

ПРОГРАММЫ

ВСТУПИТЕЛЬНЫХ ИСПЫТАНИЙ

В РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРИЕМЕ НА МАГИСТЕРСКИЕ ПРОГРАММЫ ПОДГОТОВКИ

(Извлечение из [Программ вступительных испытаний в РГСУ](#)
при приеме на магистерские программы подготовки)

«Основы туризма» (устно)

при приеме на направление подготовки магистратуры 43.04.02 «ТУРИЗМ»

1. Организация туристской деятельности

Правовое регулирование туристской деятельности в России. Организационно-правовые основы турпредприятия. Туроперейтинг. Менеджмент технологий предреализационных процессов в сфере туризма. Особенности туристских услуг. Менеджмент технологий формирования туров. Продвижение турпродукта. Менеджмент технологий доставки турпродукта к потребителю. Менеджмент технологий обслуживания клиентов турфирмы. Международный менеджмент в области туризма.

Международные туристские потоки. Экспорт и импорт туристских услуг. География международного и отечественного туризма. Основные показатели деятельности туроператоров. Структура затрат по приобретению прав на услуги сторонних организаций.

2. История развития индустрии гостеприимства

Место гостиничной индустрии в структуре туризма. Роль индустрии гостеприимства в мировой и отечественной экономике. История развития мировой гостиничной индустрии: гостиничная индустрия Европы, США, России.

Гостиничные цепи, независимые франчайзинговые гостиницы. Современные тенденции развития индустрии гостеприимства. Роль человеческого фактора в развитии транснациональных корпораций. Гостиничная индустрия Москвы. Управление гостиницами Москвы.

Глобальные тенденции и перспективы развития гостиничной индустрии. Классификация гостиничных предприятий. Источники прибыли и индикаторы доходности гостиничного предприятия.

3. Развитие коллективных средств размещения и их влияние на менеджмент и маркетинг в туризме

Показатели коллективных средств размещения (КСР). Распределение КСР по формам собственности. Номерной фонд КСР.

Классность номерного фонда КСР. Показатели обслуживания гостей КСР. Показатели финансово-хозяйственной деятельности КСР. Бухучет и налогообложение в туризме и гостиничной сфере.

4. Мировые и отечественные туристские ресурсы и международные путешествия

Виды туристских ресурсов. Список всемирного культурного и природного наследия ЮНЕСКО. Архитектурные, историко-культурные, природные ресурсы и менеджмент турфирм. Правовой режим международного туризма. Правовое положение иностранцев при международном передвижении. Правовой статус туриста и международного путешественника. Организационно-правовые формы туризма и путешествий в международном общении. Международные договоры и контракты в области туризма. Многосторонние международные договоры в области туризма и международных

путешествий. Двусторонние договоры в области туризма. Виды контрактов в сфере туризма и международных путешествий. Классификация туризма. Правовой статус туристских агентств и туристских агентов. Национальные туристские администрации. Упрощение формальностей в области туризма и международных путешествий. Страхование международных туристских услуг.

5. Показатели деятельности отечественных организаций культуры

Влияние организаций культуры на маркетинг турфирм. Инвестиции в основной капитал по отрасли «Культура и искусство». Виды объектов культуры. Формы собственности объектов культуры. Кадры в сфере культуры.

6. Состояние окружающей среды и менеджмент и маркетинг в туризме

Роль маркетинга в экономическом развитии туризма. Турпродукт в маркетинговой деятельности. Комплексное исследование рынка туруслуг. Сегментация туррынка. Формирование рыночной стратегии в туризме. Разработка ценовой политики в туризме. Формирование спроса в туризме. Стимулирование сбыта в туризме. Организация деятельности маркетинговой службы в турфирме. Влияние хозяйственной деятельности на окружающую среду и природные ресурсы. Инвестиции в основной капитал, направленные на охрану окружающей среды и рациональное использование природных ресурсов. Состояние водной среды. Охрана атмосферного воздуха. Охрана земель.

