



АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ СОЦИАЛЬНЫЙ ИНСТИТУТ»

УТВЕРЖДАЮ

председатель

приемной комиссии АНО ВО СКСИ

С.Е. Шиянов

20 18 г.



**ПРОГРАММА ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ
ДЛЯ ПОСТУПАЮЩИХ НА ОБУЧЕНИЕ НА 2019/20 УЧЕБНЫЙ ГОД
ПО ДОГОВОРАМ ОБ ОКАЗАНИИ ПЛАТНЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ
ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 43.04.02 ТУРИЗМ**

направленность (профиль) программы: Управление туристской деятельностью
форма обучения: очная, заочная

Разработана:

член экзаменационной комиссии, по проведению вступительного испытания:
Междисциплинарный экзамен по направлению подготовки 43.04.02 Туризм при приеме на
обучение по образовательной программе высшего образования – программе магистратуры:
43.04.02 Туризм направленность (профиль) программы Управление туристской деятельностью,
канд.хим.наук, доцент кафедры иностранных языков и туризма

И.М. Холковская
«15» *сентября* 2018г.

Ставрополь, 2018



СОДЕРЖАНИЕ

Общие положения	3
Цель программы	3
Требования, предъявляемые к уровню подготовки поступающего на обучение	3
Содержание программы	3
Рекомендуемая литература	8
Общие правила проведения вступительного испытания	8



Общие положения

Программа направлена на оказание поступающим на обучение по договорам об оказании платных образовательных услуг содействия по организации самостоятельной подготовки к вступительному испытанию в магистратуру по направлению подготовки 43.04.02 Туризм направленность (профиль) программы: Управление туристской деятельностью при приеме на обучение в Автономную некоммерческую организацию высшего образования «Северо-Кавказский социальный институт» (далее – институт).

Междисциплинарный экзамен по направлению подготовки 43.04.02 Туризм проводится в форме устного экзамена и предполагает ответ поступающего на обучение на три теоретических вопроса.

Цель программы

Программа вступительного испытания имеет целью проверить соответствие уровня подготовки поступающего на обучение требованиям к нему, необходимым для освоения программы по направлению подготовки 43.04.02. Туризм направленность (профиль) программы: Управление туристской деятельностью.

Требования, предъявляемые к уровню подготовки поступающего на обучение

В результате подготовки к междисциплинарному экзамену поступающие на обучение должны обладать следующими компетенциями:

- владением теоретическими основами проектирования, готовностью к применению основных методов проектирования в туризме;
- способностью обрабатывать и интерпретировать с использованием базовых знаний математики и информатики данные, необходимые для осуществления проектной деятельности в туризме;
- способностью самостоятельно находить и использовать различные источники информации по проекту туристского продукта;
- готовностью к реализации проектов в туристской индустрии;
- готовностью к разработке туристского продукта на основе современных технологий;
- способностью к реализации туристского продукта с использованием информационных и коммуникативных технологий;
- способностью к работе в трудовых коллективах предприятий туристской индустрии;
- способностью организовывать работу исполнителей, принимать управленческие решения в организации туристской деятельности, в том числе с учетом социальной политики государства;
- умением рассчитать и оценить затраты по организации деятельности предприятия туристской индустрии;
- способностью использовать нормативные документы по качеству, стандартизации и сертификации в туристской индустрии;
- способностью к эффективному общению с потребителями туристского продукта;
- умением организовать процесс обслуживания потребителя;
- способностью находить, анализировать и обрабатывать научно-техническую информацию в области туристской деятельности с использованием информационно-коммуникационных технологий;
- способностью использовать методы мониторинга рынка туристских услуг;
- готовностью к применению прикладных методов исследовательской деятельности в туризме;
- готовностью к применению инновационных технологий в туристской деятельности.

Содержание программы

1. История развития туризма. Исторические и социальные предпосылки возникновения туристской деятельности. Эволюция туристской деятельности в России и за рубежом. Туризм в доиндустриальном обществе. История развития транспорта. Развитие сферы туризма в индустриальном обществе. Туризм в постиндустриальном обществе.



2. Основные понятия туристской индустрии и классификации. Организационные основы туризма. Виды туристских организаций (международные, региональные, национальные). Основные понятия туристской индустрии и классификации (путешествие, туризм, рекреация). Понятие туристского продукта, его разработка и потребительские свойства. Потребители туристского продукта. Индустрия туризма. Услуги туристской индустрии, их значение в формировании туристского продукта. Основные понятия туризма по российскому законодательству.

3. Характеристика международного туристского рынка. Международные организации туристской индустрии, мероприятия. Международный рынок туризма. Характеристика международного туристского рынка. Международные организации туристской индустрии, мероприятия (Всемирная туристская организация, Международная ассоциация воздушного транспорта, Международная организация гражданской авиации). Компании и корпорации. Агентско-операторская деятельность на международном рынке туризма.

4. Структура управления туризмом в России. Современное состояние туризма в России. Рынок туризма в России. Структура рынка туризма. Основные сегменты индустрии туризма в России. Структура управления туризмом в России. Современное состояние туризма в России. Динамика российского туризма.

