

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 30.10.2025 г	Издание № 2	стр. 1 из 25

«УТВЕРЖДАЮ»
И.о. Председателя Правления – Ректора
Л. Шалабаева
 « 30 » 10 / 2025 г.



**ПРОГРАММА
КОМПЛЕКСНОГО ЭКЗАМЕНА ПО ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ**

(Основы туризма, Менеджмент туризма, География международного туризма)

По образовательной программе «6В11102-Международный и внутренний туризм»
на 2025-2026 учебный год.
Для приёма 2023 года


Туркестан, 2025

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	 <small>INTERNATIONAL UNIVERSITY OF TOURISM AND HOSPITALITY</small>	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 30.10.2025 г	Издание № 2	стр. 2 из 25


Программа комплексного экзамена (Основы туризма, Менеджмент туризма, География международного туризма) разработана на основе образовательной программы «6В11102 – Международный и внутренний туризм».

Программа комплексного экзамена рассмотрена на заседании школы «Туризм» от «23» 10 2025 г., протокол № 3

Директор школы  С. Нахипбекова.

Программа комплексного экзамена рассмотрена на заседании Учебно-методического совета

от «24» 10 2025 г., протокол № 3

Председатель Учебно-методического совета  Л. Шалабаева.

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	 <small>INTERNATIONAL UNIVERSITY OF TOURISM AND HOSPITALITY</small>	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 30.10.2025 г	Издание № 2	стр. 3 из 25

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 туризма	7
5.2. Менеджмент туризма	11
5.3. География международного туризма	14
6. Вопросы комплексного экзамена	19
7. Рекомендуемая литература	24

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	 <small>INTERNATIONAL UNIVERSITY OF TOURISM AND HOSPITALITY</small>	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 30.10.2025 г	Издание № 2	стр. 4 из 25

1. ЦЕЛЬ КОМПЛЕКСНОГО ЭКЗАМЕНА

Целью комплексного экзамена по образовательной программе «6В11102 – Международный и внутренний туризм» 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 30.10.2025 г	Издание № 2	стр. 5 из 25

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 и правильно излагает материал с учётом современной теории; 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 излагает материал с учётом современной теории; 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.
5	B-	2,67	75-79		1. Знает основной материал, но отвечает сбивчиво без логики; 2. Допускает неточности при пользовании терминами; 3. При ответах на дополнительные вопросы допускает 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	 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 30.10.2025 г	Издание № 2	стр. 6 из 25

6	C+	2,33	70-74	удовлетворительно	1. Имеет только основы теоретических знаний; 2. Не умеет делать выводов и обобщений; 3. Не пользуется терминологией; 4. Отвечает на дополнительные и уточняющие вопросы.
7	C	2,0	65-69		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		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		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		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	1. Отрывочные знания, изложение их без понимания смысла. 2. Не может ответить на дополнительные вопросы членов комиссии.
12	F	0,0	0-24		1. Обучающийся показал свои теоретические и практические знания и навыки на нулевом уровне и неспособность исправить свои ошибки.

4. СПИСОК ДИСЦИПЛИН ВЫНОСИМЫЕ НА КОМПЛЕКСНЫЙ ЭКЗАМЕН

1. Основы туризма
2. Менеджмент индустрии туризма и гостеприимства
3. География международного 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 30.10.2025 г	Издание № 2	стр. 7 из 25

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИН, ПО КОТОРЫМ ПРОВОДИТСЯ КОМПЛЕКСНЫЙ ЭКЗАМЕН

5.1 ОСНОВЫ ТУРИЗМА

Цель дисциплины «Основы туризма» - изучение основных понятий рекреационной и туристской индустрии, а также принципов организации их функционирования в различных природных и социально-экономических условиях.

Результаты обучения дисциплины «Основы туризма»:

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

5.1.1 Основополагающие 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.

