

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Забелина Светлана Алексеевна
Должность: Ректор
Дата подписания: 2024.02.19 19:55:04
Уникальный программный ключ:
ac61efa1186e39eefc0a742ef4d821f52734a482

Автономная некоммерческая организация высшего образования «Московский
информационно – технологический университет – Московский архитектурно–
строительный институт»

**ПРОГРАММА
ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ ПО ПРОФИЛЬНОМУ ПРЕДМЕТУ
«ОСНОВЫ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА»**

для поступающих на направления подготовки
43.03.03 «Гостиничное дело»

Содержание

1. Общие положения	3
2. Требования к уровню подготовки поступающего	3
3. Основное содержание	4
4. Теоретические вопросы и задания для подготовки к вступительному испытанию	7
5. Порядок, форма и язык проведения вступительного испытания.....	15
6. Продолжительность вступительного испытания.....	15
7. Шкала оценивания	15
8. Литература	16
9. Глоссарий	18

1. Общие положения

1.1. Программа вступительного испытания по профильному предмету «Основы индустрии туризма и гостеприимства» разработана для поступающих, имеющих основания для прохождения вступительного испытания, проводимого вузом самостоятельно.

1.2. Программа по профильному предмету «Основы индустрии туризма и гостеприимства» составлена на основе ФГОС СПО по специальностям, входящим в состав укрупненной группы направлений подготовки 43.00.00 Сервис и туризм.

Программа составлена на основе требований к уровню подготовки абитуриентов, имеющих среднее профессиональное образование.

2. Требования к уровню подготовки поступающего

2.1. Абитуриент должен

показать знания:

- 1) истории становления и развития туристической индустрии РФ;
- 2) основных исторических фактов, дат и событий в развитии туризма и гостеприимства;
- 3) основных этапов развития туристических регионов России и мира;
- 4) лидеров отрасли;
- 5) современные проблемы и направления развития туризма в России и мире;

уметь:

- 1) работать с исторической картой;
- 2) работать с научной литературой и историческими источниками по истории туризма;
- 3) проводить сравнительный анализ фактов и явлений в общественной жизни на основе исторического материала.

2.2. При приеме на программу бакалавриата абитуриент должен дать устный ответ на вопросы и выполнить творческое задание.

3. Основное содержание

Обязательный минимум знаний по основам мировой индустрии туризма и гостеприимства.

Тема 1. Значение туризма в жизни общества

Предмет, цель и задачи изучения дисциплины. Организационные основы туризма. Социально-гуманитарные функции туризма. Роль туризма в сохранении природного и культурного наследия. Понятие туристских ресурсов и их значение для формирования туристского продукта. Туризм – мощный сектор мировой экономики. Туристский экспорт и туристский импорт. Вклад туризма в платежный баланс стран. Влияние туризма на занятость населения.

Тема 2. Основные понятия и классификация туризма

Туризм как частный случай путешествий: понятие и особенности. Туристы и экскурсанты как субъекты туризма. Основные понятия туризма согласно Федеральному закону «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации». Типы, категории и формы туризма. Классификация видов туризма по разным признакам. Международная и российская классификации целей поездок.

Тема 3. Туристские и гостиничные услуги как основной продукт индустрии туризма и гостеприимства

Индустрия туризма: сущность и структура. Гостеприимство как философия индустрии туризма. Понятие туристского продукта, его разработка и потребительские свойства. Услуги и их значение в формировании туристского продукта.

Тема 4. Характеристика международного туристского и гостинично-ресторанного рынка

Основные факторы, влияющие на развитие туризма (природно-климатические и географические, культурно-исторические, политические, социально-демографические, финансово-экономические, материально-технические и технологические). Динамика развития международного туризма.

Мировые туристские потоки и доходы от международного туризма. Показатели развития туризма по регионам и странам мира.

Тема 5. Международные организации туристской и гостинично-ресторанной индустрии

Международные туристские организации: виды, цели, задачи. Роль и значение Всемирной туристской организации (ЮНВТО). Международные туристские мероприятия. Национальные туристские организации. Деятельность Российского союза туристской индустрии как крупнейшей организации предпринимателей туристской отрасли в России.

Тема 6. Роль транспортной системы в международном туризме

Классификация средств перемещения. Понятия трансфера и чартера. Современное состояние авиатранспорта. Услуги, предоставляемые на авиатранспорте. Организация железнодорожного обслуживания в России и за рубежом. Автомобильные и автобусные перевозки туристов. Прокат автомобилей. Морские и речные круизы. Комбинирование средств перемещения в туристских поездках. Правовое обеспечение транспортной деятельности.

Тема 7. Услуги предприятий питания в международном туризме

Классификация предприятий питания. Виды услуг и методы обслуживания на предприятиях питания. Специальные формы обслуживания. Условия питания в гостиницах. Организационная и производственно-торговая структура предприятий питания. Современное состояние общественного питания за рубежом и в России.

Тема 8. Культурно-развлекательные услуги в индустрии туризма и гостеприимства

Роль культурно-развлекательных предприятий в туризме. Атракционы как объекты туристской привлекательности. Современное развитие тематических парков. Организация туризма в сфере клубного отдыха. Понятие таймшера. Значение и функции туристской анимации.

