических результатов деятельности туристических фирм с целью выявления возможностей для улучшения операционной эффективности и прибыльности.
- Обладать навыками оценки рисков и управления ими при создании и развитии туристических предприятий, анализируя возможные риски и разрабатывая стратегии их минимизации.
- Обучить студентов разработке бизнес-планов, включая маркетинговые, производственные и финансовые планы, с учетом специфики туристических предприятий и их места в отрасли.

5.3.1 Экономика туризма: основы и концепции. Понятие, предмет и задачи экономики туризма. Определение экономики туризма и ее основные задачи. основные цели. Настоящий документ не может быть полностью или частично воспроизведен, тиражирован и распространен без разрешения НАО «Международный университет туризма и гостеприимства»

Қазақстан Республикасы Туризм және спорт министрлігі	 INTERNATIONAL UNIVERSITY OF TOURISM AND HOSPITALITY	Министерство туризма и спорта Республики Казахстан
«Халықаралық туризм және меймандостық университеті» коммерциялық емес акционерлік қоғамы		Некоммерческое акционерное общество «Международный университет туризма и гостеприимства»
Программа комплексного экзамена по итоговой аттестации		Ф-02-01/05
Утверждена 28.10.2024 г	Издание № 2	стр. 15 из 20

и задачи, которые экономика туризма решает на разных уровнях (макро, мезо, микро). Взаимосвязь экономики туризма с другими дисциплинами (география, социология, менеджмент, экология и т.д.). Определение и состав индустрии туризма (гостиницы, транспорт, туроператоры, развлечения, рестораны и т.д.). Взаимодействие различных сегментов индустрии туризма для предоставления комплексных услуг. Экономическая значимость туризма в национальных и мировых масштабах. Лимитирующие факторы экономики туризма.

5.3.2 Макроэкономика туризма: особенности экономической природы туризма. Экономические мультипликаторы, вклад туризма в ВВП, занятость и внешнеторговый баланс. Взаимодействие туризма с национальными экономическими процессами через налоговую политику, инфраструктурные инвестиции и развитие соглашения.

5.3.3 Микроэкономика: механизмы мобильного туристического рынка. Вопросы и предложения по туристическим услугам, факторам, влияющим на спрос и предложения, ценообразованию, сезонным колебаниям. Рыночные структуры (чистая конкуренция, монополия, олигополия) и их влияние на функционирование туристических фирм.

5.3.4 Конкуренция в туристической экономике. Понятие конкуренции. Анализ конкурентоспособности фирмы. Конкурентные преимущества первого и второго порядка. Виды конкуренции: ценовая и неценовая конкуренция, дифференциация туристических продуктов. Стратегии конкуренции: инновации, улучшение качества услуг, повышение конкурентоспособности туристических компаний. Оценка глобализации в международной конкуренции, роли правительств и мировых институтов в ее регулировании.

5.3.5 Трудовые ресурсы туристических организаций и их экономическая оценка. Проанализируйте структуру и распределите трудовые ресурсы в туристических организациях, экономическую систему труда, оценку системы оплаты и стимулирования труда, влияние человеческих ресурсов на эффективность туристической компании.

5.3.6 Инвестиции в туризме. Формы и источники инвестиций в туризме, государственное и частное инвестирование, риски и возможности инвестиционной деятельности, привлечение прекращается и их роль в развитии экономики. Государственные инвестиции и эффективность их использования. Структура капитальных вложений. Отраслевая структура капитальных вложений. Воспроизводственная структура. Технологическая структура капитальных вложений. Территориальная структура капитальных вложений. Показатели общей эффективности инвестиций в туризме.

5.3.7 Экономические результаты деятельности туристической фирмы. Оценка ключевых экономических показателей: выручка, прибыль, рентабельность, ликвидность. Стратегии измерения наблюдают за эффективностью, финансовой устойчивостью и способами улучшения экономических показателей.