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

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 30.10.2025 г	Издание № 2	стр. 8 из 25

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 этнический туризм. Массовый, элитарный, коммерческий, социальный, организованный, самостоятельный, активный и пассивный, транспортный и экологический туризм.

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 30.10.2025 г	Издание № 2	стр. 9 из 25

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 из 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 («индустрия 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

Туристский спрос как новая форма потребительского спроса на комплекс разнообразных услуг и предметов потребления, позволяющих удовлетворить материально-
 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 30.10.2025 г	Издание № 2	стр. 10 из 25

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.

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 30.10.2025 г	Издание № 2	стр. 11 из 25

5.1.14. Понятие о маркетинге туризма

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 туризма 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 ТУРИЗМА

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

Результаты обучения по дисциплине «Менеджмент туризма»:

- Рассмотреть сущность и взаимосвязь функций менеджмента, организационных структур, принципов, методов, развития и особенностей системы управления в туристской индустрии.
- Планирование деятельности организаций туризма и гостеприимства, вопросы управления потребительской мотивацией на туристском рынке, способы достижения организациями конкурентных преимуществ и разъяснение стратегии экономической безопасной деятельности предприятий индустрии туризма.
- Рассмотреть организационные структуры и методы управления в туристской индустрии.
- Определение классификационных видов 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.

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 30.10.2025 г	Издание № 2	стр. 12 из 25

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

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 Власть, влияние, лидерство в туристской 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 как основной способ воздействия. Лидер. Лидерские способности. Признаки, навыки, определяющие эффективность лидерства. Набор лидерских качеств. Поведенческий подход. Проблемы лидерства в индустрии туризма.

5.2.6 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 организаций туристской индустрии. Основные задачи планирования организации индустрии туризма. Методы планирования. Основная цель плановой системы.

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	 IUTA 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 30.10.2025 г	Издание № 2	стр. 13 из 25

Организация. Организационная структура управления. Три модели организации управления туристской индустрией на международном уровне.

5.2.7 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.

5.2.8 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.

5.2.9 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).

5.2.10 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.

5.2.11 Управление персоналом в организациях туристской индустрии

Роль 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.

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 30.10.2025 г	Издание № 2	стр. 14 из 25

5.2.12 Рынок туристских услуг и особенности поведения потребителя туристских услуг

Управление потребительской мотивацией на рынке туристских услуг. Факторы формирования потребительской мотивации на рынке туристских услуг. Классификация видов туризма. Туристские и рекреационные ресурсы. Туристско-экскурсионные ресурсы. Особенности туристских услуг. Сущность и содержание туристского обслуживания.

5.2.13 Зарубежный опыт управления туризмом

Управление в условиях сервисной экономики. Организация управления в туристских фирмах.

Организация менеджмента в гостиницах. Особенности сетевого бизнеса в индустрии туризма. Управляющие компании в туристской индустрии.

5.2.14 Управление персоналом гостиницы

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

5.2.15 Управление гостиничной безопасностью

Понятие «безопасность» в туризме. Основные принципы построения системы безопасности гостиницы. Методы предотвращения краж и вандализма в гостиничных номерах. Нормы и правила техники безопасности в деятельности туроператоров и турагентов. Манильская декларация. Технические подразделения инженерной службы.

5.3 «ГЕОГРАФИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА»

Цель изучения дисциплины: ознакомить студентов с основными понятиями и методами исследования международного туризма, с особенностями развития международного туризма в крупнейших туристских регионах и центрах мира, а также с современными тенденциями и перспективами его роста.

Дисциплина направлена на формирование теоретических и практических знаний, развитие когнитивных и коммуникативных навыков, а также исследовательских компетенций студентов.

Задачи дисциплины:

- усвоение базовых понятий и методов исследования географии международного туризма и тенденций развития мирового рынка туристских услуг;
- формирование представлений о социально-экономическом значении международного туризма и факторах, влияющих на его развитие;
- овладение навыками анализа и обобщения пространственной структуры туристских потоков по регионам и странам;

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 30.10.2025 г	Издание № 2	стр. 15 из 25

- изучение сущности туристских потребностей, факторов, влияющих на спрос, и особенностей предоставления туристских услуг в различных формах туризма;
- развитие практических умений статистического анализа туристских потоков, а также составления программ и маршрутов международных туров с учётом региональных особенностей.