Тема 9. Информационные технологии в международном туризме

Система информационных технологий в туризме. Глобальные компьютерные системы бронирования: Galileo, Amadeus, WorldSpan, Sabre. Автоматизация деятельности туристских фирм и гостинично-ресторанного бизнеса. Российские туристские интернет-ресурсы.

Тема 10. Агентско-операторская деятельность на российском и международном рынке туризма

Понятия «туроператор» и «турагент». Роль туроператоров и турагентов в организации обслуживания туристов. Договор о реализации туристского продукта и туристская путевка. Основные направления туроператорской деятельности. Функции туристских агентств. Лидеры туроператорского и турагентского бизнеса в России и за рубежом. Условия осуществления туроператорской деятельности согласно Федеральному закону «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации». Содержание информации о туристском продукте.

Тема 11. Гостиничный бизнес как часть национальной индустрии туризма и гостеприимства

Международная классификация средств размещения туристов. Гостиница: понятие и типы. Системы категоризации средств размещения за рубежом и в России. Формы управления гостиничными предприятиями. Основные службы гостиницы и их назначение. Состояние развития гостиничного бизнеса в мире.

Тема 12. Государственное регулирование туристской и гостиничной деятельности в России

Цели, задачи и структура сферы туризма Российской Федерации. Структура управления туризмом в России. Функции федерального органа исполнительной власти в сфере туризма. Нормативно-правовая база туристской деятельности. Основные положения Федерального закона «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации». Единый федеральный реестр туроператоров как эффективный способ государственного регулирования туристской деятельности. Финансовое обеспечение – гарант

защиты прав и интересов туристов. Постановления Правительства Российской Федерации, регламентирующие туристскую деятельность. Значение лицензирования, стандартизации и сертификации в туризме.

Тема 13. Современное состояние индустрии туризма и гостеприимства в России

Туроператорские и турагентские фирмы как организаторы туризма в России. Транспортное обслуживание туристов, деятельность гостиничного хозяйства, санаторно-курортного комплекса и предприятий общественного питания в России. Формирование индустрии развлечений на российском рынке услуг. Влияние индустрии туризма на экономику России. Вклад сферы туризма в ВВП страны. Объем платных услуг, оказываемых населению предприятиями сферы туризма. Экспорт туристских услуг. Численность занятых в сфере туризма в России.

Тема 14. Стратегия развития сферы туризма в Российской Федерации

Приоритетные направления развития туризма. Государственная поддержка развития туристской инфраструктуры. Продвижение России как туристского направления на международном рынке. Совершенствование статистики в сфере туризма. Повышение качества туристских и сопутствующих услуг. Совершенствование нормативно- правового регулирования в сфере туризма. Развитие международного сотрудничества.

4. Теоретические вопросы и задания для подготовки к вступительному испытанию

Блок 1. Вопросы к вступительному испытанию

1. Значение туризма в жизни общества.
2. Организационные основы туризма.
3. Социально-гуманитарные функции туризма.
4. Роль туризма в сохранении природного и культурного наследия.

5. Понятие туристских ресурсов и их значение для формирования туристского продукта.
6. Туризм как сектор мировой экономики.
7. Туристский экспорт и туристский импорт.
8. Вклад туризма в платежный баланс стран.
9. Влияние туризма на занятость населения.
10. Туризм как частный случай путешествий: понятие и особенности.
11. Туристы и экскурсанты как субъекты туризма.
12. Основные понятия туризма согласно Федеральному закону «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации».
13. Типы, категории и формы туризма.
14. Классификация видов туризма по разным признакам.
15. Международная и российская классификации целей поездок.
16. Туристские и гостиничные услуги как основной продукт индустрии туризма и гостеприимства.
17. Индустрия туризма: сущность и структура.
18. Гостеприимство как философия индустрии туризма.
19. Понятие туристского продукта, его разработка и потребительские свойства.
20. Услуги и их значение в формировании туристского продукта.
21. Характеристика международного туристского и гостинично-ресторанного рынка.
22. Основные факторы, влияющие на развитие туризма (природно-климатические и географические, культурно-исторические, политические, социально-демографические, финансово-экономические, материально-технические и технологические).
23. Динамика развития международного туризма.
24. Мировые туристские потоки и доходы от международного туризма.
25. Показатели развития туризма по регионам и странам мира.
26. Международные организации туристской и гостинично-ресторанной

индустрии.

27. Международные туристские организации: виды, цели, задачи.
28. Роль и значение Всемирной туристской организации (ЮНВТО).
29. Международные туристские мероприятия.
30. Национальные туристские организации.
31. Деятельность Российского союза туристской индустрии как крупнейшей организации предпринимателей туристской отрасли в России.
32. Роль транспортной системы в международном туризме.
33. Классификация средств перемещения.
34. Понятия трансфера и чартера.
35. Современное состояние авиатранспорта.
36. Услуги, предоставляемые на авиатранспорте.
37. Организация железнодорожного обслуживания в России и за рубежом.
38. Автомобильные и автобусные перевозки туристов.
39. Прокат автомобилей.
40. Морские и речные круизы.
41. Комбинирование средств перемещения в туристских поездках.
42. Правовое обеспечение транспортной деятельности.
43. Услуги предприятий питания в международном туризме.
44. Классификация предприятий питания.
45. Виды услуг и методы обслуживания на предприятиях питания.
46. Специальные формы обслуживания.
47. Условия питания в гостиницах.
48. Организационная и производственно-торговая структура предприятий питания.
49. Современное состояние общественного питания за рубежом и в России.
50. Культурно-развлекательные услуги в индустрии туризма и гостеприимства.
51. Роль культурно-развлекательных предприятий в туризме.
52. Атракционы как объекты туристской привлекательности.

