



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Тюменский индустриальный университет»

Приёмная комиссия

ПРОГРАММА

вступительных испытаний в форме междисциплинарного экзамена по
направлению подготовки магистров 43.04.01 «Гостиничное дело»
(программа Маркетинг в гостеприимстве)

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

К вступительным испытаниям в магистратуру допускаются лица, имеющие документ государственного образца о высшем образовании.

Вступительные испытания призваны определить наиболее способного и подготовленного поступающего к освоению основной образовательной программы по направлению подготовки 43.04.01 «Гостиничное дело».

Приём осуществляется на конкурсной основе по результатам вступительных испытаний.

Программа вступительных испытаний в магистратуру по направлению подготовки 43.04.01 «Гостиничное дело» разработана на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки бакалавров 43.03.01 «Гостиничное дело» и охватывает базовые дисциплины подготовки бакалавров по данному направлению.

Программа содержит описание формы вступительных испытаний, перечень дисциплин, входящих в междисциплинарный экзамен и список рекомендуемой для подготовки литературы.

2. ТРЕБОВАНИЯ К УРОВНЮ ПОДГОТОВКИ ПОСТУПАЮЩЕГО В МАГИСТРАТУРУ

Лица, имеющие высшее образование и желающие освоить магистерскую программу, зачисляются в магистратуру по результатам вступительных испытаний, программы которых разрабатываются Университетом для установления у поступающего наличие следующих компетенций:

- осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде;
- обеспечивать выполнение основных функций управления подразделениями организаций сферы гостеприимства
- осуществлять управление ресурсами и персоналом департаментов (служб, отделов) организации сферы гостеприимства;
- применять технологии обслуживания с учетом технологических новаций сфере в избранной в профессиональной сфере;

- применять методы прикладных исследований в избранной сфере профессиональной деятельности

3. ФОРМА ПРОВЕДЕНИЯ ВСТУПИТЕЛЬНЫХ ИСПЫТАНИЙ

Вступительные испытания в форме междисциплинарного экзамена проводятся в виде тестирования (в том числе допускается проведение вступительного испытания с использованием персональных компьютеров) в соответствии с утверждённым расписанием.

Тест содержит 25 тестовых вопросов с выбором одного или нескольких вариантов ответа из нескольких вариантов ответа.

Продолжительность вступительного испытания - 30 минут.

Результаты испытаний оцениваются по 100 бальной шкале.

4. ПРОГРАММА ВСТУПИТЕЛЬНЫХ ИСПЫТАНИЙ

Программа вступительных испытаний в форме междисциплинарного экзамена базируется на основной образовательной программе подготовки бакалавров по направлению 43.03.01 «Гостиничное дело». Вопросы по междисциплинарному экзамену охватывают основополагающие положения следующих разделов:

Раздел 1. Организация гостиничного дела - основные понятия в области организации гостиничной деятельности; структура гостиничной организации, ее основных элементов; понятия «гостиничная услуга», «гостиничный продукт»; функциональное назначение всех составляющих гостиничного комплекса; формы собственности гостиничных предприятий.

Раздел 2. Основы маркетинга гостиничной деятельности - основные понятия маркетинга гостиничных услуг; маркетинговая среда гостиничной организации; процесс управления маркетингом; маркетинговые исследования; система маркетинговой информации и методы ее сбора; критерии и методы сегментирования рынка гостиничных услуг; товар и его коммерческие характеристики; жизненный цикл товара и характеристика его стадий; позиционирование товара на рынке; виды цен и особенности их применения; методы расчета цен; ценовые стратегии; виды скидок и условия их применения; методы и средства стимули-

рования реализации продукции; торговые посредники и их классификация, товародвижение; подходы к организационному построению службы маркетинга.

Раздел 3. Маркетинговые исследования - понятие маркетинговые исследования как важнейшей функции маркетинга; методики маркетинговых исследований для изучения тенденций и процессов развития рынка; методологические принципы и практические концепции маркетинговых исследований; методики проведения эмпирических маркетинговых исследований. Раздел 4. Связи с общественностью в гостиничном бизнесе - базовые основы связей с общественностью как науки, профессии и отрасли бизнеса; определение места и роли СО в системе менеджмента гостиниц; сравнительный анализ роли и функций "публик рилейшнз" в гостиничном деле; рассмотрение взаимоотношений "публик рилейшнз", маркетинга, рекламы и promotion в информационно-коммуникационном процессе.

Раздел 5. Менеджмент (потребность и необходимость управления в деятельности человека; менеджмент в системе понятий рыночной экономики; особенности российского менеджмента; внешняя и внутренняя среда организации; системы менеджмента: функции и организационные структуры; процессы управления: целеполагание и оценка ситуации, принятие управленческих решений; механизмы менеджмента: средства и методы управления; личность менеджера; лидерство и стиль управления; формальное и неформальное управление; ресурсы, качество и эффективность управления; система информационного обеспечения управления). Раздел 6. Основы теории коммуникации - основные теории коммуникации и ее разновидностей, основные информационные каналы и коммуникативные роли, основные типы коммуникации, сущность и функции деловой коммуникации, коммуникативная личность, особенности массовой коммуникации.