7. Компоненты управления в туристском предприятии.

Туризм как непроемственная сфера деятельности. Туризм в современных условиях и сложившиеся формы собственности в России. Основы туроперейтинга. Тактика и стратегия, принципы и функции управления в туристском предприятии. Кадровый потенциал туристского предприятия. Маркетинг как условие развития производственных и правовых отношений. Управленческая деятельность туроператоров отечественного туристского рынка. Модель управления туристской компании.

8. Маркетинг как плановый процесс менеджерской деятельности

Функции и элементы деятельности маркетинговых систем. Особенности сбыта и распределения как важнейшие функции маркетинга. Формирование организационных структур и персонала в реализации маркетинга. Стратегия маркетинга в индустрии туризма. Основные принципы и методы формирования стратегии маркетинга в туризме. Особенности маркетинга средств производства туристских товаров и услуг. Основы маркетинга в сфере ноу-хау туристского бизнеса.

9. Маркетинговые исследования рынка туристских товаров и услуг.

Понятие, цели и задачи маркетинга туристских товаров и услуг. Комплексные исследования рынка товаров и услуг. Основные элементы маркетинговой стратегии туристского рынка товаров и услуг. Основные подходы к поиску рынка туристских товаров и услуг. Факторы маркетинговой среды рынка туристских товаров и услуг. Маркетинговый контроль. Особенности маркетинга в современном туристском бизнесе. Информационное обеспечение маркетинговых систем в туризме. Сущность информационных систем и перспективы их развития в маркетинге. Качественные и количественные характеристики потоков информации в туризме. Автоматизация и централизация управления маркетингом в туризме.

10. Принципы организационного построения предприятий гостиничной индустрии

Организационная миссия. Цели и задачи управления гостиничным хозяйством. Задачи управления собственностью, задачи управления производством, задачи управления созданием продукта в индустрии гостеприимства. Стратегия и тактика.

Организационная структура гостиницы, значение организационной структуры. Типы

организационных структур предприятий в индустрии гостеприимства. Классическая организация. Линейная функция. Административная функция. Современный подход к формированию организационной структуры. Особенности функциональной организации гостиничного предприятия.

Структура управления отелем высокой категории. Концептуальная схема работы генерального менеджера в отеле. Методы и стиль управления. Экономические, организационно-административные и социально-психологические методы управления. Характеристика стилей руководства. Роль бизнес-планирования в индустрии гостеприимства

Влияние организационной структуры предприятия на его доходность. Организация бизнес-планирования в индустрии гостеприимства. Бизнес-план как коммуникация в организационной структуре гостиничного хозяйства.

11. Принципы функционирования основных служб гостиницы

Основные характеристики гостиничного хозяйства. Функциональное назначение гостиничного предприятия.

Служба управления номерным фондом. Порядок работы службы приема и размещения: цели стратегии, технологии, структурные элементы: секция регистрации, секция кассовых операций, секция почты и информации, подразделение бронирования номеров, телефонная служба. Цикл обслуживания гостя. Роль персонала службы приема и размещения в цикле обслуживания.

Служба хозяйственного обеспечения и обслуживания гостиницы. Инженерно-техническая служба. Служба питания и напитков Медицинская служба. Служба маркетинга и продаж. Служба бухгалтерского учета. Особенности оказания услуг, распределенных во времени.

12. Человеческий фактор в гостиничном бизнесе

Роль персонала в гостиничном бизнесе. Роль менеджера в гостинице. Радикальная и консервативная культура управления. Миссия кадровых служб. Цели, задачи и функции кадровых служб. Технологии реализации целей и задач кадровых служб. Поиск и отбор персонала. Информационное обеспечение задач эффективного управления персоналом. Требования к менеджерам различных служб. Производственное обучение и повышение квалификации. Формирование трудовых коллективов. Проблема сохранения кадров. Аттестация персонала. Учет рабочего времени. Дисциплина. Карьерный рост. Международный аспект кадровой политики. Расчет количества персонала. Оплата труда. Контроль за фондом оплаты труда.

