«УТВЕРЖДАЮ»
И.о. Председателя Правления – Ректора
_____ Б. Мырзаев
«30» 10 2026 г.

НЕКОММЕРЧЕСКОЕ АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО «МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА» БИН 190440033845 РЕСПУБЛИКА КАЗАХСТАН Г. ТУРКЕСТАН

ПРОГРАММА КОМПЛЕКСНОГО ЭКЗАМЕНА ПО ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ

(Основы туризма, Менеджмент туризма, Бизнес-планирование в туризме)

По образовательной программе «6В11102-Международный и внутренний туризм»
на 2026-2027 учебный год

Туркестан, 2026

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

Программа комплексного экзамена (Основы туризма, Менеджмент туризма, Бизнес-планирование в туризме) разработана на основе образовательной программы «6В11102 – Международный и внутренний туризм».

Программа комплексного экзамена рассмотрена на заседании школы «Туризм»
от «20» 10 2026 г., протокол № 3

Директор школы _____ С. Нахипбекова

Программа комплексного экзамена рассмотрена на заседании Учебно-методического совета
от «23» 10 2026 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»

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. Бизнес-планирование в туризме 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»

1. ЦЕЛЬ КОМПЛЕКСНОГО ЭКЗАМЕНА

Целью комплексного экзамена по образовательной программе «6B11102 – 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.

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

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»

6	C+	2,33	70-74		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	удовлетворительно	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 приходить 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 туризма
3. Бизнес-планирование в туризме

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

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. Определение временных интервалов свободного времени. Свободное и рекреационное время: понятие, соотношение, структура и функции. Понятие о рекреационной деятельности, ее территориальная дифференциация – ежедневная, еженедельная, ежегодная рекреация. Отдых как часть деятельности человека. Определение рекреации как деятельности человека вне места его постоянного проживания. Туризм как часть рекреации. Соотношение понятий: отдых – рекреация – туризм – экскурсия. Научно-техническая революция, её 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

Рекреационная деятельность как социально-экономическое явление и элемент жизнедеятельности населения. Сущность, структура и классификация. Рекреационная деятельность как психоэмоциальное явление. Рекреационная деятельность, как основа, системно-образующий фактор в территориальных рекреационных системах (ТРС).

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

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» исследований рекреационных проблем. Междисциплинарный характер рекреационных исследований. Рекреационная география как общественно-географическая наука. Определение объекта и предмета исследования, понятие территориальной рекреационной системы (В. С. Преображенский, Л. И. Мухина, Ю. А. Веденин, И. В. Зорин). Антропоцентрическая сущность рекреационной системы. Место рекреационной географии в системе знаний о человеке, обществе и его деятельности; в системе общественных, естественных и технических наук. Необходимость рекреационно-географических исследований. Основные понятия рекреационной географии. Способы статистической отчётности по рекреационной деятельности. Задачи рекреационной географии. Рекреационная география и практика. ТРС, связи между составляющими её системами как предмет системного анализа рекреационной деятельности и её обслуживания. Матрица В. М. Кривошеевой и И. И. Зорина. Анализ конкретных взаимосвязей между подсистемами ТРС. Понятие географии отдыха. Сходства и различия объекта и предмета исследований рекреационной географии и географии туризма. Соотношение понятий «рекреационная география» и «география туризма». Основные понятия и термины, используемые в географии туризма. Происхождение терминов «туризм» и «турист». Современные взгляды на туризм и туристов. Рабочие и концептуальные определения туризма. Путешествующие лица и временные посетители. Понятие предпосылок и ресурсов развития отдыха и туризма, а также рекреационного потенциала. Аттрактивность туристско-рекреационных ресурсов. Понятие хозяйственного потенциала рекреации и таксономии туристских территорий. Туристская инфраструктура и туристское хозяйство.

5.1.5. 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, самодеятельный, активный и пассивный, транспортный и экологический туризм.

5.1.6. Рекреационная оценка территорий

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

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. Варшиньской. «Коэффициент привлекательности (пригодности)». Подходы к оценке «совокупного туристско-ресурсного потенциала» территории.

5.1.7. 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.

5.1.8. 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.