5.3.1 Международный туризм: определение, основные понятия, терминология

Объекты и методы исследования географии международного туризма, её связь с другими науками. Социально-экономическое значение международного туризма как фактора экономического роста и развития. Рекреационная оценка природных ресурсов. Предмет, научные и прикладные методы исследований: научная абстракция, статистические, социально-психологические и исторические методы. Отраслевая структура географии туризма. Классификация видов туристической деятельности. Понятие внутреннего туризма. Типология путешествий и туристических объектов.

5.3.2 Основные понятия и виды оформления в международном туризме, терминология.

Важнейшие районы мировых туристских потоков. Современное состояние международного туризма и его экономическое значение. Основные правила международных туристских поездок и туристское оформление (формальности). Туристский импорт и туристский экспорт, сущность и содержание понятий туристского рынка, важнейшие районы мировых туристских потоков. Основные правила международных туристских поездок и туристское оформление (формальности). Таможенное оформление. Финансовое оформление. Медико-санитарное оформление. Туристский импорт и туристский экспорт, сущность и содержание понятий туристского рынка. Инвестиции в туризм. Генеральное соглашение по торговле услугами. Туристская индустрия.

5.3.3 Основные факторы развития международного туризма

Природно-географические, историко-культурные и экономические факторы, влияющие на развитие международного туризма. Социальные и демографические факторы, влияющие на развитие международного туризма. Условия и факторы, воздействующие на развитие международного туризма, политико-правовые факторы. Развитие науки и техники. Глобализация. Влияние экологических факторов на туризм. К факторам, ограничивающим развитие туризма, относятся районы, загрязнённые радиоактивными, химическими и другими видами загрязнений, а также сезонные факторы, влияющие на развитие туризма. Природно-географические, историко-культурные и экономические факторы, влияющие на развитие международного туризма. Географическое положение, факторы. Финансовые факторы

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 30.10.2025 г	Издание № 2	стр. 16 из 25

5.3.4 Статистика международного туризма

Методы расчёта туристских расходов, доходов и основных видов международных туристских платежей. Методы расчёта расходов и доходов международного туризма: выборочный метод, дневниковый метод. Значение определения структуры туристских расходов. Расходы во время поездки и расходы после поездки. Международные туристские платежи. Методы расчёта основных видов международных туристских платежей. Международные перевозки. Статистика основных потоков туристской активности. Сравнительные показатели для определения интенсивности туристских прибытия и выбытия. Необходимость расчёта отрицательного сальдо в туризме. Необходимость статистики туристских доходов и расходов. Банковский метод статистического наблюдения. Выборочный метод статистического наблюдения.

5.3.5 География туристских потоков

Современные изменения и основные тенденции в структуре международных туристских потоков. Развитие выездного и въездного туризма в Европе. Анализ структуры туристских потоков на современном этапе. Основная задача оценки конкурентоспособности туризма и путешествий — измерение факторов и политических мер, которые делают туризм привлекательным в той или иной стране. Структура туристской отрасли. Показатели международных туристских прибытий в мире. Прогноз темпов развития международных туристских потоков. Основные направления деятельности Национальной туристской организации в ближайшие десятилетия XXI века.

5.3.6 География международного туристского спроса

Суть туристического спроса. Характер туристического спроса и его место в бизнесе. Методы изучения состояния туристского рынка. Потребность, мотив, стимул и необходимость мотивации. Определённая организованная ступенчатая (иерархическая) система (пирамида), объединяющая от повседневных простых до более сложных высших потребностей.