53. Современное развитие тематических парков.
54. Организация туризма в сфере клубного отдыха.
55. Понятие таймшера.
56. Значение и функции туристской анимации.
57. Система информационных технологий в туризме.
58. Автоматизация деятельности туристских фирм и гостинично-ресторанного бизнеса.
59. Российские туристские интернет-ресурсы.
60. Агентско-операторская деятельность на российском рынке туризма.
61. Понятия «туроператор» и «турагент».
62. Роль туроператоров и турагентов в организации обслуживания туристов.
63. Договор о реализации туристского продукта и туристская путевка.
64. Основные направления туроператорской деятельности.
65. Функции туристских агентств. Лидеры туроператорского и турагентского бизнеса в России и за рубежом.
66. Условия осуществления туроператорской деятельности согласно Федеральному закону «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации».
67. Содержание информации о туристском продукте.
68. Гостиничный бизнес как часть национальной индустрии туризма и гостеприимства.
69. Международная классификация средств размещения туристов.
70. Гостиница: понятие и типы.
71. Системы категоризации средств размещения за рубежом и в России.
72. Формы управления гостиничными предприятиями.
73. Основные службы гостиницы и их назначение.
74. Состояние развития гостиничного бизнеса в мире.
75. Государственное регулирование туристской и гостиничной деятельности в России.
76. Цели, задачи и структура сферы туризма Российской Федерации.

77. Структура управления туризмом в России.
78. Функции федерального органа исполнительной власти в сфере туризма.
79. Нормативно-правовая база туристской деятельности.
80. Основные положения Федерального закона «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации».
81. Единый федеральный реестр туроператоров как эффективный способ государственного регулирования туристской деятельности.
82. Финансовое обеспечение – гарант защиты прав и интересов туристов.
83. Постановления Правительства Российской Федерации, регламентирующие туристскую деятельность.
84. Значение лицензирования, стандартизации и сертификации в туризме.
85. Современное состояние индустрии туризма и гостеприимства в России.
86. Туроператорские и турагентские фирмы как организаторы туризма в России.
87. Транспортное обслуживание туристов, деятельность гостиничного хозяйства, санаторно-курортного комплекса и предприятий общественного питания в России.
88. Формирование индустрии развлечений на российском рынке услуг.
89. Влияние индустрии туризма на экономику России.
90. Вклад сферы туризма в ВВП страны.
91. Объем платных услуг, оказываемых населению предприятиями сферы туризма.
92. Экспорт туристских услуг.
93. Численность занятых в сфере туризма в России.
94. Стратегия развития сферы туризма в Российской Федерации.
95. Приоритетные направления развития туризма.
96. Государственная поддержка развития туристской инфраструктуры.
97. Продвижение России как туристского направления на международном рынке.
98. Повышение качества туристских и сопутствующих услуг.

99. Совершенствование нормативно- правового регулирования в сфере туризма.

Блок 2. Творческое задание.

Творческое задание разработано с учетом специфики индустрии туризма и гостеприимства. Предполагается, что абитуриент имеет представление о значении туризма в жизни общества и основных понятиях и классификации туризма. Абитуриент имеет знания об туристских и гостиничных услугах как основном продукте индустрии туризма и гостеприимства. Абитуриент может дать характеристику международному туристскому и гостинично-ресторанному рынку, международным организациям туристской и гостинично-ресторанной индустрий. Абитуриент может определить роль транспортной системы в международном туризме, оценить услуги предприятий питания в международном туризме и культурно-развлекательные услуги в индустрии туризма и гостеприимства. Абитуриент имеет представление об информационных технологиях в международном туризме и агентско-операторской деятельности на российском и международном рынке туризма, гостиничном бизнесе как части национальной индустрии туризма и гостеприимства, государственном регулировании туристской и гостиничной деятельности в России, современном состоянии индустрии туризма и гостеприимства в России, а также о стратегиях развития сферы туризма в Российской Федерации.

Для выполнения творческого задания необходимо выбрать одно из предложенных направлений, внимательно рассмотреть и сделать описание и анализ.

Список направлений для творческого задания

1. История зарождения индустрии гостеприимства в Европе в древний период.
2. Гостиницы в эпоху Римской империи.
3. Развитие индустрии гостеприимства в средние века.

4. Гостиничный бизнес в эпоху зрелого феодализма и становления капитализма.
5. Первые школы гостиничного бизнеса в Европе.
6. Лидеры современного европейского гостиничного рынка.
7. Лидеры современного российского гостиничного рынка.
8. История развития индустрии гостеприимства в Америке.
9. Современные гостиничные ассоциации и объединения.
10. История гостиничной индустрии в России.
11. Эволюция предприятий индустрии гостеприимства.
12. Основные характеристики индустрии гостеприимства.
13. Роль гостеприимства в гостиничном бизнесе.
14. Характеристика и особенности гостиничных услуг.
15. Обслуживание и управление качеством услуг.
16. Требования к менеджеру гостиницы.
17. Управленческий труд в гостиницах и ресторанах.
18. Культура управленческого труда.
19. Культура обслуживания на предприятиях питания.
20. Место и функции гостиничных предприятий в индустрии туризма.
21. Классификация гостиниц в РФ.
22. Индустрия гостеприимства в мире: понятие, роль, сущность, история развития, основные сектора и их характеристика.
23. Глобальные тенденции, перспективы развития и новые технологии в гостиничной индустрии.
24. Динамика развития гостиничной индустрии в России и за рубежом.
25. Зарубежный и российский рейтинг гостиниц.
26. Разработка проекта событийного туризма в Российской Федерации.
27. Перспективы развития сельского туризма в Российской Федерации.
28. Становление, современное состояние и перспективы развития туристских отношений Китая и России.
29. Перспективы развития гастрономического туризма в Российской Федерации.