13. Обеспечение безопасности в гостинице и управление в кризисных ситуациях

Концепция безопасности гостиницы. Происхождение угроз и кризисных ситуаций в гостиничном и ресторанном бизнесе. Спецификация потенциальных угроз и кризисных ситуаций. Структура типовых взаимодействий гостиничной сфере Классификатор типовых результатов и спецификация типовых угроз.

Нейтрализация угроз и последствий кризисных ситуаций. Принципы создания системы защиты от угроз и участие Технологии безопасности. Системы безопасности. Инженерно-технические средства обеспечения безопасности. Исполнительные, административные и организационные меры. Службы безопасности в гостиницах. Вопросы безопасности в программе подготовки персонала гостиницы.

Профилактика хищений в гостиницах и ресторанах. Профилактика ущерба собственности гостиницы. Профилактика террористических актов. Профилактика нарушений общественного порядка. Оценка рисков коммерческой деятельности гостиницы.

14. Управление качеством обслуживания в гостиничном и ресторанном бизнесе

Качество услуги с точки зрения потребителя услуг гостиницы и ресторана. Процессный подход к качеству. Восприятие качества и восприятие ценности Качество и конкурентоспособность.

Особенности управления качеством услуг в гостиничном и ресторанном бизнесе. Роль корпоративной культуры в повышении качества услуг. Контроль качества. Качество обслуживания в плане маркетинга.

Стандартизация и сертификация в управлении качеством. Всеобщее управление качеством в индустрии гостеприимства. Измерение качества. Цена качества.

15. Технологии стратегического планирования в гостиничном и ресторанном бизнесе

Особенности стратегического планирования в гостиничном и ресторанном бизнесе. Организация процесса планирования. Разработка содержания стратегических планов. Влияние корпоративной культуры на реализацию стратегии. Предпринимательский подход в стратегическом планировании.

Планирование и управление деловой активностью предприятия гостиничной индустрии. Стратегическое программирование и другие формы планирования стратегии. Формальный подход к планированию. Поведенческий подход. Формальное планирование корпоративной стратегии. Позиционирование компании. Логика приращения. Корпоративное планирование деловой активности.

Разработка стратегической программы. Расчеты оценок при приростном планировании стратегии. Методы формализации в планировании. Определение оценки рыночной позиции компании.

16. Традиционная организация стратегического планирования в гостиничном бизнесе

Особенности управления активами гостиниц. Стратегическое планирование гостиничных активов. Стратегическое планирование портфеля деловой активности. Стратегическое планирование гостиницы.

Контроль за деятельностью компании, управляющей гостиницей. Выбор управляющей компании. Договор на управление Анализ годового бюджета. Капитальные затраты и эксплуатационные расходы. Соответствие нормам и законам.

Стратегии конкуренции в гостиничном бизнесе. Методы конкурентной борьбы в гостиничной индустрии. Общеэкономические стратегии конкуренции. Объединение и слияние. Развитие новых гостиничных продуктов. Изменение позиционирования торговой марки. Диверсификация гостиничного бизнеса.

Анализ годового бюджета. Расчет капитальных затрат и эксплуатационных расходов при разработки стратегий развития гостиничного хозяйства. Нормы эксплуатационных расходов и оценки возможных доходов при реализации стратегических планов. Разработка стратегии конкуренции в гостиничном бизнесе.

Методы конкурентной борьбы в гостиничной индустрии. Определение эффективности при объединении и слиянии предприятий гостиничной индустрии. Разработка мероприятий по развитию новых гостиничных продуктов. Разработка мероприятий по изменению позиционирования торговой марки. Оценка эффективности диверсификации гостиничного бизнеса.

17. Новые методы развития гостиничного бизнеса

Новые методы конкуренции в гостиничной индустрии. Международная гостиничная индустрия. Американская модель гостиничной интернационализации. Современные

стратегии развития европейских и международных гостиничных компаний. Деловой туризм.