5.1.9. 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»

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 аттрактивность как сформировавшееся туристское предложение. Туристский рынок, его характерные особенности и черты. Процесс купли-продажи в туризме.

5.1.10. 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.

5.1.11. Влияние туризма на природную и социокультурную среду

Положительное и отрицательное воздействие туризма на природную и социокультурную среду. Основные внешние эффекты развития туризма в условиях глобализации. Влияние туристской деятельности на окружающую среду, природные ресурсы и экологическое равновесие. Влияние туризма на образ жизни местного населения, культурные ценности и историческое наследие. Основные направления снижения негативных последствий туризма и сохранения природных и культурных ресурсов.

5.1.12. Цели устойчивого туризма

Концепция устойчивого туризма. Двенадцать целей устойчивого туризма, сформулированных ЮНВТО и ЮНЕП, их содержание и значение. Взаимосвязь экономической, социальной и экологической составляющих устойчивого туризма. Принципы рационального использования туристских ресурсов, повышения благосостояния местных сообществ и сохранения культурного наследия. Влияние реализации целей устойчивого туризма на долгосрочное развитие туристских дестинаций.

5.1.13. Сущность и структура туристского продукта

Сущность, состав и этапы проектирования туристского продукта. Понятие туристского маршрута. Основные виды туристских маршрутов и особенности их классификации. Роль туроператорской и турагентской деятельности в формировании туристского продукта. Основные составляющие туристского продукта: перевозка, размещение, питание, экскурсионные и дополнительные услуги. Комплексный характер туристского продукта и его особенности в удовлетворении потребностей туристов.

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

Классификация туристских маршрутов по цели путешествия, продолжительности, способу передвижения и территориальному охвату.

5.1.14. Государственное регулирование туристской деятельности

Необходимость и цели государственного регулирования сферы туризма. Методы и инструменты государственного регулирования туристской деятельности. Нормативно-правовая основа регулирования туристской деятельности в Республике Казахстан и основные функции государственных органов. Обеспечение прав и безопасности туристов, охрана туристских ресурсов и требования к качеству туристского обслуживания. Меры государственной поддержки развития туризма и направления совершенствования туристской инфраструктуры.

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 экономически 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.

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

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

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

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

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.

5.2.7 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»

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. БИЗНЕС ПЛАНИРОВАНИЕ В ТУРИЗМЕ

Цель дисциплины - формирование у обучающихся системных знаний о теоретических и методических основах бизнес планирования в сфере туризма, развитие компетенций в области обоснования туристской бизнес-идеи, исследования рынка, разработки бизнес-модели, маркетингового, операционного, организационного, инвестиционного и финансового планов, а также оценки эффективности и рисков туристских бизнес-проектов.

Результаты обучения по дисциплине «Бизнес-планирование в туризме»:

- применять основы экономических знаний, принципы и методы стратегического планирования, бизнес-планирования, менеджмента и маркетинга при решении профессиональных задач в сфере туризма.
- сформировать способность генерировать бизнес-идеи, разрабатывать бизнес-модели, оценивать потребность в необходимых ресурсах и планировать их эффективное использование в профессиональной деятельности туристского предприятия.
- овладеть навыками проведения маркетинговых исследований туристского рынка, анализа потребительского спроса и конкурентной среды, разработки стратегий создания и продвижения туристских продуктов и услуг.

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

-применять в профессиональной деятельности результаты разработки операционных, организационных и финансовых планов туристского предприятия, оценки затрат, доходности, инвестиционной эффективности и рисков бизнес-проектов.

5.3.1. Теоретические основы планирования и стратегического бизнес-планирования в туризме

Понятие планирования, его экономическая сущность и место в системе управления туристскими предприятиями. Цели, задачи и основные функции планирования. Научные основы и ключевые принципы планирования. Виды планирования и их классификация. Стратегическое, тактическое и оперативное планирование: понятия, особенности и взаимосвязь. Содержание и специфика стратегического планирования в сфере туризма. Понятие бизнес-планирования, его цели и задачи. Соотношение стратегического планирования и бизнес-планирования. Миссия, стратегические цели и приоритетные направления развития туристского предприятия. Влияние факторов внешней и внутренней среды на процесс планирования. Особенности планирования деятельности туристского предприятия в условиях рыночной неопределённости.