По мнению А. Маслоу, удовлетворение физиологических потребностей повышает активность человека в удовлетворении потребности в самосохранении. Социальные потребности реализуются через вступление в ассоциации, участие в различных союзах, членство в клубах, установление дружеских отношений. В «пирамиде использования свободного времени» нижние два уровня, являющиеся базовыми для рекреационных потребителей, привлекают внимание к отдыху и релаксации.

Выбор потребителей в туризме. Шкалы выбора отдельных лиц имеют ряд различий между собой.

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 30.10.2025 г	Издание № 2	стр. 17 из 25

5.3.7 Современные тенденции развития международного туризма

Мировые туристские организации и их роль в развитии туризма. Всемирная туристская организация (ВТО). Новые поворотные моменты на современном этапе развития международного туризма. Качественные изменения в сфере обслуживания международных туристов. Изменения и процессы развития на современном этапе международного туристского рынка. Туристические тренды, то есть динамика туристских потоков и связанные с этим изменения на туристском рынке, изучаются специалистами различных организаций. Качественные изменения в сфере обслуживания международных туристов. Изменения и процессы развития на современном этапе международного туристского рынка

5.3.8 Страноведение туризма: Северная и Западная Европа

Рекреационно-географические условия стран Европы, предпосылки развития туризма и основные туристские центры региона. Влияние природных и культурно-исторических ресурсов на развитие туризма в Западной Европе. Особенности развития туризма в Северной Европе в связи с природно-климатическими условиями. Основные туристско-рекреационные районы Франции, туристические центры Испании и потоки международных туристов. Направления развития туристской индустрии Великобритании и особенности её туристско-рекреационных районов. Социально-экономические предпосылки развития туризма в странах Европы. Назовите туристские центры и курорты стран Европы, их основные особенности. Особенности истории развития и организации туризма в странах Европы. Туристские потоки в странах Западной Европы и их место в экономике туризма. Туристские центры Франции и потоки международных туристов. Особенности развития международного туризма в Федеративной Республике Германия. Важные туристские центры Великобритании.

5.3.9 Страноведение туризма: Южная и Восточная Европа

Природно-климатические ресурсы и особенности развития туризма в Южной Европе. Восточноевропейский туристский регион и его специфические черты. Влияние природных и культурно-исторических факторов на развитие туризма. Курортные зоны Средиземноморья и их особенности. Основные туристские центры Италии и Испании. Особенности развития лечебного и рекреационного туризма в странах Восточной Европы.

5.3.10 Страноведение туризма: Америка

Природно-рекреационные ресурсы стран Северной Америки. Социально-экономические предпосылки развития туризма в странах Южной Америки. Культурно-исторические рекреационные ресурсы стран Северной Америки. Основные особенности туристских центров и курортов стран Северной Америки. Туристские потоки стран Северной Америки. Основные природно-рекреационные туристские ресурсы стран Южной Америки. Культурно-исторические рекреационные ресурсы стран Южной Америки. 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 30.10.2025 г	Издание № 2	стр. 18 из 25

Основные особенности туристских центров и курортов стран Южной Америки. Страны, входящие в туристский субрегион Северной Америки. Особенности основных туристских центров США. Туристские центры Канады. Туристско-рекреационные ресурсы Мексики. Туристские центры Бразилии и Аргентины

5.3.11 Страноведение туризма: Азиатско-Тихоокеанский регион

Природно-климатические особенности региона. Структура и деление по данным ВТО: пять макрорегионов и четыре мезорегиона. Факторы, влияющие на развитие международного туризма в Азии и Тихоокеанском регионе (положительные и отрицательные). Азия-Тихоокеанский регион как наиболее динамично развивающийся в мире. Основные направления туристской политики стран региона. Рекреационно-географические условия Восточной Азии и ключевые туристские центры. Северо-Восточная Азия как центр международного туризма. Реформы Китая и активное развитие туристского сектора. Юго-Восточная Азия – регион интенсивного туристского роста.