Особенности развития гостиниц и ресторанов на основе франчайзинга. Стратегия позиционирования торговых марок. Сильные и слабые стороны политики воздействия. Стратегический анализ гостиничных цепей. Стратегическое использование ресурсов гостиничных цепей. Методы расширения гостиничных цепей. Современные корпоративные стратегии. Особенности развития в условиях рынка.

Управление реорганизацией гостиничного хозяйства. Анализ причин реорганизации. Оценка результатов реорганизации. Составления плана реорганизации. Текущее управление реорганизацией и контроль.

Методы стратегического анализа гостиничных цепей. Методы стратегического использования ресурсов гостиничных цепей. Методы расширения гостиничных цепей. Разработка корпоративных стратегий.

18. Планирование маркетинга предприятия индустрии гостеприимства

Организация маркетинга в гостиничном хозяйстве и индустрии гостеприимства. Планирование и развитие маркетинга и контроль. Выбор инструментов маркетинга для гостиничного и ресторанного бизнеса. Методы обоснованности проектов в гостиничном и ресторанном бизнесе. Бюджет расходов. Техника сетевого планирования в гостиничном бизнесе. Методы управление доходами в гостиничном хозяйстве. Определение доступности рыночных сегментов. Предварительная покупка гостиничных услуг.

Управление доходами в гостиничном хозяйстве. Пути повышения доходности гостиничного хозяйства. Системный подход в управлении гостиничным хозяйством. Колебание спроса на гостиничные услуги. Определение доступности рыночных сегментов. Предварительная покупка гостиничного продукта.

19. Система маркетинговой информации в гостиничном и ресторанном бизнесе

Анализ продукта и предложения в гостиничном и ресторанном бизнесе. Диагностика меню как маркетинговый инструмент политики предложения и цен. Порядок формирования предложения, Ценовая политика. Пример анализа меню.

Анализ конкурентной ситуации в области ресторанного бизнеса. Порядок формирования предложения. Ценовая политика ресторана. Затратный метод, сравнительный метод, доходный метод. Категории клиентов и категории блюд. Цена обслуживания.

Эластичность спроса блюд. Технология диагноза меню. Разработка рекомендаций по введению нового блюда в меню.

Связь тактики обслуживания с доходом. Пример анализа меню. Эластичность спроса блюд. Технология диагноза меню. Разработка рекомендаций по введению нового блюда в меню. Анализ конкурентной ситуации.

Контроль качества и постановка целей качества в маркетинговом плане. 100 моментов проверки качества глазами клиентов. Разработка программы контроля качества. Тест для клиента.

20. Реализация маркетингового плана предприятия индустрии гостеприимства

Порядок реализации маркетингового плана, ориентированного на качество. Технология продаж. Типичные ошибки, встречающиеся при организации продаж в гастрономии. Контроль продаж и статистика продаж. Расчет оценки торговых способностей в гастрономии.

Корпоративная культура в рамках маркетинговой техники. Коммуникативная стратегия, направленная во внешнюю среду. Визуальные возможности по практическому повышению оборота в гостиничном и ресторанном бизнесе. Эффективность стратегии

корпоративной культуры в гостиницах и ресторанах.

Технологии и инструменты коммуникативного маркетинга. Реклама. Рекламный проспект как визуальная картина услуг. Техника продаж 50 предложений, как повысить оборот и качество услуг. Средства связи с общественностью (PR).

21. Управление инвестициями в индустрии гостеприимства

Характеристика инвестиционных проектов в индустрии гостеприимства. Методы оценки эффективности проектов в гостиничном хозяйстве. Оценка коммерческих и других рисков инвестиций.

Характеристики инвесторов в индустрии гостеприимства. Фактор времени в инвестиционной деятельности. Дисконтирование инвестиционных платежей. Аренда как форма инвестиционной деятельности. Арендные платежи.

Инвестиционная политика международных корпораций в индустрии гостеприимства. Взаимосвязь социальной и инвестиционной политики в индустрии гостеприимства.