5.3.2. Формирование и обоснование бизнес-идей в туризме

Понятие бизнес-идеи, её экономическая сущность и роль в предпринимательской деятельности. Особенности и основные составляющие туристской бизнес-идеи. Источники возникновения бизнес-идей в сфере туризма. Основные методы и подходы к формированию бизнес-идей. Выявление потребностей потребителей на туристском рынке. Инновационный характер и уникальность туристской бизнес-идеи. Понятие ценностного предложения и его значение при формировании бизнес-идеи. Критерии отбора туристских бизнес-идей. Оценка соответствия бизнес-идеи рыночному спросу и возможности её практической реализации. Основные направления экономического обоснования туристской бизнес-идеи.

5.3.3. Бизнес-модель туристского предприятия

Понятие бизнес-модели, её сущность и значение для организации деятельности предприятия. Особенности бизнес-моделей в сфере туризма. Соотношение понятий «бизнес-модель» и «бизнес-план». Принципы формирования бизнес-модели туристского предприятия. Концепция Business Model Canvas и её структура. Девять основных элементов бизнес-модели: потребительские сегменты, ценностное предложение, каналы сбыта, взаимоотношения с клиентами, потоки доходов, ключевые ресурсы, ключевые виды деятельности, ключевые партнёры и структура издержек. Механизмы формирования доходов туристского предприятия. Критерии оценки устойчивости, жизнеспособности и экономической эффективности бизнес-модели.

5.3.4. Структура туристского бизнес-плана и методика его разработки

Понятие бизнес-плана, его экономическое содержание и роль в управлении туристским предприятием. Цели, задачи и основные функции бизнес-плана. Виды бизнес-планов и их классификация. Особенности бизнес-планов в сфере туризма. Основные этапы разработки бизнес-плана и методические подходы к его составлению. Структура бизнес-

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

плана и содержание его основных разделов. Резюме бизнес-плана, характеристика предприятия, анализ рынка, маркетинговый, операционный, организационный и финансовый планы. Взаимосвязь разделов бизнес-плана. Источники информационного обеспечения бизнес-планирования. Основные требования к содержанию и оформлению бизнес-плана.

5.3.5. Характеристика туристского предприятия и его продуктов в бизнес-плане

Понятие туристского предприятия и основные направления его деятельности. Виды туристских предприятий и особенности их организации. Рыночное положение предприятия, целевые потребители и конкурентные преимущества. Понятие туристского продукта, его сущность и основные составляющие. Классификация туристских продуктов и услуг. Характеристика основных и дополнительных туристских услуг. Потребительская ценность и качественные характеристики туристского продукта. Жизненный цикл туристского продукта и его основные стадии. Конкурентоспособность туристских продуктов и услуг. Обоснование отличительных особенностей и рыночных преимуществ туристского продукта в бизнес-плане.

5.3.6. Исследование туристского рынка и анализ конкурентной среды

Понятие туристского рынка, его структура и основные особенности. Ёмкость туристского рынка и потенциал его развития. Сущность туристского спроса и предложения, факторы их формирования. Влияние сезонности на туристский рынок. Понятие сегментирования рынка, его основные признаки и методы. Определение целевого рынка и целевой аудитории потребителей. Сущность, цели и основные методы маркетинговых исследований. Первичные и вторичные источники маркетинговой информации. Понятие конкуренции в туризме и её основные виды. Особенности ценовой и неценовой конкуренции. Методы анализа конкурентной среды туристских предприятий. Содержание SWOT-анализа и его применение в бизнес-планировании. Оценка возможностей выхода на туристский рынок.

5.3.7. Маркетинговый план туристского предприятия

Понятие маркетингового плана, его сущность и место в структуре бизнес-плана. Цели, задачи и основные разделы маркетингового плана. Маркетинговая стратегия туристского предприятия и принципы её формирования. Концепция комплекса маркетинга услуг 7P и её основные элементы. Понятие и способы позиционирования туристского продукта на рынке. Формирование конкурентных преимуществ туристского предприятия. Ценовая, сбытовая и коммуникационная стратегии в туризме. Способы привлечения потребителей и формирования их лояльности. Планирование маркетинговых мероприятий. Структура маркетинговых затрат. Основные показатели оценки эффективности маркетингового плана.