5.3.12 Страноведение туризма: Юго-Западная Азия

Страны Ближнего и Среднего Востока и факторы, влияющие на развитие туризма. Основы развития религиозного туризма в макрорегионе Юго-Западной Азии. Религиозные паломнические центры Ближневосточного региона и их роль в развитии туризма. Основы развития пляжного и познавательного туризма в регионе. Ведущие страны макрорегиона по основным показателям развития туризма в Юго-Западной Азии. Влияние политической нестабильности на Ближнем Востоке на снижение международного туристского обмена. История развития туризма и предпосылки его формирования в регионе Ближнего Востока. Особенности туристского потенциала макрорегиона Ближнего Востока и внутривидовые различия компонентов туристского потенциала. Место региона Ближнего Востока на международном туристском рынке: доля региона в мировых туристских потоках и валютные поступления от туристской индустрии.

5.3.13 Страноведение туризма: Южная Азия

Особенности туристско-рекреационных районов Южной Азии. Страны, входящие в макрорегион Южной Азии. Место региона на международном туристическом рынке. Влияние природно-климатических и культурно-исторических факторов на развитие туризма в Южной Азии.

Религиозные центры паломничества региона и их значение для развития туризма. Исторические и природные рекреационные ресурсы, влияющие на развитие туризма в Республике Индия. Крупнейшие туристско-рекреационные районы Индии. Туристские ресурсы и потенциал Шри-Ланки. Особенности развития туризма на Мальдивских островах. Основные туристские центры Бангладеш и Пакистана.

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 30.10.2025 г	Издание № 2	стр. 19 из 25

5.3.14 Страноведение туризма: Крупнейшие туристские районы и центры Африки

Особенности туристского районирования Африки. Состав макрорегиона и неравномерность туристического и рекреационного развития континента. Факторы (положительные и отрицательные), влияющие на развитие международного туризма в Африке. История и характеристика развития туризма в африканском макрорегионе. Туристский потенциал и региональные различия.

Место Африки на международном туристском рынке: доля макрорегиона в мировых туристских потоках и валютные поступления от туризма. Типология мезорегионов (субрегионов) и факторы, влияющие на их формирование.

Северная Африка - сложный и многогранный туристический мезорегион.

Западная и Центральная Африка - наименее развитые туристские зоны континента, причины отставания и перспективы роста.

Восточная Африка - регион охраняемых природных территорий, сочетающих функции экотуризма и охраны природы.

Южная Африка - пример высокой диверсификации туризма, обеспечивающей значительные доходы от международного туризма.

5.3.15 Современные процессы развития международного туризма

Международные туристские организации и их роль в развитии туризма. Всемирная туристская организация (WTO, World Tourism Organization - UNWTO) и её функции. Новые тенденции и направления развития международного туризма.

Современные туристские тренды - динамика туристских потоков и связанные с ней изменения на мировом туристическом рынке. Анализ текущих тенденций развития туризма в различных странах и регионах.

Качественные изменения в сфере обслуживания международных туристов, модернизация инфраструктуры и повышение стандартов качества. Современные процессы и тенденции развития мирового туристического рынка.

6. ВОПРОСЫ КОМПЛЕКСНОГО ЭКЗАМЕНА

6.1. Вопросы по дисциплине «Основы туризма»:

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;
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;

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 30.10.2025 г	Издание № 2	стр. 20 из 25

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;
29. Три основных типа оценки природных рекреационных ресурсов: медико-биологический, психолого-эстетический, технологический;
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;

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 30.10.2025 г	Издание № 2	стр. 21 из 25

32. Понятие об индустрии туризма. Туристские предприятия как составная часть индустрии туризма, производящей туристские услуги;

33. Туроператоры и турагенты, туристские организации и 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. Проанализируйте современное состояние и основные тенденции развития международного туризма на основе статистических данных, приведите аргументированные выводы;

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 туризма»:

1. Туризм как объект управления: Основные понятия и категории управления туризмом.

2. Основные этапы развития менеджмента туризма.