5.3.8 Бизнес-планирование туристических услуг: концепции и подходы. Основные концепции и этапы разработки бизнес-плана для туристических услуг. Включает определение постоянного тока, анализ рыночных возможностей, стратегию продвижения и планирование ресурсов. Особое внимание уделяется бизнес-плану, который включает в себя маркетинговый, производственный, организационный и финансовый разделы. Структура бизнес плана, принципы бизнес планирования. Принцип коммуникативности, принцип непрерывности.

Настоящий документ не может быть полностью или частично воспроизведен, тиражирован и распространен без разрешения НАО «Международный университет туризма и гостеприимства»

Қазақстан Республикасы Туризм және спорт министрлігі		Министерство туризма и спорта Республики Казахстан
«Халықаралық туризм және меймандостық университеті» коммерциялық емес акционерлік қоғамы		Некоммерческое акционерное общество «Международный университет туризма и гостеприимства»
Программа комплексного экзамена по итоговой аттестации		Ф-02-01/05
Утверждена 28.10.2024 г	Издание № 2	стр. 16 из 20

5.3.9 Описание предприятия и отрасли. Создание и выбор организационно-правовой формы туристической фирмы. Разработка бизнес - идеи. Составление протокола намерения. Разработка учредительных документов фирмы в соответствии с выбранной организационно-правовой формой. Порядок регистрации вновь создаваемой туристической фирмы. Понятие планирования деятельности, предпринимательской деятельности. Сущность и этапы бизнес-планирования. Включает обзор отрасли, анализ конкурентного окружения, описание продукции и услуг предприятия, а также его потенциал для роста и развития в отрасли.

5.3.10 Анализ и оценка рынка. Методы анализа туристического рынка, включая сегментацию, оценку целевых сегментов и рыночных ниш. Оцените будущее и предложения по туристическим услугам, анализ конкурентной среды, прогнозирование рыночных тенденций и их влияние на перемены в работе предприятий.

5.3.11 Маркетинговый план. План маркетинга. Выбор стратегии и типа маркетинга на предприятии. Разработка товарной, ценовой рекламной, коммуникативной политики фирмы. Выбор каналов сбыта продукта. Расчет бюджета маркетинга. Исследование целевого рынка, сегментация, определение целевых аудиторий, анализ рыночных ниш. Стратегия продвижения: маркетинговые кампании, каналы продвижения, роль глобального маркетинга и социальные сети.

5.3.12 Производственный план. Планирование ресурсов: распределение материальных и трудовых ресурсов, составление графиков предоставления туристических услуг. Взаимодействие с поставщиками и партнёрами для создания качественного туристического продукта. Оптимизация производственных процессов: повышение эффективности и снижение затрат.

5.3.13 Организационный план. Структура управления туристической фирмой: ключевые роли и обязанности сотрудников, корпоративная культура. Стратегии мотивации и повышения квалификации персонала. Адаптация компании к изменениям на рынке и ее стратегии роста.

5.3.14 Финансовый план. Прогнозирование доходов и расходов, разработка бюджета, анализ рентабельности, ликвидности и платёжеспособности. Методы привлечения инвестиций, повышения эффективности и минимизации финансовых рисков. Расчет плана продаж, плана постоянных и переменных затрат. План кредитования (инвестирования) фирмы. Построение прогноза потока денежных средств и отчета о прибылях и убытках.

5.3.15 Оценка риска. Виды рисков в туризме: природные, социальные, политические риски. Методы прогнозирования, управления и минимизации рисков на различных этапах туристических проектов.

6. ВОПРОСЫ КОМПЛЕКСНОГО ЭКЗАМЕНА

6.1. Вопросы по дисциплине «Основы туризмологии»:

1. Свободное время, его функции и место в жизни человека;
2. Понятие о рекреационной деятельности, ее территориальная дифференциация – ежедневная, еженедельная, ежегодная рекреация;
3. Определение рекреации как деятельности вне места постоянного жительства человека;

Настоящий документ не может быть полностью или частично воспроизведен, тиражирован и распространен без разрешения НАО «Международный университет туризма и гостеприимства»