Раздел 7. Основы управления персоналом в гостиничном деле - понятийный аппарат, составляющий основы управления персоналом, основные виды и формы управления персоналом, роль и место управления персоналом в структуре государственного и муниципального управления.

Раздел 8. Инвестиционные проекты в гостиничном бизнесе - определение роли, видов и форм инвестиционной деятельности и предприятия (организации, фирмы) в гостиничном бизнесе; методики оценки и анализа использования ресурсной базы гостиничного предприятия; стратегическое и текущее управление предприятием; содержание и методы планирования.

Раздел 9. Некоммерческая реклама - рекламные сообщения; характеристика средств рекламы; носители рекламы с учетом финансовых возможностей организаций и их специализаций; организация рекламных акции и/или рекламных кампаний, оценки их эффективности.

Раздел 10. Коммерческая деятельность - основные экономические категории, законы и теории, показатели, их классификация и способы определения; общая характеристика процессов сбора, передачи, обработки и накопления информации, средства их реализации, программное обеспечение и технологии программирования; статистические методы оценки и прогнозирования коммерческой деятельности; нормативно-правовая база стандартизации, метрологии, деятельности по оценке и подтверждению соответствия; ассортиментные, квалиметрические, количественные характеристики товаров, классификация укрупненного ассортимента потребительских товаров; факторы обеспечения товароведных характеристик товара; товарная информация; субъекты и договора в профессиональной деятельности; организационно-правовые формы юридических лиц и индивидуальных предпринимателей.

5. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

Золотовский, Владимир Алексеевич. Правовое регулирование в сфере туризма [] : Учебное пособие / В. А. Золотовский. - М. : Издательство Юрайт, 2018. - 247 с. <http://www.biblio-online.ru/book/F4E2499C-C9BC-4664-9824-CFBDE61F7239>

3. Боголюбов, Валерий Сергеевич. Финансовый менеджмент в туризме и гостиничном хозяйстве : учебник для академического бакалавриата [] : Боголюбов. - 2-е изд., испр. и доп. - Электрон. дан.col. - М : Издательство Юрайт, 2018. - 293 с. <http://www.biblio-online.ru/book/CB1CA087->

3F00-415A-8D6C-08C35E3A426B

2. Тимохина, Татьяна Леопольдовна. Организация гостиничного дела : учебник для прикладного бакалавриата [] : Учебник / Т. Л. Тимохина. - Электрон. дан.col. - М : Издательство Юрайт, 2018. - 331 с. <http://www.biblio-online.ru/book/CB0EF1AA-1CE9-4965-AF6F-76A18FC68272>

3. Иванилова, С. В. Экономика гостиничного предприятия [Электронный ресурс] : учебное пособие для бакалавров / Иванилова С. В. - Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. - 216 с. - Режим доступа:<http://www.iprbookshop.ru/75189.html>

4. Розанова, Татьяна Павловна Маркетинг услуг гостеприимства и туризма [] / Т. П. Розанова, Т. В. Муртузалиева. - Москва : Дашков и К, 2017. - 130 с. <https://e.lanbook.com/book/94021>

5. Кошелева, Александра Николаевна. Психодиагностика [] : Учебник и практикум / А. Н. Кошелева. - М. : Издательство Юрайт, 2018. - 373 с. <http://www.biblio-online.ru/book/6ECD86C7-C6F6-4BBB-BB8D-89ADF5F927B4>

6. Курочкина, Анна Юрьевна. Управление качеством услуг [] : Учебник и практикум / А. Ю. Курочкина. - 2-е изд., испр. и доп. - М. : Издательство Юрайт, 2018. - 206 с. <http://www.biblio-online.ru/book/EFC9DDA4-113A-47EA-BF42-61F133EC910A>

7. Тимохина, Татьяна Леопольдовна. Технологии гостиничной деятельности: теория и практика [] : Учебник / Т. Л. Тимохина. - Электрон. дан.col. - М : Издательство Юрайт, 2018. - 336 с. <http://www.biblio-online.ru/book/47FCD494-79BA-484E-8D52-D1FC7BB3EEDC>

14. Руденко, Л. Л. Технологии гостиничной деятельности [] : учебное пособие для бакалавров / Руденко Л. Л. - Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017. - 176 с. <http://www.iprbookshop.ru/57230.html>

8. Гузикова, М. О. Основы теории межкультурной коммуникации: учебное пособие для академического бакалавриата / М. О. Гузикова, П. Ю. Фофанова. — Москва : Издательство Юрайт, 2019— 121 с. — ISBN 978-5-7996-1517-8 (Изд-во Урал. ун-та).

б) дополнительная:

1. Грицай, М. А. Экономика гостиничного предприятия [Электронный ресурс]: учебное пособие / Грицай М. А. - Омск : Омский государственный институт сервиса, Омский государственный технический университет, 2014. - 118 с. - Режим доступа:<http://www.iprbookshop.ru/26699.html>