Федерации.

30. Развитие лечебного-оздоровительного туризма в Российской Федерации.
31. Развитие дополненной и виртуальной реальности в сфере туризма в условиях ограничений.
32. Проблемы проектирования новых МТСЕ-туров в регионе.
33. География международных туристских потоков: статистика, тренды, прогнозы.
34. Влияние политической и экономической сферы на развитие туризма в Российской Федерации.
35. Формирование территориального бренда, как важный фактор развития туризма в регионе.
36. Развитие внутреннего туризма в период пандемии.
37. Особенности и развитие спортивного туризма в Российской Федерации.
38. Анализ современного состояния и перспектив развития социального туризма в Российской Федерации.
39. Перспективы развития спортивного туризма в Российской Федерации.
40. Управление туристической привлекательностью регионов Российской Федерации в условиях пандемии.
41. Разработка проекта по внедрению мобильного приложения в туристической компании.
42. Разработка проекта условий безопасности туристов на территории региона.
43. Проект создания народного туристического комплекса с учетом национальных особенностей.
44. Новые тенденции и решения в культурно-познавательном туризме в Российской Федерации.
45. Социально-экономические проблемы развития отечественного туризма.
46. Процессы глобализации в мировой индустрии туризма.
47. Современное состояние и перспективы развития внутреннего туризма в историческом городе Российской Федерации.

48. Регулирование туристической деятельности в Российской Федерации.
49. Совершенствование информационного обеспечения туристской фирмы в современных условиях.
50. Государственная политика формирования «позитивного образа страны» как фактор туристского развития.

5. Порядок, форма и язык проведения вступительного испытания

Вступительное испытание по профильному предмету проводится в форме тестирования с выбором варианта ответа. Тест состоит из 20 заданий с кратким ответом.

Вступительное испытание проводится на русском языке.

6. Продолжительность вступительного испытания

Продолжительность вступительного испытания составляет 60 минут.

7. Шкала оценивания

При приеме на обучение по программам бакалавриата результаты каждого вступительного испытания, проводимого вузом самостоятельно, оцениваются по стобалльной шкале.

Результат в баллах = (Количество правильных ответов)/(Количество заданий теста)*100

где

Результат в баллах – результат вступительного испытания поступающего (по стобалльной шкале).

Количество правильных ответов – количество правильных ответов, данных поступающим при выполнении заданий теста.

Количество заданий теста – количество заданий, которое необходимо выполнить поступающему во время вступительного испытания в соответствии с программой вступительного испытания.

Минимальное количество баллов, подтверждающее успешное прохождение вступительного испытания, определяется локальным актом вуза

8. Литература

Основная литература

1. Боголюбова, С.А. Виды и тенденции развития туризма: учебное пособие для вузов / С. А. Боголюбова. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 231 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13686-9. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/519660>.
2. Дехтярь, Г. М. Стандартизация, сертификация, классификация в туристской и гостиничной индустрии: учебное пособие для вузов / Г. М. Дехтярь. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 397 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15308-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/513643>.
3. Долженко, Г. П. История туризма: учебник для вузов / Г. П. Долженко, Ю. С. Путрик, А. И. Черевкова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 227 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09717-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/516324>.
4. Стахова, Л. В. Основы туризма: учебник для вузов / Л. В. Стахова. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 327 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14912-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/519853>.

5. Тимохина, Т. Л. Технологии гостиничной деятельности: теория и практика: учебник для вузов / Т. Л. Тимохина. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 300 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14413-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/511182>.

Дополнительная литература

6. Безопасный отдых и туризм: учебное пособие для вузов / Г. М. Суворова [и др.]; ответственный редактор Г. М. Суворова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 195 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11091-3. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/513523>.
7. Морозова, Н. С. Менеджмент, маркетинг и реклама гостиничного предприятия: учебник для среднего профессионального образования / Н. С. Морозова, М. А. Морозов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 192 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15264-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/520436>.
8. Морозова, Н. С. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме: учебник для вузов / Н. С. Морозова, М. А. Морозов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 192 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10941-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/515319>.
9. Отнюкова, М. С. Инновации в туризме: учебное пособие для вузов / М. С. Отнюкова. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 135 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15354-5. — Текст:

- электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/510088>.
10. Севастьянов, Д. В. Страноведение и международный туризм: учебник для вузов / Д. В. Севастьянов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 317 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08873-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/516511>.
 11. Скобкин, С. С. Менеджмент в туризме: учебник и практикум для вузов / С. С. Скобкин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 366 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07713-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/514812>.
 12. Феденева, И. Н. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме: учебное пособие для вузов / И. Н. Феденева, В. П. Нехорошков, Л. К. Комарова; ответственный редактор В. П. Нехорошков. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 205 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06479-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/513639>.
 13. Христов, Т. Т. География туризма: учебник для вузов / Т. Т. Христов. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 273 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13905-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/519623>.