Қазақстан Республикасы Туризм және спорт министрлігі		Министерство туризма и спорта Республики Казахстан
«Халықаралық туризм және меймандостық университеті» коммерциялық емес акционерлік қоғамы		Некоммерческое акционерное общество «Международный университет туризма и гостеприимства»
Программа комплексного экзамена по итоговой аттестации		Ф-02-01/05
Утверждена 28.10.2024 г	Издание № 2	стр. 17 из 20

4. Соотношение понятий: отдых – рекреация – туризм – экскурсия;
5. Рекреационные потребности как понятие. Рекреационные потребности – основа организации рекреационной деятельности;
6. Взаимодействие общественных, групповых и индивидуальных рекреационных потребностей. Направления и методы изучения рекреационных потребностей;
7. Рекреационная деятельность как психоэмоциональное явление;
8. Рекреационная деятельность, как основа, системно-образующий фактор в территориальных рекреационных системах (ТРС);
9. Соотношение режимов труда и режимов отдыха;
10. Характеристика основных групп общественных функций рекреационной деятельности;
11. Рекреационное обслуживание как отрасль сферы нематериального производства;
12. Понятие о рекреационной системе и территориальных рекреационных системах как соотношение понятий: отрасль и предприятие;
13. Рекреационная отрасль и индустрия туризма. Специфические особенности рекреационной отрасли;
14. Междисциплинарный характер исследования рекреации. Рекреационная география как общественно-географическая наука;
15. Основные понятия, используемые в рекреационной географии;
16. Методы статистического учета рекреационной деятельности;
17. ТРС, связи систем ее составляющих как предмет системного анализа рекреационной деятельности и ее обслуживания;
18. Понятие о географии отдыха. Различия и сходства в объекте и предмете исследования рекреационной географии и географии туризма;
19. Основные понятия и терминология, применяемые в географии туризма. Происхождение терминов: «туризм» и «турист»;
20. Современные представления о туризме и туристах;
21. Путешествующие лица и временные посетители;
22. Понятие о рекреационном потенциале, предпосылках и ресурсах развития отдыха и туризма;
23. «Аттрактивность» туристско-рекреационных ресурсов;
24. Классификация современного туризма, ее сложность, отсутствие общепринятых взглядов;
25. Рекреационный, деловой, религиозный и этнический туризм;
26. Природные и социально-экономические предпосылки развития отдыха и туризма, переход в туристско-рекреационные ресурсы;
27. Природные и социально-экономические туристско-рекреационные ресурсы, их роль и значение для развития туризма;
28. Определение пригодности и оценка туристско-рекреационных ресурсов для целей отдыха и туризма – одна из главных задач географии туризма;
29. Три основных типа оценки природных рекреационных ресурсов: медико-биологический, психолого-эстетический, технологический;

Настоящий документ не может быть полностью или частично воспроизведен, тиражирован и распространен без разрешения НАО «Международный университет туризма и гостеприимства»

Қазақстан Республикасы Туризм және спорт министрлігі		Министерство туризма и спорта Республики Казахстан
«Халықаралық туризм және меймандостық университеті» коммерциялық емес акционерлік қоғамы		Некоммерческое акционерное общество «Международный университет туризма и гостеприимства»
Программа комплексного экзамена по итоговой аттестации		Ф-02-01/05
Утверждена 28.10.2024 г	Издание № 2	стр. 18 из 20