3. Школы научного управления.

4. Система управления туризмом.

5. Взаимодействие экономики и 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	 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 30.10.2025 г	Издание № 2	стр. 22 из 25

6. Особенности туризма как объекта управления.
7. Специфика туристского спроса.
8. Содержание понятия туристского региона, его структурные элементы и роль в индустрии туризма.
9. Туристские организации: структура.
10. Туристские предприятия: первичные и вторичные услуги.
11. Функции туристских посредников, их место на туристском рынке и значение в формировании и реализации туристского продукта.
12. Функции туристских организаций.
13. Принципы менеджмента: общие и индивидуальные 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. Сущность организационной функции менеджмента, её основные принципы и роль в эффективной координации деятельности организации.
21. Мотивация как функция управления: виды и теории.
22. Функция контроля: этапы и виды.
23. Требования к менеджеру: авторитет, влияние, авторитет менеджера.
24. Стиль управления. Демократический стиль управления.
25. Авторитарный стиль управления.
26. 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. Понятие самоуправления, его место в системе управления и значение для повышения профессиональной эффективности личности.
35. Деловые встречи: задачи, классификация.
36. Технология организации и проведения деловых советов.
37. Деловые переговоры: подготовка, правила поведения.
38. Распространенные ошибки при переговорах.
39. Природа, модель и причины конфликта.
40. Виды конфликтов.
41. Методы и стратегии разрешения конфликтов.
42. Типичные ошибки в управлении конфликтами.
43. Сущность стресса: виды, причины.
44. Стадии 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 30.10.2025 г	Издание № 2	стр. 23 из 25

45. Сущность делового общения, его формы.
46. Искусство общения в туристской деятельности: организация общения.
47. Содержание системы управления персоналом, её основные методы и функции.
48. Методы оценки персонала.
49. Движение и профессиональное развитие сотрудников.
50. Социальная эффективность менеджмента туризма.

6.3. Вопросы по дисциплине «География международного туризма»:

1. Цели, задачи и методы исследования географии международного туризма.
2. Методы рекреационной оценки природных ресурсов международного туризма.
3. Основные понятия и терминология международного туризма.
4. Роль туризма в мировой социально-экономической системе.
5. Основные правила международных путешествий и виды туристических формальностей.
6. Туристский импорт и экспорт, сущность и содержание туристского рынка.
7. Устойчивые и динамические факторы развития международного туризма
8. Особенности формирования мирового туристического пространства.
9. Основные направления развития международного туризма.
10. Место туризма в мировой социально-экономической сфере
11. Североамериканский мезорегион как центр развития туризма.
12. Сущность и содержание понятий туристский импорт и туристский экспорт, туристский рынок.
13. Туристическое районирование Европы.
14. Страны-лидеры на международном туристском рынке.
15. Специфика формирования мирового туристского пространства.
16. Южная Европа – зона интенсивного развития туризма.
17. Виды туристических потоков и закономерности их движения.
18. Определите состав европейского туристского макрорегиона и дайте ему характеристику.
19. Определите туристские мезорегионы Северной Америки и их туристские центры.
20. Туристские мезорегионы и центры Азиатско-Тихоокеанского региона.
21. Туристские центры и рекреационные районы Юго-Западной Азии.
22. Определите туристские мезорегионы стран Южной Азии и дайте им характеристику.
23. Проанализируйте процессы активного развития международного туризма в Китае.
24. Опишите основные природные рекреационные ресурсы стран Америки.
25. Факторы (положительные и отрицательные), влияющие на развитие международного туризма в регионах.
26. Современное состояние и перспективы развития международного туризма.
27. Факторы и условия, влияющие на развитие международного 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	 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 30.10.2025 г	Издание № 2	стр. 24 из 25