9. Глоссарий

Бонус (от лат. bonus добрый, хороший) – дополнительное вознаграждение, премия; дополнительная скидка.

Ботель (от англ. boat – hotel) – предприятие гостиничного типа для обслуживания водных туристов. Обычно располагается на берегу незамерзающего водоема.

Бренд — торговая марка, репутация, которую приобретает товар с данной маркой в результате рекламы, продаж и всей своей жизнедеятельности на рынке. Перепозиционирование бренда – перемены в рекламной политике.

Ваучер — документ, удостоверяющий оплату товаров и услуг, на основании которого осуществляются обслуживание и взаиморасчеты между туристскими организациями и обслуживаемыми предприятиями. Виды ваучеров: именной, ваучер-приглашение, служебный. Ваучер подтверждает наличие договора между поставщиком и потребителем.

Гарантия (фр. garantie) – условие, обеспечивающее что-либо, ручательство.

География туризма – раздел рекреационной географии, изучающий закономерности и факторы территориальной организации туризма как одного из видов отдыха и соответствующей отрасли хозяйства.

Гид (франц. guide) – экскурсовод-переводчик, сопровождающий иностранных туристов в поездке по стране; организует их обслуживание на маршруте, ведет финансовые расчеты за услуги, предусмотренные программой тура.

Гостиница (коллективное средство размещения, гостиничное предприятие) – юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, имеющий на праве собственности, условиях аренды или ином законном основании имущественный комплекс (недвижимое имущество), находящийся под единым управлением (руководством), с числом номеров не менее десяти, и предназначенный для предоставления гражданам услуг гостиниц и аналогичных мест проживания. По нормативным документам Российской Федерации, гостиницы, включая туристские, входят в состав гостиничных предприятий, к которым также относятся мотели, кемпинги, общежития для приезжих и другие средства размещения.

Гостиничная деятельность — деятельность юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, обладающих или наделенных в установленном порядке имущественными правами на какое-либо коллективное средство размещения по непосредственному распоряжению и управлению им, для предоставления услуг размещения и обслуживания граждан, а также иная деятельность по организации и оказанию гостиничных услуг, включая их реализацию.

Дестинация — территория, предлагающая определенный набор услуг, которые отвечают потребностям туриста, удовлетворяющая его спрос на перевозку, размещение, питание, развлечения и др. Например, курорт как местность с хорошими рекреационными ресурсами, развитой инфраструктурой и материально-технической базой туризма, может рассматриваться как синоним дестинации. Но дестинация более широкое понятие. Например, для японцев Север Европы – одна большая дестинация, а курорты – ее составная часть.

Диверсификация (лат. *diversus* – разный + *facere* – делать) – разнообразие, разностороннее развитие, изменение профиля деятельности, расширение ассортимента туристских услуг, разновидности коммерческого использования национальных туристских ресурсов.

Добровольная сертификация — сертификация качества оказываемых услуг проводится по инициативе юридических лиц и индивидуальных предпринимателей на основе договора между заявителем и органом по сертификации.

Заказ на туристскую услугу — предварительный договор между потребителем и исполнителем услуги, определяющим юридические, экономические и технические отношения сторон.

Заказник — участок территории или акватории, выделенный для сохранения и восстановления отдельных экосистем или их компонентов, где постоянно или временно запрещены отдельные виды и формы хозяйственной деятельности. Обычно заказник создается для охраны одного или многих видов животных, растений, а также отдельных компонентов природы и природного

комплекса в целом. Заказник – разновидность природных особо охраняемых территорий и акваторий. Различают заказники: бессрочные, долгосрочные (свыше 5 лет, после истечения срока в случае необходимости он может быть продлен) и краткосрочные (до 5 лет). В зависимости от вида объекта различают заказники; водные, зоологические, ботанические, геологические и др., а также комплексные – ландшафтные.

Заповедник – значительный участок природной территории (акватории), полностью исключенный из сферы хозяйственной деятельности человека для охраны и изучения природного комплекса в целом. Заповедники относятся к природным особо охраняемым территориям и акваториям, земли которых передаются в бессрочное пользование.

Зона отдыха – рекреационная зона – природная территория, традиционно используемая населением, или специально организованная территория для кратко– и долгосрочного отдыха. Размещается обычно в пределах зеленой зоны. В качестве зон отдыха иногда рассматриваются также парковые, лесопарковые и иные массивы зеленых насаждений и места отдыха внутри населенных пунктов.

Исполнитель туристской услуги — юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, оказывающие услуги потребителю.

Качество туристского обслуживания — совокупность свойств туристских услуг и процессов обслуживания по удовлетворению обусловленных или предполагаемых потребностей туристов, характеризующиеся качеством услуг и культурой обслуживания.

Качество туристской услуги — совокупность характеристик туристской услуги, определяющих ее способность удовлетворять установленным или предполагаемым потребностям туриста.

Квота (ср. лат. quota – часть, приходящаяся на каждого, с лат. quot – сколько) – доля, часть, норма чего-либо допускаемого.