22. Некоммерческое обслуживание в индустрии гостеприимства

Особенности некоммерческого обслуживания. Управление обслуживанием в санитарно-оздоровительных учреждениях, в образовательных учреждениях, армии, на транспорте, на предприятиях и в государственных и негосударственных учреждениях.

Управление питанием на транспорте (авиационном, водном и железнодорожном). Управление питанием в учреждениях различного профиля. Организация помощи в условиях чрезвычайных ситуаций.

Роль общественных и благотворительных фондов в организации некоммерческого обслуживания различных социальных групп. Международная и государственная помощь в условиях чрезвычайных ситуаций.

23. Информатизация управления в гостиничном хозяйстве

Информационное обеспечение задачи управления собственностью, производством, гостиничным продуктом. Оценка потребности в информации, получение и обработка информации. Применение компьютеров при осуществлении заказов гостиничных продуктов, закупок и снабжения. Логистические системы при осуществлении заказов гостиничных продуктов, закупок и снабжения.

Технологии Интернет при осуществлении маркетинга в гостиничном и ресторанном бизнесе. Технологии коммуникации на основе Интернет, корпоративных и локальных сетей. Технологии Интернет в подготовке и поиске кадров и поставщиков услуг в индустрии гостеприимства. Технологии Интернет, ориентированные на рекламу и продажу гостиничного продукта. Применение Интернет в программах сокращения расходов и программах повышения качества услуг. Технологии бизнес-коммуникаций на основе Интранет.

24. Исследование системы управления гостиничным хозяйством

Исследование как часть управления. Организация и методы исследования.

Роль финансового анализа в исследовании системы управления гостиничным хозяйством. Интерпретация результатов и разработка рекомендаций. Разработка предложений по реинжинирингу гостиничного бизнеса. Автоматизация реинжиниринга предприятий индустрии гостеприимства.

Методы исследования систем менеджмента предприятий индустрии гостеприимства. Управленческий учет на предприятиях индустрии гостеприимства.

Моделирование систем менеджмента предприятий индустрии гостеприимства. Методы моделирования систем менеджмента предприятий индустрии гостеприимства. Организация сбора статистики для оценки качества услуг предприятий индустрии

гостеприимства. Прогнозирование развития предприятий индустрии гостеприимства.

25. Организационно-правовые основы управления в индустрии гостеприимства

Политическая среда и законодательные основы гостиничного бизнеса. Гостиничные услуги и государственная система стандартизации, организация сертификация и лицензирования. Документы, регламентирующие деятельность гостиниц в г. Москва.

ГОСТы, регламентирующие деятельность предприятий общественного питания. ГОСТы, регламентирующие деятельность коллективных средств проживания. Нормативные акты, регламентирующие деятельность предприятий общественного питания.

Корпоративное управление в гостиничном хозяйстве. Функциональные и технологические основы корпоративной лизинговой деятельности. Правовое обеспечение франчайзинга. Управление по контракту. Посредничество. Профилактика правонарушений в индустрии гостеприимства.

26. Санаторно-курортная деятельность (лечение, отдых, туризм) как социальное явление общественно-экономических отношений

Санаторно-курортная деятельность – составная часть индустрии гостеприимства. Отечественный опыт санаторно-курортной деятельности. Опыт международных санаторно-курортных услуг.

Особенности медицинских и оздоровительных услуг в санаториях и курортах России. Современное стояние санаторно-курортных услуг в России. Перспективы развития санаторно-курортного бизнеса в России. Терминология, используемая в санаторно-курортном лечении, отдыхе и туризме.

27. Санаторно-курортное предприятие как хозяйствующий субъект экономических отношений:

Специфика санаторно-курортных предприятий. Организация приема, размещения клиентов и предоставление им лечения, отдыха и туристских услуг. Прием иностранных гостей в санаторно-курортных предприятиях. Медицинское и оздоровительное обслуживание отдыхающих в санаторно-курортных предприятиях.