30. Зависимость эффективного развития и территориальной организации туризма как отрасли народного хозяйства от оптимального научно-обоснованного районирования туристских территорий;
31. Соотношение понятий: «рекреационный район», «туристский район», краткая история эволюции этих понятий;
32. Понятие об индустрии туризма. Туристские предприятия как составная часть индустрии туризма, производящей туристские услуги;
33. Туроператоры и турагенты, туристские организации, характер их деятельности;
34. Туристский спрос как новая форма потребительского спроса на комплекс разнообразных услуг и предметов потребления, позволяющих удовлетворить материально-бытовые и культурно-познавательные интересы;
35. Факторы, под влиянием которых формируется туристский спрос;
36. Туристское предложение как совокупность туристских ценностей и оказываемых туристских услуг;
37. Туристское хозяйство как комплекс различных секторов, создание и развитие которых стимулируется приездом и пребыванием туристов и как один из основных элементов туристского предложения;
38. Специфика туризма как отрасли экономики: совмещение во времени производства и сбыта продукции, единство места производства и потребления турпродукта;
39. Задачи менеджмента в туризме;
40. Характерные черты управления любым туристским предприятием. Цели и стратегия туристской фирмы;
41. Структура как ключевой элемент туристской организации, типы организационных структур. Понятие об инновационных структурах;
42. Туристский маркетинг как систематическое изменение и координация деятельности туристских предприятий;
43. Особенности туристского маркетинга, определяемые особенностями туристского продукта, специфическими чертами его производителей и потребителей туристских услуг;
44. Стратегическая сущность туристского маркетинга;
45. Специфические черты международного туризма, отличие от внутреннего туризма;
46. Влияние иностранного туризма на экономическое развитие стран;
47. Основные факторы и условия развития международного туризма;
48. Статистика современного международного туризма;
49. Современные тенденции развития международного туризма и география мировых туристских потоков;
50. Международные туристские организации и их роль в развитии туризма.

6.2. Вопросы по дисциплине «Менеджмент индустрии туризма и гостеприимства»:

1. Туризм как объект управления: основные понятия и управленческие категории туризма.

Настоящий документ не может быть полностью или частично воспроизведен, тиражирован и распространен без разрешения НАО «Международный университет туризма и гостеприимства»

Қазақстан Республикасы Туризм және спорт министрлігі		Министерство туризма и спорта Республики Казахстан
«Халықаралық туризм және меймандостық университеті» коммерциялық емес акционерлік қоғамы		Некоммерческое акционерное общество «Международный университет туризма и гостеприимства»
Программа комплексного экзамена по итоговой аттестации		Ф-02-01/05
Утверждена 28.10.2024 г	Издание № 2	стр. 19 из 20

2. Основные этапы развития менеджмента туризма.
3. Школы научного управления.
4. Система управления туризмом.
5. Взаимодействие экономики и туризма.
6. Особенности туризма как объекта управления.
7. Специфика туристского спроса.
8. Туристский регион.
9. Туристские организации: структура.
10. Туристские предприятия: первичных и вторичных услуг.
11. Турпосредники.
12. Функции туристских организаций.
13. Принципы менеджмента: общие и частные принципы управления.
14. Структура управления туризмом: понятие, элементы, уровни.
15. Горизонтальное и вертикальное разделение труда в туристской организации.
16. Формальные и неформальные организации.
17. Сущность и взаимосвязь функций менеджмента.
18. Сущность функции планирования.
19. Принципы планирования. Процесс планирования. Формы и виды планов.
20. Организационная функция.
21. Мотивация как функция управления: виды и теории.
22. Функция контроля: этапы и виды.
23. Требования к менеджеру: власть, влияние, авторитет менеджера.
24. Стиль управления. Демократический стиль управления.
25. Стиль управления. Авторитарный стиль управления.
26. Стиль управления. Либеральный стиль управления.
27. Содержание и виды управленческих решений.
28. Процесс принятия управленческих решений.
29. Методы принятия решений.
30. Понятие методов управления и их классификация.
31. Организационно-административные методы управления.
32. Экономические методы управления.
33. Социально-психологические методы управления.
34. Самоуправление.
35. Деловые совещания: задачи, классификация.
36. Технология организации и проведение деловых совещаний.
37. Деловые переговоры: подготовка, правила поведения.
38. Типичные ошибки при ведении переговоров.
- 6.3. Природа, модель и причины конфликта.
39. Типы конфликтов.
40. Методы и стратегии разрешения конфликтов.
41. Типичные ошибки в управлении конфликтами.
42. Сущность стресса: виды, причины.
43. Фазы и симптомы развития стресса.