Компенсация (лат. compensatio, compensare – уравнивать; возмещать) – вознаграждение за что-нибудь, возмещение.

Контрактор — управленческая компания (фирма), заключившая договор на «управление по контракту».

Лимит покрытия, лимит ответственности страховщика (лат. *limes* (*limitis*) межа, граница) – страховая сумма (страховое покрытие), зафиксированная в договоре или страховом полисе, которую берется обеспечить (выплатить) страховщик при наступлении страхового случая.

Лицензиат – юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, имеющее лицензию на осуществление конкретного вида деятельности.

Лицензионные требования и условия — совокупность установленных положениями о лицензировании конкретных видов деятельности требований и условий, выполнение которых лицензиатом обязательно.

Лицензируемый вид деятельности — вид деятельности, на осуществление которой на территории Российской Федерации требуется получение лицензии. В туризме к лицензируемым видам деятельности относятся: туроператорская и турагентская деятельность, деятельность по продаже прав на клубный отдых.

Лицензия (лат. *licentia* – право, разрешение) – специальное разрешение на осуществление конкретного вида деятельности при обязательном соблюдении лицензионных требований и условий, выданное лицензирующим органом юридическому лицу или индивидуальному предпринимателю. Лицензия может быть аннулирована решением суда на основании заявления лицензирующего органа. Одновременно с подачей заявления в суд лицензирующий орган вправе приостановить действие выданной лицензии на период до вступления в силу решения суда.

Логотип (гр. *logos* слово + *typos* отпечаток) – фирменный товарный знак (оригинальное начертание, изображение полного или сокращенного наименования фирмы или товаров), применяемый специально с целью привлечения внимания к фирме и ее товарам.

Льготы — предоставление каких-либо преимуществ.

Маркетинг (англ. marketing, market – рынок, сбыт) – система организации и управления деятельностью фирмы, направленная на обеспечение максимального сбыта ее продукции, на удовлетворение потребностей посредством обмена.

Национальный парк природный (природно-исторический) – обширная природная территория (акватория), имеющая большое количество достопримечательных объектов высокой культуры, научной и рекреационной значимости. Задачи национального парка заключаются в сохранении экосистемы и отдельных объектов природы и культуры, удовлетворении рекреационных потребностей населения, проведении (или содействии проведению) научных исследований, а также в воспитании у посетителей любви к природе и бережного отношения к ней. Территория национального парка частично или полностью изымается из традиционного хозяйственного пользования. В ее пределах выделяются так называемые функциональные зоны: заповедная, буферная и рекреационная. Каждая зона характеризуется особым режимом охраны и использования природных ресурсов.

Недостаток услуги — отдельное несоответствие услуги обязательным требованиям стандартов, условиям договора, а также информации, предоставленной исполнителем или продавцом услуги.

Обслуживание — деятельность исполнителя при непосредственном контакте с потребителем услуги.

Обязательная сертификация услуг — сертификация, подтверждающая безопасность оказываемых юридическими лицами и индивидуальными предпринимателями услуг.

Описание туристской услуги — информация об основных характеристиках туристской услуги, условиях и стоимости обслуживания.

Охрана природы – система мероприятий по сохранению, рациональному использованию и восстановлению природных ресурсов для создания оптимальных условий существования человека и его гармоничного взаимоотношения с окружающей средой.

Паблик рилейшнз – связь с общественностью.

Памятники природы – уникальные или типичные природные объекты, имеющие научную, культурную или рекреационную ценность. К памятникам природы относятся небольшие по площади территории урочища (участки долин, отдельные рощи или сообщества редких видов травянистых растений), а также обособленные объекты (водопады, пещеры, деревья, редкие и опорные геологические обнажения, скалистые останцы, эталонные участки месторождений полезных ископаемых, минеральные источники, метеоритные кратеры и пр.). К памятникам природы могут относиться также природно-антропогенные объекты: старинные парки, аллеи, озера на месте бывших карьеров.

Партнерство — участие в формировании Уставного фонда в виде взносов, участие в управлении по «партнерскому соглашению».

Перевозчик – юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, имеющее на праве собственности, условиях аренды или ином законном основании права на пассажирское транспортное средство (наземное, водное или воздушное) и осуществляющие регулярные или чартерные перевозки туристов и их багажа на коммерческой основе.

Перевозчик воздушный (авиаперевозчик) – эксплуатант, имеющий лицензию на осуществление воздушной перевозки пассажиров, багажа, грузов, почты и осуществляющий регулярные или чартерные перевозки туристов и их багажа на коммерческой основе.

Перестрахование — вторичное страхование, при котором страховщик (цедент) передает часть своей ответственности по объекту страхования другому страховщику (цессионеру) с целью создания сбалансированного страхового портфеля.

Полный пансион — завтрак, обед, ужин.

Полупансион — двухразовое питание.

Потребитель — гражданин, имеющий намерение заказать или приобрести либо заказывающий, приобретающий или использующий товары

(работы, услуги) исключительно для личных (бытовых) нужд, не связанных с извлечением прибыли.

Потребитель туристской услуги — гражданин (турист, экскурсант), имеющий намерение заказать или приобрести, либо заказывающий, приобретающий или использующий туристские товары, работы, услуги исключительно для личных нужд, не связанных с извлечением прибыли.

Предоставление услуги – деятельность исполнителя услуги, необходимая для обеспечения выполнения услуги.