5.3.8. План сбыта и продвижения туристских продуктов

Понятие сбыта туристских продуктов, его сущность и место в деятельности туристского предприятия. Методы прогнозирования и планирования объёмов продаж

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

туристских услуг. Каналы сбыта туристских продуктов и их классификация. Особенности прямых и косвенных каналов сбыта. Роль туроператоров и турагентов в системе реализации туристских продуктов. Понятие продвижения туристских продуктов, его цели и основные инструменты. Реклама, связи с общественностью, стимулирование сбыта и личные продажи. Особенности цифрового маркетинга в сфере туризма. Социальные сети, контент-маркетинг и платформы онлайн-бронирования. Формирование бюджета продвижения туристских продуктов. Показатели оценки результативности сбытовой деятельности и продвижения.

5.3.9. Операционный план туристского предприятия

Понятие операционного плана, его сущность и место в структуре бизнес-плана. Особенности операционной деятельности туристского предприятия. Организация и планирование процесса предоставления туристских услуг. Факторы, влияющие на выбор местоположения туристского предприятия. Состав материально-технической базы и её значение для оказания услуг. Туристская инфраструктура и ресурсное обеспечение предприятия. Пропускная способность и мощность обслуживания туристского предприятия. Критерии выбора поставщиков и деловых партнёров. Обеспечение и контроль качества туристских услуг. Состав и классификация операционных затрат. Эффективность организации операционной деятельности туристского предприятия.

5.3.10. Организационный план и кадровое обеспечение туристского предприятия

Понятие организационного плана, его сущность и основные задачи. Организационная структура туристского предприятия и её основные виды. Уровни управления предприятием и управленческие функции. Права, обязанности и ответственность руководителей и учредителей. Сущность и направления кадровой политики в сфере туризма. Определение потребности туристского предприятия в трудовых ресурсах. Система подбора, расстановки, мотивации и профессионального развития персонала. Система оплаты труда туристского предприятия и планирование фонда оплаты труда. Показатели эффективности управления персоналом. Календарный план реализации туристского бизнес-проекта, его содержание и структура.

5.3.11. Инвестиционное планирование туристского бизнес-проекта и источники финансирования

Понятие инвестиций, их экономическая сущность и роль в развитии туристского бизнеса. Особенности инвестиционной деятельности в сфере туризма. Основные виды инвестиций и их классификация. Первоначальные инвестиционные затраты туристского бизнес-проекта. Определение потребности в основном и оборотном капитале. Источники финансирования туристского предприятия и их классификация. Особенности собственного, заёмного и привлечённого капитала. Формы и способы финансирования туристских проектов. Понятие инвестиционного бюджета и его структура. Представление о структуре финансирования и стоимости капитала. Инвестиционная привлекательность туристского бизнес-проекта и факторы, определяющие её уровень.

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

5.3.12. Финансовый план туристского бизнес-проекта

Понятие финансового плана, его сущность и место в структуре бизнес-плана. Цели и задачи финансового планирования туристского предприятия. Структура финансового плана и его основные разделы. Исходные предпосылки финансовых прогнозов. Состав и классификация доходов и расходов туристского предприятия. Планирование доходов и расходов. Содержание прогнозного отчёта о прибылях и убытках. План движения денежных средств и его основные элементы. Прогнозный баланс туристского предприятия и его структура. Понятия финансовой устойчивости, ликвидности и платёжеспособности. Методы прогнозирования и оценки финансовых показателей туристского бизнес-проекта.