28. Гостиничные комплексы, ассоциации питания, сотрудничающие с санаторно-курортными предприятиями:

Деятельность Российского союза туристической индустрии (РСТ). Санаторно-курортные компании регионов России: статус, компетенция. Деятельность международных санаторно-курортных предприятий по обслуживанию клиентов в России. Поддержка, партнерство страховых компаний, коммерческих банков, авиа- и транспортных компаний, медицинских структур, средств массовой информации, кредитных организаций с санаторно-курортными предприятиями.

29. Планирование в санаторно-курортном предприятии:

Планирование (текущее, перспективное, стратегическое). Ресурсное обеспечение планирования. Проектирование оздоровительных программ в санаторно-курортной индустрии гостеприимства. Формирование бизнес-плана.

30. Управление и кадровое обеспечение в санаторно-курортном предприятии:

Система управления. Кадровое обеспечение предприятий санаторно-курортного бизнеса. Требования к специалистам; стили управления; коучинг в санаторно-курортном бизнесе. Управление позиционированием санаторно-курортного продукта. Имидж санаторно-курортных предприятий и оздоровительных услуг, антиимиджевая политика конкурентов. Информатика и логистика как способ эффективного управления.

31. Правовое обеспечение санаторно-курортной деятельности:

Международные организации и сообщества, регламентирующие санаторно-курортную деятельность. Отечественное право в санаторно-курортном бизнесе (концепция

развития, законы, указы, распоряжения, соглашения).

Стандартизация, сертификация и лицензирование санаторно-курортного продукта. Страхование деятельности санаторно-курортных предприятий. Правила рассмотрения споров в судах и арбитражах. Заключение договоров на имущественные права. Правовая культура сотрудников санаторно-курортных предприятий.

32. Определение санаторно-курортных рынков. Экономические особенности рынка санаторно-курортного лечения, отдыха и туристских услуг:

Анализ индивидуальных рынков: спрос и предложение на санаторно-курортные услуги. Потребительские вкусы и потребительские ожидания. Закон спроса и изменение величины спроса. Закон предложения, изменение предложений, число продавцов на рынке, изменение величины предложений.

Рыночное равновесие, избыток, дефицит, конкуренция. Изменение предложения и спроса, увеличение спроса, сокращение спроса. Увеличение предложений; сокращение предложений. Сегменты и сегментация санаторно-курортного рынка услуг.

Макро- и микроэкономика санаторно-курортного бизнеса. Санаторно-курортный бизнес в формировании бюджета государства и социальной сферы граждан (Федеральный закон № 122 о замене льгот как фактор стимулирования развития санаторно-курортного отдыха и лечения за счет бюджет средств). Налоги в санаторно-курортном бизнесе.

33. Формирование экономической рентабельности санаторно-курортных предприятий:

Экономика использования новых технологий на разных стадиях роста санаторно-курортного предприятия. Бухучет в санаторно-курортном предприятии. Оплата труда и вознаграждение персоналу санаторно-курортных предприятий.

Факторы, воздействующие на формирование продукта, ценовая политика санаторно-курортного предприятия. Формирование себестоимости и финансовых затрат на санаторно-курортный продукт. Статистика, учет и отчетность в санаторно-курортных предприятиях.

34. Разновидности рынка санаторно-курортных услуг:

Виды санаторно-курортного продукта, услуг и товаров. Особенности санаторно-курортного рынка товаров, услуг и работ. Таймшер и его функционирование в санаторно-курортных предприятиях.

Исследование рынка санаторно-курортных услуг на примере региона Кавказских Минеральных Вод. Рекреационный туризм Черноморского побережья Кавказа. Перспективы развития лечебно-оздоровительного туризма в России

35. Маркетинговые исследования в санаторно-курортном лечении, отдыхе и туризме:

Маркетинг в международном санаторно-курортном бизнесе. Маркетинговые исследования. Электронные каналы маркетинга и рекламы. Маркетинговые системы и информационные процессы в деятельности туроператоров санаторно-курортных предприятий. Маркетинг оздоровительных услуг в санаторно-курортном бизнесе.