Претензии к качеству туристского продукта — официальное заявление туриста о недостатках и нарушениях в предоставлении услуг (нарушениях договора о туристском обслуживании), направляемое в письменной форме туроператору или турагенту в течение 20 дней с момента окончания действия договора. Претензии к договору в соответствии с законодательством подлежат рассмотрению (удовлетворению) в течение 10 дней.

Преференции (лат. *praeferre* – предпочитать) – преимущества, создающие особо благоприятный режим для одного или нескольких государств при ввозе всех или отдельных групп импортируемых товаров.

Природные особо охраняемые территории и акватории – охраняемые территории, участки суши и водного пространства, исключенные полностью или частично из традиционного хозяйственного пользования и предназначенные для сохранения экологического равновесия, охраны природных ресурсов, типичных и уникальных природных объектов, удовлетворения познавательных и рекреационных потребностей населения.

Реквизит — обязательные данные, установленные законом или положениями для документов.

Ресурсы (фр. *ressources*) – средства, запасы, возможные источники чего-либо (природные, экономические, туристские).

Сделка – двусторонний договор о выполнении чего-нибудь.

Сегмент рынка — совокупность потребителей, одинаково реагирующих на один и тот же набор побудительных стимулов маркетинга.

Сертификат (фр. *certificat*, лат. *certum* – верно + *facere* – делать) – официальное письменное удостоверение о чем-нибудь: сертификат качества (документ, удостоверяющий качество товара).

Сертификация — форма осуществляемого органом по сертификации подтверждения соответствия объектов требованиям технических регламентов, положениям стандартов или условиям договоров.

Сертификация услуги — деятельность по подтверждению соответствия услуг установленным в стандарте требованиям. Сертификация туристских услуг подразделяется на обязательную и добровольную.

Соискатель лицензии – юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, обратившиеся в лицензирующий орган с заявлением о предоставлении лицензии на осуществление конкретного вида деятельности.

Специализированные средства размещения – санаторно-курортные (лечебно-профилактические) организации, организации отдыха и туризма. В их числе – санатории и пансионаты с лечением, санатории-профилактории, дома отдыха, пансионаты, базы и другие организации отдыха, туристские базы.

Статус (лат. *status* – состояние дел, положение) – правовое положение, сложившееся положение.

Страхование — финансовое обеспечение от возможного ущерба путем периодических (страховых) взносов специальному учреждению (страховой компании – страховщику), которое выплачивает денежное (страховое) возмещение страхователю в случае такого ущерба.

Страховой полис — юридическое подтверждение договора страхования.

Страховой риск — вероятностное событие, на случай наступления которого проводится страхование (личное, имущественное, страхование ответственности).

Страховой случай — свершившееся страховое событие, с наступлением которого возникает обязанность страховщика произвести выплату страхователю.

Страховой фонд (страховые резервы) – совокупность финансовых резервов, предназначенных для предупреждения, локализации и возмещения ущерба, нанесенного страхователю в результате страхового случая.

Существенный недостаток — недостаток, который делает невозможным или недопустимым использование товара (работы, услуги) в соответствии с его целевым назначением.

Таймрат — право на продолжительный отдых и лечение (от 1 года до 20 лет) без права владения недвижимостью (заключается договор аренды).

Таймшер (разделение времени) – совместное владение недвижимостью (кондоминиумом) с возможностью пользоваться ею в определенное время, пропорционально денежному взносу.

Трансфер (англ. transfer и фр. transfert) – внутримаршрутные перевозки: аэропорт-гостиница, гостиница-пляж и др.

Тур (франц. tour – прогулка, поездка) – в международном туризме – туристское путешествие с заранее спланированными параметрами (маршрут, набор услуг, сроки); организуется фирмой-туроператором с реализацией по единой цене).

Турагент — юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, осуществляющие турагентскую деятельность.

Турагентская деятельность — деятельность по продвижению и реализации туристского продукта.

Туристская деятельность – деятельность юридических лиц или индивидуальных предпринимателей, осуществляющих туроператорскую и турагентскую деятельность, деятельность по планированию и организации отдыха в клубах с проживанием (клубах отдыха), включая продажу прав на клубный отдых, а также иная деятельность по планированию, организации, продвижению и продаже поездок и путешествий.

Туристская услуга — результат непосредственного взаимодействия исполнителя услуги и ее потребителя (туриста), а также собственная деятельность исполнителя услуги по удовлетворению потребности потребителя

в организации поездки (путешествия) и ее осуществлении и других, связанных с этим потребностей. По функциональному назначению туристская услуга может быть материальной (размещение, питание, транспорт) и социально-культурной (экскурсии и другие подобные мероприятия).

Туристские организации — субъекты туристской индустрии, основным видом деятельности которых является осуществление туроператорской и турагентской деятельности.

Туристские формальности — процедуры, связанные с соблюдением туристами, пересекающими государственную границу, определенных условий, правил и требований, установленных государственными органами страны выезда и пребывания. Формальности подразделяются на группы: паспорта и визы; валютный контроль и контроль за обменом валюты; таможенные правила и медицинские формальности.