5.3.13. Себестоимость туристских услуг, ценообразование и экономическая эффективность проекта

Понятие себестоимости туристских услуг и её экономическая сущность. Состав и классификация затрат туристского предприятия. Особенности постоянных и переменных затрат. Характеристика прямых и косвенных затрат. Принципы формирования себестоимости туристского продукта. Сущность, цели и основные методы ценообразования в туризме. Структура цены туристского продукта и факторы, влияющие на её формирование. Влияние сезонности на цены туристских услуг. Понятия маржинального дохода и точки безубыточности. Показатели прибыли, доходности и рентабельности. Экономическая и инвестиционная эффективность туристского бизнес-проекта. Чистая приведённая стоимость (NPV), внутренняя норма доходности (IRR), индекс рентабельности инвестиций (PI) и срок окупаемости инвестиций (PP): понятия, экономическое содержание и особенности оценки.

5.3.14. Оценка рисков и устойчивости туристского бизнес-проекта

Понятие предпринимательского риска, его сущность и особенности в туристской деятельности. Причины и факторы возникновения рисков в сфере туризма. Классификация рисков туристского предприятия. Характеристика рыночных, финансовых, операционных, инвестиционных и внешних рисков. Особенности сезонных рисков в сфере туризма. Методы выявления и идентификации рисков. Подходы к качественной и количественной оценке рисков. Методы анализа чувствительности и сценарного анализа. Стратегии управления рисками туристского предприятия. Способы предотвращения, снижения, распределения и принятия рисков. Экономическая, экологическая и социальная устойчивость туристского бизнес-проекта. Использование результатов оценки рисков в бизнес-плане.

5.3.15. Завершение разработки, презентация и защита туристского бизнес-плана

Заключительный этап разработки туристского бизнес-плана и его содержание. Систематизация основных разделов бизнес-плана и обеспечение их взаимной согласованности. Оценка полноты экономического обоснования бизнес-плана. Подготовка итогового документа бизнес-плана и требования к его оформлению. Обоснование рыночной, организационной и финансовой реализуемости туристского бизнес-проекта.

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

Оценка инвестиционной привлекательности бизнес-проекта. Понятие презентации бизнес-плана, её цели и основные задачи. Структура и содержание презентации для инвесторов. Основные форматы презентации и защиты бизнес-плана. Представление ключевых экономических показателей туристского бизнес-проекта. Аргументация эффективности и возможности практической реализации бизнес-проекта.

1. ВОПРОСЫ КОМПЛЕКСНОГО ЭКЗАМЕНА

6.1. Вопросы по дисциплине «Основы туризма»:

1. Определите функции свободного времени и его место в жизни человека.
2. Объясните понятие рекреационной деятельности и охарактеризуйте территориальное распределение (ежедневная, еженедельная, ежегодная рекреация).
3. Объясните рекреацию как деятельность человека вне места его постоянного проживания.
4. Сравните понятия «отдых», «рекреация», «туризм» и «экскурсия».
5. Объясните понятие рекреационных потребностей и обоснуйте их значение для организации рекреационной деятельности.
6. Проанализируйте взаимодействие общественных, групповых и индивидуальных рекреационных потребностей, опишите направления и методы их изучения.
7. Охарактеризуйте рекреационную деятельность как психоэмоциональное явление.
8. Объясните роль рекреационной деятельности как системообразующего фактора территориальных рекреационных систем (ТРС).
9. Проанализируйте соотношение режимов труда и отдыха.
10. Классифицируйте основные общественные функции рекреационной деятельности.
11. Охарактеризуйте особенности рекреационного обслуживания как отрасли нематериального производства.
12. Сравните понятия «рекреационная система» и «территориальная рекреационная система».
13. Объясните взаимосвязь рекреационной отрасли и индустрии туризма и определите особенности рекреационной отрасли.
14. Объясните междисциплинарный характер рекреационных исследований и место рекреационной географии как общественно-географической науки.
15. Назовите основные понятия, используемые в рекреационной географии.
16. Охарактеризуйте методы статистического учёта рекреационной деятельности.
17. Проанализируйте территориальную рекреационную систему (ТРС), связи между её составляющими и обслуживание с точки зрения системного анализа.
18. Объясните понятие географии отдыха и сравните объекты и предметы исследования рекреационной географии и географии туризма.
19. Назовите основные понятия и термины географии туризма, объясните происхождение слов «туризм» и «турист».
20. Охарактеризуйте современные взгляды на туризм и туристов.