Маркетинговый анализ рынка санаторно-курортных услуг, понятие, цели и задачи. Этапы маркетингового рынка санаторно-курортных услуг. Факторы маркетинговой среды. Рекомендации по организации маркетинга, деятельности маркетолога.

36. Разработка санаторно-курортного продукта и его продвижение на рынок услуг:

Разработка и реализация санаторно-курортного продукта. Технологии (процедуры и операции) в санаторно-курортном бизнесе. Конкурсные торги (подрядные договора, тендеры) – способ продвижения на рынок санаторно-курортных товаров, услуг, работ.

Проектирование и условие реализации рынка оздоровительных услуг, отдыха и

туризма. Взаимодействие специалистов медицины, физической культуры, спорта, психологии и маркетинга в формировании качественного продукта. Выставки как средство продвижения санаторно-курортного продукта и услуг. Методология формирования оздоровительных программ при лечении водами в регионах России.

План по проведению рекламной компании. Реклама и маркетинг. Брендинг в санаторно-курортном бизнесе. Организация и участие санаторно-курортного предприятия в выставках.

37. Транспортное обеспечение отдыхающих, паспортно-визовые и таможенные формальности, безопасность в санаторно-курортном деле:

Правовые основы перевозок пассажиров. Правила перевозки особых категорий пассажиров. Правила перевозки багажа. Расширение услуг, предлагаемых пассажирам.

Транспортное обеспечение в санаторно-курортных предприятиях. Сотрудничество транспортных компаний с санаторно-курортными предприятиями. Соблюдение паспортно-визовых и таможенных формальностей. Организация безопасности отдыхающих в санаторно-курортных предприятиях.

Литература

Основная:

1. Экономика туризма : учебник / М.А. Морозов, Н.С. Морозова, Г.А. Карпова, Л.В. Хорева. — М. : Федеральное агентство по туризму, 2014. — 320 с.

2. Международный туризм : учебник / А.Ю. Александрова. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : КНОРУС, 2016. — 460 с. — (Бакалавриат).

3. Организация туристской деятельности : учебник для студ. учреждений высш. проф. образования / В.С.Новиков. — М. : Издательский центр «Академия», 2013. — 336 с. — (Сер. Бакалавриат).

4. Экономика и организация туризма: международный туризм. [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — М. : КноРус, 2015. — 566 с.

5. Зорин, И.В. Энциклопедия туризма: Справочник. [Электронный ресурс] : справ. / И.В. Зорин, В.А. Квартальнов. — Электрон. дан. — М. : Финансы и статистика, 2014. — 368 с.

Дополнительная:

1. Горбылева З.М. Экономика туризма: Учеб.пособие- Минск. БГЭУ, 2004.

2. Монтехано Х.М. Структура туристского рынка. Под. Ред. Мироненко Н.С. - Смоленск, 1997.

3. Каурова А.Д. Организация сферы туризма: Учеб. пособие.- М-СПб: «Издательский дом Герда», 2008.

4. География туризма : учебник / коллектив авторов ; под ред. А.Ю. Александровой. — 3-е изд., испр. — Москва : КНОРУС, 2018. — 592 с. — (Бакалавриат).

5. Проектирование гостиничной деятельности : учебное пособие / коллектив авторов ; Х20 под ред. Л.А. Ульянченко. — М. : КНОРУС, 2016. — 224 с.

6. Яковлев Г.А. Экономика и статистика туризма: Учеб. пособие 3-е изд. перераб. и доп. — М.: Издательство РДЛ.2005.

7. Ушаков Д.С. Технологии продаж в туристическом бизнесе, Ростов –на Дону.: Феникс, 2006

8. Быстров С.А. Финансовый менеджмент в туризме: Учеб. пособие- М-СПб.: «Издательский дом Герда», 2006

9. Ильина Е.Н. Деятельность туристических агентств: туристический рынок и предпринимательство: Учеб. пособие - М.: «Советский спорт», 2004.