Настоящий документ не может быть полностью или частично воспроизведен, тиражирован и распространен без разрешения НАО «Международный университет туризма и гостеприимства»

Қазақстан Республикасы Туризм және спорт министрлігі		Министерство туризма и спорта Республики Казахстан
«Халықаралық туризм және меймандостық университеті» коммерциялық емес акционерлік қоғамы		Некоммерческое акционерное общество «Международный университет туризма и гостеприимства»
Программа комплексного экзамена по итоговой аттестации		Ф-02-01/05
Утверждена 28.10.2024 г	Издание № 2	стр. 20 из 20

44. Значение делового общения, его формы.
45. Искусство общения в туристической деятельности: организация общения.
46. Управление персоналом.
47. Методы оценки персонала.
48. Движение и профессиональное развитие персонала. Текущее кадров.
49. Социальная эффективность менеджмента туризма.

6.4. Вопросы по дисциплине «Экономика и бизнес-планирование в туризме»:

1. Сущность и значение экономики туризма.
2. Сущность и особенности туристического рынка.
3. Место и значение туризма в национальной экономике.
4. Факторы, влияющие на экономику туризма.
5. Основные особенности отрасли туризма.
6. Роль туризма в экономике страны.
7. Понятие эластичности туристического спроса.
8. Сущность эластичности туристического предложения.
9. Положительные и отрицательные факторы, влияющие на экономику туризма.
10. Понятие туристического продукта и его категории.
11. Инструменты реализации туристской политики страны.
12. Элементы, емкость и механизмы туристического рынка.
13. Сущность и значение туристического продукта.
14. Инфраструктуру туристического рынка и его функции.
15. Значение себестоимости по затратным элементам.
16. Особенности инновационной деятельности в туризме.
17. Особенности внешних и внутренних факторов, влияющих на развитие туризма.
18. Определение понятия туристическая инфраструктура.
19. Сущность и виды конкуренции в туризме.
20. Особенности монополистической конкуренции на туристическом рынке.
21. Понятия ценовой и неценовой конкуренции в туризме.
22. Понятие туристического бизнеса и условия его развития.
23. Структура цен в туризме и понятие цены туристического продукта.
24. Виды предпринимательства в туризме.
25. Направления и цели туристического бизнеса.
26. Основные виды туристического бизнеса.
27. Основные принципы классификации туроператорских фирм.
28. Обслуживание туристов и особенности предоставления услуг питания как части туристического продукта.
29. Организацию туристического бизнеса и его особенности.
30. Экономическую эффективность инвестиционного проекта.
31. Особенности сферы транспортного обслуживания туристов.
32. Показатели общей экономической эффективности инвестиций в туризме.

Қазақстан Республикасы Туризм және спорт министрлігі		Министерство туризма и спорта Республики Казахстан
«Халықаралық туризм және меймандостық университеті» коммерциялық емес акционерлік қоғамы		Некоммерческое акционерное общество «Международный университет туризма и гостеприимства»
Программа комплексного экзамена по итоговой аттестации		Ф-02-01/05
Утверждена 28.10.2024 г	Издание № 2	стр. 21 из 20

33. Основные направления привлечения инвестиции в туризм.
34. Механизмы туристического спроса и предложения.
35. Макрофакторы, влияющие на развитие туризма.
36. Затраты на валовой туристический продукт.
37. Процесс составления туристического бизнес-плана.
38. Разница между бизнес-планом и стратегическим планом.
39. Основные особенности бизнес-плана туристического агентства.
40. Сущность стратегического планирования в туризме.
41. Содержание и характеристики основных разделов бизнес-плана.
42. Методики разработки бизнес-плана.
43. Цели, задачи и функции бизнес-плана.
44. Процесс подготовки к разработке и составлению бизнес-плана.
45. Структура маркетинговой среды турпредприятия.
46. Факторы макросреды, влияющие при разработке бизнес-плана.
47. Принципиальные различия в организационно-правовых формах предпринимательства.
48. Виды рисков при планировании туристического бизнеса.
49. Цель маркетинговых исследований в системе бизнес-планирования.
50. Риски при разработке и представлении бизнес-планов предприятий туризма.

51. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

7.1. Основная литература:

1. Ешенкулова Г.И. Основы туризмологии: учебник.- Астана: ЕНУ имени Л.Н.Гумилева, 2017.- 385 с.
2. Баяндинова А.М, Подсухина О.В. Основы туризмологии: учебное пособие.- Алматы: Эверо, 2022.- 216 с.
3. Уч. 2019 - 236 с.(П) / Л.В.Баумгартен - М.:Вуз.уч.,НИЦ ИНФРА-М. Менеджмент в туристских организациях: Уч.пос. 2019.-193 с..-(ВО)(П)/ П.В.Большаник-М.:НИЦ ИНФРА-М,
4. Менеджмент негіздері. Оқулық. Б.Жакенова., Л.Мақсатова. 2018. 248б
- 5.Менеджмент в сервисе и туризме: Уч.пос. 2021 - 284 с.(ВО)(П) / В.М.Пишулов - 3 изд. - М.:НИЦ ИНФРА-М,
6. Менеджмент туризма: Учебник, 2021.- 282с. / - Мотьшина М.С., Большаков А.С., Михайлов В.И.: Издательство Юрайт. Менеджмент в сервисе и туризме: Уч.пос. 2021.- 366с(О) / Н.А.Зайцева, - 3 изд.-М.:НИЦ ИНФРА-М,
7. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме. Учебник. 2019.- 282с. / - Мотьшина М.С. : Издательство Юрайт.
8. Менеджмент гостеприимства: Уч.пос. 2021.-512 с..-(СПО)(П)/ Е.Н.Кнышова-М.:ИД ФОРУМ, НИЦ ИНФРА-М,

Настоящий документ не может быть полностью или частично воспроизведен, тиражирован и распространен без разрешения НАО «Международный университет туризма и гостеприимства»

Қазақстан Республикасы Туризм және спорт министрлігі		Министерство туризма и спорта Республики Казахстан
«Халықаралық туризм және меймандостық университеті» коммерциялық емес акционерлік қоғамы		Некоммерческое акционерное общество «Международный университет туризма и гостеприимства»
Программа комплексного экзамена по итоговой аттестации		Ф-02-01/05
Утверждена 28.10.2024 г	Издание № 2	стр. 22 из 20

9. Менеджмент в социально-культурной сфере. Учебник и практикум. 2021.- 370 с./ С.Г. Коленько.- Москва: Юрайт
10. Практикум по менеджменту туризма. Учебное пособие. 2021.- 168 с. / Зайцева Н.А.- 2-е изд., испр.- Москва: Инфра-М,
11. Менеджмент. Теория и практика Казахстана. Тулембаева А.Н. Учебное пособие. 2015.- 572 с./.- Алматы: Алматы Менеджмент Университет,
12. Бизнес планирование в туризме: учебник / Под общей редакцией доцента Т.В.Харитоновой.- Москва: Дашков и "К", 2019.- 310 с.
13. Экономика и предпринимательство в сервисе и туризме: учебник / Г.А. Голилевкая, Т.В. Терентьева, А.С. Квасов. - Москва: Инфра-М, 2019.- 189 с.
14. Экономика отрасли туризма: учебник / И.Е. Богданов, Е.С. Богомолова, В.П. Орловская. - Москва: Инфра-М, 2021.- 318 с.
15. Экономика туристских предприятий : учебное пособие / А.О. Овчаров. - Москва: Инфра-М, 2019.- 176 с.
16. Экономика туризма: учебное пособие / А.О. Овчаров. - Москва: Инфра-М, 2021.- 253 с.

7.2. Дополнительная литература:

1. Планирование и организация туристского бизнеса: учебно-методический комплекс. Баяндинова, А. С. Шаимова, — Алматы:, 2022. — 204 с.
2. Экономика организации туризма: учебник / М.А. Морозов, Н.С. Морозова. - 5-е изд.- Москва: Юрайт, 2019.- 291 с.
3. Морозов М.А., Морозова Н.С. Экономика туризма. М. 2014.
4. Овчаров А. Экономика туризма М. 2022.
5. Айтжанова Д.А., Абжалелова Ш.Р. Стратегическое планирование. 2022.