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

21. Разграничьте путешествующих лиц и временных посетителей.

22. Объясните предпосылки и ресурсы развития отдыха и туризма, а также понятие рекреационного потенциала.

23. Объясните понятие аттрактивности туристско-рекреационных ресурсов.

24. Охарактеризуйте классификацию современного туризма и объясните сложность формирования единого подхода к классификации.

25. Сравните рекреационный, деловой, религиозный и этнический виды туризма.

26. Объясните, как природные и социально-экономические предпосылки развития отдыха и туризма превращаются в туристско-рекреационные ресурс

27. Классифицируйте природные, социально-экономические и туристско-рекреационные ресурсы и оцените их роль в развитии туризма.

28. Охарактеризуйте способы оценки пригодности туристско-рекреационных ресурсов для отдыха и туризма.

29. Сравните медико-биологический, психологико-эстетический и технологический виды оценки природных рекреационных ресурсов.

30. Обоснуйте влияние научно обоснованного туристского районирования на территориальную организацию и эффективное развитие туризма.

31. Сравните понятия «рекреационный район» и «туристский район», опишите их историческую эволюцию.

32. Объясните понятие индустрии туризма и определите роль туристских предприятий в производстве туристских услуг.

33. Сравните деятельность туроператоров и турагентов, охарактеризуйте особенности туристских предприятий.

34. Объясните сущность туристского спроса как спроса на комплекс услуг и предметов потребления, удовлетворяющих материально-бытовые и культурно-познавательные потребности.

35. Проанализируйте факторы, влияющие на формирование туристского спроса.

36. Охарактеризуйте туристское предложение как совокупность туристских ценностей и предоставляемых услуг.

37. Охарактеризуйте туристское хозяйство как основной элемент туристского предложения и комплекс взаимосвязанных секторов.

38. Объясните особенности туризма как отрасли экономики, включая взаимосвязь производства и потребления туристского продукта.

39. Проанализируйте положительное и отрицательное влияние туризма на природную и социокультурную среду.

40. Объясните содержание и значение 12 целей устойчивого туризма, сформулированных ЮНВТО и ЮНЕП.

41. Охарактеризуйте сущность туристского продукта, его составные части и этапы проектирования.

42. Проанализируйте институциональную структуру рынка туристских услуг и его основных участников.

43. Охарактеризуйте цели, методы и инструменты государственного регулирования туристской деятельности в Республике Казахстан.

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

44. Сравните основные виды туристских маршрутов и особенности их классификации.

45. Определите особенности международного туризма и сравните его с внутренним туризмом.

46. Оцените влияние въездного туризма на экономическое развитие стран.

47. Классифицируйте основные факторы и условия, влияющие на развитие международного туризма.

48. Проанализируйте современное состояние и основные тенденции развития международного туризма на основе статистических данных и сделайте обоснованные выводы.

49. Проанализируйте современные тенденции развития международного туризма и географию мировых туристских потоков.

50. Назовите международные туристские организации и оцените их роль в развитии туризма.

6.2. Вопросы по дисциплине «Менеджмент туризма»:

1. Охарактеризуйте туризм как объект управления, основные понятия и категории управления туризмом.
2. Назовите основные этапы развития менеджмента туризма.
3. Объясните основные положения школ научного управления.
4. Охарактеризуйте систему управления туризмом.
5. Объясните взаимодействие экономики и туризма.
6. Охарактеризуйте особенности туризма как объекта управления.
7. Раскройте специфику туристского спроса.
8. Раскройте содержание понятия туристского региона, его структурные элементы и роль в индустрии туризма.
9. Охарактеризуйте структуру туристских организаций.
10. Разграничьте первичные и вторичные услуги туристских предприятий.
11. Раскройте функции туристских посредников, их место на туристском рынке и значение в формировании и реализации туристского продукта.
12. Перечислите основные функции туристских организаций.
13. Объясните общие и индивидуальные принципы менеджмента.
14. Охарактеризуйте структуру управления туризмом, её понятие, элементы и уровни.
15. Объясните особенности горизонтального и вертикального разделения труда в туристской организации.
16. Сравните формальные и неформальные организации.
17. Раскройте сущность и взаимосвязь функций менеджмента.
18. Объясните сущность функции планирования.
19. Охарактеризуйте принципы и процесс планирования, формы и виды планов.
20. Раскройте сущность организационной функции менеджмента, её основные принципы и роль в эффективной координации деятельности организации.