28. География делового и конгрессно-выставочного туризма: в каких странах он наиболее развит.
29. География религиозного и познавательного туризма.
30. Методы расчёта туристских расходов и доходов.
31. Назовите регионы Европы, специализирующиеся на познавательном и лечебном туризме.
32. Положительные тенденции в динамике развития международного туризма в крупнейших регионах мира.
33. Новейшие тенденции и направления развития международного туризма.
34. Качественные изменения в сфере обслуживания международных туристов.
35. Современные изменения и процессы на мировом туристском рынке.
36. Политическая нестабильность на Ближнем Востоке и её влияние на спад международных туристских обменов.
37. Ведущие страны Юго-Западной Азии по основным показателям развития туризма.
38. Определите и охарактеризуйте основные туристские центры США.
39. Особенности развития туристских центров Канады.
40. Определите туристские ресурсы и локации Мексики.
41. Сравните туристские центры Бразилии и Аргентины.
42. Положительные и отрицательные факторы, влияющие на развитие международного туризма в регионе.
43. Роль Южной Африки как фактора значительных международных доходов от туризма.
44. Религиозные центры Южной Азии и их значение для развития туризма.
45. Исторические и природные рекреационные ресурсы Индии.
46. Географические тенденции развития международного туризма в странах Восточной Европы.
47. Туристские ресурсы и потенциал Шри-Ланки.
48. Основы развития религиозного туризма в Юго-Западной Азии.
49. Рекреационно-географические условия стран Восточной Азии, предпосылки развития туризма и основные туристские центры.
50. Северо-Восточная Азия как центр развития международного туризма.

7. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

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. Учебник. 2019 - 236 с.(П) / Л.В.Баумгартен - М.:Вуз.уч., НИЦ ИНФРА-М.
4. Менеджмент в туристских организациях: Уч.пос. 2019.-193 с..-(ВО)(П)/ П.В.Большаник-М.: НИЦ ИНФРА-М,
5. Менеджмент негіздері. Оқулық, Б.Жакенова., Л.Мақсатова. 2018. 248б

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 30.10.2025 г	Издание № 2	стр. 25 из 25

6. Менеджмент в сервисе и туризме: Уч.пос. 2021 - 284 с.(ВО)(П) / В.М.Пищулов - 3 изд. - М.:НИЦ ИНФРА-М.

7. Менеджмент туризма: Учебник, 2021.- 282с. / - Мотышина 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.

8. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме. Учебник. 2019.- 282с. / - Мотышина М.С.: Издательство Юрайт.

9. Менеджмент гостеприимства: Уч.пос. 2021.-512 с..-(СПО)(П)/ Е.Н.Кнышова-М.:ИД ФОРУМ, НИЦ ИНФРА-М.

10. Менеджмент в социально-культурной сфере. Учебник и практикум. 2021.- 370 с./ С.Г. Коленько. Москва: Юрайт.

11. Практикум по менеджменту туризма. Учебное пособие. 2021.- 168 с. / Зайцева Н.А.- 2-е изд., испр.- Москва: Инфра-М.

12. Менеджмент. Теория и практика Казахстана. Тулембаева А.Н. Учебное пособие. 2015.- 572 с./.- Алматы: Алматы Менеджмент Университет.

13. И. Л. Федорова География международного туризма. Курс лекции (часть 1): Брест. гос. ун-т имени А.С. Пушкина/ Брест 2020-288 С.

14. И.Л. Федорова География туризма: учебник / А. Ю. Александрова [и др.]. – М.: КНОРУС, 2008. – 592 с.

Дополнительная литература:

1. Севастьянов, Д.В. Страноведение и международный туризм: учебник. - Москва: Юрайт, 2019.- 317 с.

2. Джанабаева Г.Д. Памятники мирового Культурного наследия: учебное пособие. - Астана: Фолиант, 2018.- 312 с.

3. Волошин Н.И., Михайлов М.В. Международный туризм: правовые акты. — Москва: Российская международная академия туризма, Логос, 2014. — 576 с.

4. Кружалин В.И., Мироненко Н.С., Зигерн-Корн Н.В. География туризма: учебник. – М.: