



Форма проведения вступительных испытаний: **тест.**

Продолжительность – **2 часа (120 минут).**

Максимальная оценка – **100 баллов.**

Структурно тест состоит из **50 заданий** (2 балла за вопрос)

Нижний порог прохождения – **40 баллов.**

В программе представлены:

образцы тестов;

краткое содержание тем;

учебная литература.

**Апелляция** по вступительным испытаниям проводятся на следующий день после опубликования результатов.

## **СОДЕРЖАНИЕ ТЕМ/РАЗДЕЛОВ, ВЫНОСИМЫХ НА ВСТУПИТЕЛЬНЫЕ ИСПЫТАНИЯ**

### **Тема № 1. Базовые понятия сервиса**

Сервис, туризм и гостеприимство - проблема определения понятий. Гостеприимство, как профессия. Составные элементы индустрии гостеприимства. Особенности индустрии гостеприимства. Экономика впечатления, как понятие. Место индустрии гостеприимства в экономике впечатлений. Проблема коммодизации. «В экономике впечатлений бизнес - это сцена, а работа, таким образом, - театр...». Трансформация, как пятое экономическое предложение. Человек в сфере гостеприимства.

Специфические черты услуги, как вида экономической деятельности. Особенности функционирования сферы услуг. Классификация услуг. Индивидуальное обслуживание как сфера профессиональной деятельности. Культура сервиса. Модели поведения потребителей. Внешние факторы, влияющие на поведение потребителей. Внутренние факторы. Типология потребителя.

### **Тема № 2. Организация туристской деятельности**

Проблема определения понятия «туризм», «международный туризм» «турист». Признаки туризма, типы туризма. Туристские ресурсы. Туристский продукт. Виды услуг (продуктов), потребляемые туристами. Туристская деятельность. Законодательная база туризма. Туристские услуги. Обслуживание в туризме. Туристский продукт. Свойства туристского продукта. Особенности туристского продукта. Типичные туристские продукты. Комплексный туристский продукт. Туристский коммерческий продукт. Формирование туристского продукта. Этапы формирования туристского продукта. Туристский маршрут. Типология туристских маршрутов. Продвижение туристского продукта. Инструменты продвижения туристского продукта. Правила реализации туристского продукта.

### **Тема № 3. Организация турагентской и туроператорской деятельностью**

Понятие «туристское предприятие». Особенности организации деятельности туристского предприятия. Туристское предприятие как хозяйствующий субъект. Туристское предприятие как производственная система. Виды предприятий туризма. Структура предприятий туризма. Порядок организации, реорганизации и ликвидации туристского предприятия. Организация и управление процессом оказания услуг. Организация обслуживания потребителя.

Определения «турагент» и «туроператор». Функции, цели, задачи, ключевые отличия. Типы и виды туроператоров. Условия осуществления туроператорской деятельности в РФ согласно законодательству: требования к туроператорам, гарантии туроператоров (финансовые, страховые, законодательные). Единый федеральный реестр туроператоров.

### **Тема № 4. Организация гостиничного дела**

Общая характеристика предприятий гостиничного бизнеса – терминология, классификация, особенности гостиничного продукта. Нормативная база, регулирующая деятельность КСР в РФ. Классификация средств размещения. Классификация гостиниц в России и последние изменения законодательства в данной сфере. Гостиничные сети/цепи – одна из форм организации гостиничного бизнеса. Общий анализ состояния КСР в Кемеровской области. Гостиничный продукт. Службы предоставления основного гостиничного продукта. Технологический цикл обслуживания гостей. Бронирование, как важнейший элемент деятельности гостиницы. Дополнительный гостиничный продукт. Специфика продвижения гостиничного продукта.

### **Тема № 5. Организация досуга туристов и анимационная деятельность в туризме**

История понятий фундирующих анимационную деятельность. Содержательное соотношение понятий, фундирующих анимационную

деятельность: анимация и аттракция, свободное время и досуг, отдых и рекреация. Условия возникновения данных видов деятельности. Виды анимации, виды туристской анимации. Основные подсистемы анимационных программ. Основные элементы анимационных программ: кадры, материально-техническое оборудование, место. Ключевые этапы технологии организации анимационных программ: подготовительный этап, этап проведения анимационной программы и этап подведения итогов. Специфика деятельности аниматора. Основные задачи и функции аниматора. Ключевые требования к аниматору. Аниматорские «табу». Режим работы основных категорий персонала, осуществляющего анимационную деятельность Типы аниматоров. Работа с творческим коллективом. Импровизация и подготовка к ней. Анимационные услуги в гостиницах. Анимационные услуги в средствах размещения. Организация анимационного мероприятия «Вечер знакомства туристов». Танцевально-развлекательные и конкурсно-игровые программы. Организация массовых праздников. Организация концертов и вечеров отдыха.

## **ОБРАЗЦЫ ТЕСТОВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ОСНОВЫ СЕРВИСА»**

**1. Область сервиса, объединяющая гостиничный, ресторанный бизнес, общепит, отдых, развлечения, организацию конференций и совещаний:**

- А) гостиничное хозяйство;
- Б) индустрия гостеприимства;
- В) гостиница;
- Г) индустрия обслуживания;
- Д) ресторанный бизнес.

**2. Что означает термин «гостеприимство», происходящий от старофранцузского «hospice»:**

- А) «странноприимный дом»
- Б) «винный дом»
- В) «постоялый дом»
- Г) «дом Бога»
- Д) «студенческий дом»

**3. В современном «обществе потребления» досуг является:**

- А) нежелательным явлением и осуждается;
- Б) привилегией элиты;
- В) средством зарабатывания денег;
- Г) видом отшельничества;

**4. Сущность анимации в туристском комплексе состоит:**

- А) в формировании хорошего настроения отдыхающих;
- Б) в демонстрации произведений искусства;
- В) в предоставлении экскурсионных услуг;
- Г) в вовлечении туристов как представителей социума в активные формы досуга.

**5. Гостиничная анимация – это:**

- А) своеобразная услуга, преследующая цель – повышения качества обслуживания, и в то же время – это своеобразная форма рекламы,

повторного привлечения гостей и их знакомых, тоже преследующая цель – продвижение туристского продукта

Б) целевые туристские поездки ради одной анимационной программы, либо непрерывный анимационный процесс, развернутый в пространстве в форме путешествия, переезда от одной анимационной услуги (программы) к другой, которые предоставляются в разных географических точках

В) программы, предназначенные для «поддержки» основных туристских услуг

Г) своеобразные дополнительные услуги клиенту, цель которых пробудить в нем положительные эмоции, почувствовать удовлетворение от отдыха и желание приехать в этот отель еще раз

**6. В туризме анимация – это прежде всего:**

- А) развлечение;
- Б) творчество;
- В) услуга;
- Г) роскошь.

**7. Что является туристским ресурсом, а что туристским продуктом?**

**Установите соответствие:**

1) Туристский ресурс	А) Долина гейзеров на Камчатке			
2) Туристский продукт	Б) Экскурсия в храмовый комплекс Ангкор-Ват в Камбодже			
	В) гора Зеленая в Шерегеше			
	Г) Турбазы на Алтае			
	А	Б	В	Г
<b>Ответ</b>				

**8. Туристский оператор – это:**

А) юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, осуществляющий деятельность по формированию, продвижению и реализации туристского продукта

Б) частное (физическое) лицо, осуществляющее деятельность по продвижению и реализации туристского продукта

В) юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, осуществляющий деятельность по приему туристов за границей

Г) Верно все вышеперечисленное

**9. Из каких составляющих состоит туристский продукт:**

А) Туристских услуг и товаров.

Б) Туристских ресурсов и услуг туроператоров.

В) Бронирование, перевозка, размещение, питание.

Г) Туристских услуг, работ и товаров.

**10. Природно-климатические, исторические и социально-культурные объекты, включающие объекты туристского показа, способные удовлетворить потребности туристов называются:**

А) Туристскими объектами.

Б) Природным наследием.

В) Экскурсионные объекты.

Г) Природными ресурсами.

Д) Туристскими ресурсами.

**11. Комплекс положительных эмоций, душевного и физического состояния туриста, возникший или достигнутый им в результате потребления туристских услуг (работ), приобретения туристских товаров, потребления туристского продукта – это:**

А) Туристский интерес.

Б) Туристский эффект.

В) Туристское впечатление.

Г) Туристское ожидание.

Д) Туристский мотив.

**12. Система «all-inclusive» – это...**

А) круизы по морю

Б) туры «все включено»

- В) посещение национальных парков
- Г) экскурсии по тематическим паркам

**13. Какие виды питания бывают:**

- А) Шведский стол
- Б) Английский завтрак
- В) a la carte
- Г) все вышеперечисленное

**14. Турпакет – это...**

А) это комплекс услуг, предоставляемых в путешествии по индивидуальному или по групповому варианту

Б) это произведенный туроператором туристский продукт, состоящий из определенного набора услуг: перевозки, размещения, питания, экскурсий и т.д.

В) программа тура, которую турист оплачивает при приобретении турпутевки

Г) стандартный набор услуг, продаваемый туристам в одном «пакете»

**15. Что не относится к коллективным средствам размещения:**

- А) собственное жилище
- Б) гостиница
- В) кемпинг
- Г) бунгало
- Д) мотель

#### 4. СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ УЧЕБНОЙ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

*Основная:*

Хмелевская, Т. И. Основы сервиса: учеб. пособие для студентов вузов / Т. И. Хмелевская, Ю. В. Бреже ; КемТИПП. - Кемерово: КемТИПП, 2015. – 98 с.

Охотина, Н.М. Сервисная деятельность: учебное пособие / Н.М. Охотина; Поволжский государственный технологический университет. - Йошкар-Ола: ПГТУ, 2016. - 116 с. - Библиогр.: с. 103105 - ISBN 978-5-8158-1661-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=459497> (14.03.2019).

*Дополнительная:*

##### **Тема № 1. Базовые понятия сервиса**

1. Кузьмина, Е. Е. Организация предпринимательской деятельности: учеб. пособие для прикладного бакалавриата / Е. Е. Кузьмина. – 3-е изд., перераб. и доп. – М. : Издательство Юрайт, 2019. – 417 с. – (Серия : Бакалавр. Прикладной курс). – ISBN 978-5-534-06627-2. – Режим доступа: [www.biblioonline.ru/book/2F9D513A-A7B0-41CA-BC0B-758A16328717](http://www.biblioonline.ru/book/2F9D513A-A7B0-41CA-BC0B-758A16328717).

2. Крутик, Александр Борисович. Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе [Текст]: учеб. пособие для студ. вузов, обуч. по спец. 100103 "Социально-культурный сервис и туризм" / А. Б. Крутик, М. В. Решетова. - М: Академия, 2007. - 224 с.

3. Лойко, Ольга Тимофеевна. Сервисная деятельность [Текст]: учеб. пособие для вузов / О. Т. Лойко. - М: Академия, 2008. - 304 с.

##### **Тема № 2. Организация туристской деятельности/ Тема № 3. Организация турагентской и туроператорской деятельностью**

1. Быстров С.А. Организация туристской деятельности. Управление турфирмой: учебное пособие/ - М.: ФОРУМ, 2013. - 400 с.

2. Воскресенский, В.Ю. Международный туризм: учебное пособие / В.Ю. Воскресенский. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 462 с.: ил., табл., схемы - Библиогр.: с. 419-423. - ISBN 978-5-238-01456-2; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114800> (06.03.2018).

3. Рындач, Марина Алексеевна. Основы туризма [Текст]: учеб. пособие / М. А. Рындач. - Москва: Наука-Спектр, 2012. - 204 с.

#### **Тема № 4. Организация гостиничного дела**

1. Брашнов, С. Г. Основы индустрии гостеприимства: учебное пособие / С. Г. Брашнов, Е. В. Мигунов. – 2-е изд., стер. – Москва: ФЛИНТА, 2019. – 218 с. – ISBN 978-5-9765-1422-5. – Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/119310>

2. Организация гостиничного дела [Электронный ресурс]: учебное пособие / Н.С. Родионова [и др.]. – Электрон. дан. – Санкт-Петербург: 2014. – 352 с. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/90749>. – Загл. с экрана.

3. Сорокина, Алла Викторовна. Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах [Текст]: учеб. пособие / А. В. Сорокина. - М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2011. - 303 с.

#### **Тема № 5. Организация досуга туристов и анимационная деятельность в туризме**

1. Анимация в туризме: учебно-методическое пособие / Ленинградский государственный университет имени А. С. Пушкина; [составители: Н. Д. Каминская, С. В. Писаренко]. - Санкт-Петербург: ЛГУ им. А. С. Пушкина, 2017. - 103 с.: табл.; 20 см.; ISBN 978-5-8290-1658-6: 500 экз.

2. Власова Т. И., Шарухин А. П., Панов Н. И. Анимационный менеджмент в туризме. Учебное пособие для студентов высших учебных заведений. Гриф УМО МО РФ. – М.: Издательский центр «Академия», 2010.

3. Аванесова Г.А. Культурно-досуговая деятельность: Теория и практика организации: Учебное пособие для студентов вузов. - М.: Аспект Пресс, 2006.-236с.

4. Приезжева Е.М. Социально-культурная анимация в туризме: учеб.-метод.пособ.- М: РИБ «Турист», 2003. – 64с.

5. Третьякова Т.Н. Анимационная деятельность в социально-культурном сервисе и туризме, Изд «Academia», 269с., 2008