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

21. Охарактеризуйте мотивацию как функцию управления, её виды и основные теории.
22. Опишите этапы и виды функции контроля.
23. Раскройте требования к менеджеру, сущность авторитета и влияния, а также значение авторитета менеджера.
24. Охарактеризуйте стиль управления и особенности демократического стиля управления.
25. Охарактеризуйте особенности авторитарного стиля управления.
26. Охарактеризуйте особенности либерального стиля управления.
27. Раскройте содержание и виды управленческих решений.
28. Опишите процесс принятия управленческих решений.
29. Охарактеризуйте основные методы принятия решений.
30. Раскройте понятие методов управления и представьте их классификацию.
31. Охарактеризуйте организационно-административные методы управления.
32. Охарактеризуйте экономические методы управления.
33. Охарактеризуйте социально-психологические методы управления.
34. Раскройте понятие самоуправления, его место в системе управления и значение для повышения профессиональной эффективности личности.
35. Определите задачи деловых встреч и охарактеризуйте их классификацию.
36. Опишите технологию организации и проведения деловых совещаний.
37. Раскройте особенности подготовки к деловым переговорам и правила поведения во время их проведения.
38. Выявите распространённые ошибки, допускаемые при проведении переговоров.
39. Объясните природу конфликта, его модель и причины возникновения.
40. Классифицируйте основные виды конфликтов.
41. Охарактеризуйте методы и стратегии разрешения конфликтов.
42. Выявите типичные ошибки в управлении конфликтами.
43. Раскройте сущность стресса, его виды и причины возникновения.
44. Опишите стадии развития стресса и его основные симптомы.
45. Раскройте сущность делового общения и охарактеризуйте его формы.
46. Раскройте особенности искусства общения в туристской деятельности и способы организации общения.
47. Раскройте содержание системы управления персоналом, её основные методы и функции.
48. Охарактеризуйте основные методы оценки персонала.
49. Объясните особенности движения и профессионального развития сотрудников.
50. Раскройте сущность социальной эффективности менеджмента туризма.

6.3. Вопросы по дисциплине «Бизнес-планирование в туризме»:

1. Объясните сущность и основные функции планирования в туризме.
2. Охарактеризуйте основные методы планирования деятельности туристского предприятия.

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

3. Сравните особенности стратегического, тактического и оперативного планирования в туризме.
4. Охарактеризуйте основные принципы планирования в туризме и их содержание.
5. Объясните сущность и задачи бизнес-планирования в туризме.
6. Проанализируйте взаимосвязь стратегического планирования туристского предприятия и бизнес-планирования.
7. Раскройте понятие бизнес-идеи в туризме и ее основные характеристики.
8. Проанализируйте источники и методы формирования бизнес-идей в сфере туризма.
9. Оцените критерии отбора и оценки туристских бизнес-идей, а также их значимость.
10. Объясните сущность бизнес-модели туристского предприятия и её основные элементы.
11. Охарактеризуйте структуру и содержание модели Business Model Canvas в туризме.
12. Объясните ценностное предложение туристской бизнес-модели и принципы его формирования.
13. Охарактеризуйте основные виды и функции туристского бизнес-плана.
14. Проанализируйте структуру туристского бизнес-плана и содержание его основных разделов.
15. Охарактеризуйте основные этапы разработки туристского бизнес-плана.
16. Сравните организационно-правовые формы туристских предприятий и их особенности.
17. Раскройте содержание раздела бизнес-плана общая характеристика туристского предприятия.
18. Определите миссию туристского предприятия, его стратегические цели и приоритеты развития.
19. Охарактеризуйте понятие туристского продукта и его основные компоненты.
20. Охарактеризуйте жизненный цикл туристского продукта и его основные этапы.
21. Охарактеризуйте понятие туристского рынка и его основные особенности.
22. Проанализируйте спрос и предложение на туристском рынке и влияющие на них факторы.
23. Объясните сущность сегментации туристского рынка и основные критерии сегментации.
24. Охарактеризуйте сущность маркетинговых исследований в туризме и их основные методы.
25. Раскройте сущность конкуренции в туризме и её основные виды.
26. Охарактеризуйте методы анализа внешней среды туристского предприятия.
27. Объясните сущность SWOT-анализа и способы его применения при бизнес-планировании туристского предприятия.
28. Охарактеризуйте цель и содержание маркетингового плана туристского предприятия.

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

29. Охарактеризуйте сущность и основные виды маркетинговых стратегий в туризме.
30. Объясните концепцию 7P в маркетинге туристских услуг и её основные элементы.
31. Проанализируйте способы позиционирования туристского продукта на рынке и формирования конкурентных преимуществ.
32. Объясните понятие каналов сбыта туристских продуктов и их основные виды
33. Проанализируйте сущность продвижения туристских продуктов и его основные методы.
34. Охарактеризуйте особенности и основные инструменты цифрового маркетинга в туризме.
35. Объясните структуру и содержание операционного плана туристского предприятия
36. Охарактеризуйте материально-техническую базу и ресурсное обеспечение туристского предприятия.
37. Охарактеризуйте инвестиционные и операционные затраты туристского предприятия.
38. Охарактеризуйте цель и основные разделы организационного плана туристского предприятия.
39. Охарактеризуйте организационную структуру управления туристским предприятием и её основные виды.
40. Объясните кадровую политику в сфере туризма и порядок определения потребности в персонале.
41. Охарактеризуйте цель и основные элементы инвестиционного плана туристского бизнес-проекта.
42. Охарактеризуйте источники финансирования туристского бизнес-проекта.
43. Охарактеризуйте структуру и содержание финансового плана туристского бизнес-проекта.
44. Охарактеризуйте доходы и расходы туристского предприятия и их основные виды.
45. Раскройте понятие денежных потоков туристского предприятия и их основные виды.
46. Сравните сущность и особенности постоянных и переменных затрат туристского предприятия.
47. Проанализируйте порядок формирования себестоимости туристского продукта и факторы влияющие на ценообразование.
48. Объясните сущность предпринимательских рисков в сфере туризма и их виды.
49. Охарактеризуйте методы оценки рисков туристского бизнес-проекта.
50. Раскройте понятие инвестиций в туризме и их основные виды.

7. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

Основная литература:

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

1. Ешенкулова Г.И. Основы туризмологии: учебник. - Астана: ЕНУ инеми 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
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. Бизнес планирование в туризме: учебник / Под общей редакцией доцента Т.В.Харитоновой.- Москва: Дашков и "К", 2019.- 310 с.
14. Есиркепова Л.М. Бизнес-жоспарлау: оқу құралы / А.М. Есиркепова – Алматы: Эпиграф, 2019 – 296 б.
15. Кусаинов Х.Х., Сергеева А.М. Туризм экономикасы: оқу құралы. - 2022.
16. Экономика и предпринимательство в сервисе и туризме: учебник / Г.А. Голилевкая, Т.В. Терентьева, А.С. Квасов. - Москва: Инфра-М, 2019.- 189 с.
17. Шаимова А.Н., Баяндинова А.М. Планирование и организация туристского бизнеса: учебно-методическое пособие. - Алматы: Эверо, 2022. - 204 с.
18. Альмухамбетова Б.Ж., Ырза Бекзат. Туризмдегі бизнес жоспарлау: оқу құралы- Түркістан: «Elegant-print» баспасы, 2025. - 270 бет.
19. Экономика туристских предприятий : учебное пособие / А.О. Овчаров. - Москва: Инфра-М, 2019.- 176 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.

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

3. Планирование и организация туристского бизнеса: учебно-методический комплекс. Баяндинова, А. С. Шаимова, - Алматы:, 2022. - 204 с.

4. Шаекина Ж.М., Қойтанова А.Ж., Аяғанова М.П. Туризм менеджменті және маркетинг: оқу-әдістемелік кешені. - 2013.http://rmebrk.kz/book/1155824

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