Туристский продукт (пакет туристских услуг) — предварительно организованная туроператором комплексная туристская услуга, включающая, по крайней мере, две услуги: перевозку туриста в страну (место) временного пребывания и размещение; продаваемая или предлагаемая к продаже по единой паушальной цене. При этом период оказания услуг превышает 4 часа или включает ночевку. В пакет могут входить и другие туристские услуги, связанные с планированием, организацией и проведением путешествия (поездки). Наиболее распространены следующие виды туров (пакетов услуг):

Туроператор — юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, осуществляющие туроператорскую деятельность.

Туроператорская деятельность — деятельность по формированию, продвижению и реализации туристского продукта.

Туроператорский каталог (каталог маршрутов) — официальное информационно-справочное издание туроператора, содержащее детальное описание стандартного турпродукта, предлагаемого туроператором к розничной продаже, в том числе описание направления (региона) посещения и маршрута, его экскурсионных возможностей, характеристики средств

размещения и предлагаемые услуги, правила розничной продажи турпродукта. Туроператорский каталог, в том случае, если в нем приведены существенные условия договора на туристское обслуживание, имеет характер публичной оферты. Туроператор несет ответственность за достоверность сведений, содержащихся в его каталоге. В зависимости от полноты информации каталог может быть официальным (фирменным), рекламным, Генеральным или специальным.

Туроператорский каталог конфиденциальный — официальное информационно-справочное издание туроператора, содержащее детальное описание турпродукта, предлагаемого туроператором к мелкооптовой продаже турагентам, входящим в его агентскую сеть, и содержащий сведения о различного рода скидках, условиях бронирования поездок и т. д.

Услуги материальные — услуги, обеспечивающие восстановление (изменение, сохранение) потребительских свойств изделий или изготовление новых изделий по заказу граждан (туристов), а также перевозку грузов и людей, создание условий для потребления. В частности, к материальным услугам могут быть отнесены бытовые, по ремонту или изготовлению, жилищно-коммунальные, услуги общественного питания, транспорта и т. д.

Услуги социально-культурные — услуги, обеспечивающие поддержание и восстановление физического здоровья, духовное развитие личности, повышение профессионального мастерства. В частности, к данному виду услуг могут быть отнесены медицинские услуги, услуги культуры, туризма, образования и т. д.

Фирма туристская (от итал. *firma* – подпись) – коммерческое предприятие, организующее путешествия, походы, экскурсии с использованием услуг гостиниц, транспортных компаний, предприятий питания, торговли, экскурсионных, спортивных, лечебно-оздоровительных и др. учреждений.

Флотель (от англ. *floating – hotel* — плавучий отель) – сезонная гостиница на плавучем основании (дебаркадер, баржа, бывший теплоход и др.). Обеспечивает туристов комплексным обслуживанием (размещение, питание и

пр.) Используется в местах, где характер береговой полосы или ценность ландшафта исключает возможность строительства стационарного гостиничного предприятия.

Франкфуртская таблица по снижению цен на поездки – документ, определяющий норму (в процентах) уменьшения стоимости услуги в зависимости от отмеченных туристом недостатков ее предоставления.

Франчайзинг — метод предпринимательства, благодаря которому предприниматель (франчайзополучатель, франчайзи) может объединиться с уже действующей большой цепью (франчайзодателем, франчайзером).

Франшиза (фр. franchise – льгота, вольность) – определенная часть убытков страхователя, не подлежащая возмещению страховщиком. Может быть условной, безусловной, скрытой. При условной франшизе денежные средства, составляющие ее, вычитаются из суммы ущерба при определенных условиях. При безусловной франшизе денежные средства, составляющие франшизу, вычитаются из любой суммы ущерба. Скрытая франшиза не имеет прямого определения, она маскируется в правилах страхования, например, словами «первые сутки пребывания в госпитале турист оплачивает сам».

Фрахт (нем. fracht) – плата за перевозку грузов или пассажиров различными видами транспорта.

Фрахтование: 1) заключение договоров на международные перевозки грузов или пассажиров; 2) наем морского или воздушного судна.

Хостел — молодежная гостиница.

Чартер (англ. charter) – договор фрахтования, по которому одна сторона (фрахтовщик) предоставляет другой стороне (фрахтователю) за плату всю или часть вместимости одного или нескольких транспортных средств на один или несколько рейсов для перевозки грузов, пассажиров, багажа.

Экология (от греч. oikos — дом, родина + ...логия) – наука об отношениях растительных и животных организмов друг к другу и к окружающей их среде.

Экскурсионная деятельность – деятельность юридических и физических лиц, обладающих в установленном порядке правами на организацию посещений гражданами туристских ресурсов в стране (месте) временного пребывания и их реализации, а также иная деятельность, которая не включает ночевки экскурсанта в месте пребывания и охватывает период пребывания не более 24 часов.

Экскурсионное бюро — юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, осуществляющий в установленном порядке экскурсионную деятельность, в том числе по планированию, организации, продвижению и реализации комплексной экскурсионной услуги, включая проведение экскурсии, а также оказание других услуг, связанных с проведением экскурсии.

Экскурсия (лат. *excursio* – поездка) – посещение с целью ознакомления музеев, выставок, других мест туристского интереса, кратковременные поездки (прогулки) с образовательными, спортивными или иными целями на коллективной или индивидуальной основе.

Экскурсовод (гид, гид-переводчик) – физическое лицо, имеющее соответствующее профессиональное образование и подготовку, сопровождающее туристов при посещении ими мест туристского интереса и дающее необходимые туристам сведения на их родном языке.