5. Приоритетные направления развития туризма. Значение туризма в жизни общества. Приоритетные направления развития туризма. Оценка потенциала роста мирового рынка туризма. Перспективы развития видов туристской деятельности. Окружающая среда и ее влияние на развитие туристского рынка. Значение туризма в жизни общества. Влияние индустрии туризма на экономику страны.

6. Современные пространственные структуры мира: процессы дифференциации и интеграции. Типы и иерархия пространственных образований. Современные пространственные структуры мира. Процессы пространственной дифференциации и интеграции. Типы и иерархия пространственных образований. Подходы к выделению крупных регионов мира. Факторы регионализма: природные, этнические, демографические, конфессиональные, политические.

7. Туристские ресурсы: классификация и принципы выделения. Оценка и методы исследования туристских ресурсов. Понятие туристских ресурсов. Предмет и задачи туристского ресурсоведения, его теоретическое и практическое значение. Классификация и принципы выделения туристских ресурсов. Природные, культурно-исторические, экономические ресурсы туризма: методы их исследования и оценки. Подходы к сопряженной оценке туристского потенциала территории и экономико-географических условий развития на ней туризма. Интегральный индекс совокупного туристского потенциала территории.

8. Туристские регионы мира (по ВТО), их краткая характеристика. География туристских центров мира. Туристские территории мира, их иерархия и типология. Туристский регион. Страноведческий подход к определению туристского региона. Туристские регионы мира (по Всемирной туристской организации), их характеристика. Туристские районы как результат туристского районирования. Туристские зоны и субзоны. Туристские центры. Неравномерность развития туризма в мире. Понятие туристского центра. Типология туристских центров. Специализированные и многофункциональные туристские центры. Условия и факторы формирования туристских центров. Виды туристских центров. Жизненный цикл туристского центра. География туристских центров мира и России.

9. Туристское районирование России. География туристских центров России, их характеристика. Общая характеристика туристских зон России: Европейский Север, Центр, Юг России, Сибирь и Дальний Восток. Основные туристские предпочтения россиян. Особые туристско-рекреационные зоны России. География туристских центров России, их характеристика.

10. Перспективы развития мирового туристского рынка. Прогнозы развития международного туризма. Направления роста наиболее перспективных туристских потоков по регионам мира. Оценка перспектив (низкий, ниже среднего, средний, высокий и выше среднего показатели) в разрезе регионов мира: Европа, Америка, Южная Азия, Ближний Восток, страны



Восточной Азии и Тихоокеанского бассейна. Вклад туризма в сохранение мира. Важнейшие тенденции будущего развития российской географии туризма.

11. Экономические условия и формы осуществления предпринимательской деятельности в туризме. Экономические условия осуществления предпринимательства в туризме, внешняя и внутренняя среда предприятия. Объединения и ассоциации предприятий туристской индустрии, их задачи.

Организационные и государственно-правовые формы предпринимательской деятельности в сфере туризма, малые предприятия. Проблемы и перспективы малого предпринимательства. Государственная поддержка малого предпринимательства.

12. Имущество туристского предприятия. Основные средства: понятие и элементы. Оценка основных средств, физический и моральный износ, амортизация основных средств. Показатели эффективности использования основных средств. Оборотные средства предприятия как условия осуществления предпринимательской деятельности, особенности их воспроизводства, их влияние на эффективность работы предприятия. Показатели эффективности использования оборотных средств.

13. Кадры предприятий туризма. Персонал предприятия – как условие осуществления предпринимательской деятельности и как фактор повышения конкурентоспособности предприятий в туризме. Трудовые ресурсы и кадры предприятия. Вертикальная и горизонтальная структура персонала на предприятиях туристской индустрии. «Квалификационные требования (профессиональные стандарты) к основным должностям работников туристской индустрии». Формы и методы оплаты труда. Мотивация труда и ее значение на предприятиях туризма.

14. Затраты и себестоимость услуг туристской индустрии. Понятие затрат и себестоимости услуг. Общие принципы формирования себестоимости. Элементы себестоимости. Формирование себестоимости на предприятиях туристской индустрии: методика формирования и расчета себестоимости, статьи затрат (бизнес-план).

15. Ценообразование и финансовые результаты деятельности предприятий туризма. Ценообразование на предприятиях туристской индустрии, виды и система цен, дифференциация цен. Методы ценообразования. Корпоративная ценовая политика. Формирование финансовых результатов предприятий туристской индустрии. Выручка, прибыль, формирование и распределение прибыли. Основные виды налогов. Оценка финансового состояния предприятия.

16. Современная концепция маркетинга. Понятие маркетинга. Сущность сбытового и маркетингового подходов. Цели маркетинга. Принципы маркетинга. Функции маркетинга. Причины возникновения и этапы эволюции маркетинга. Эволюция маркетинговых концепций: совершенствование производства, совершенствование товара, интеграция коммерческих усилий, маркетинговая концепция, социально-этический маркетинг. Современный маркетинг и масштабы его применения. Содержание понятия «международный маркетинг». Международные фирмы, их характерные черты и особенности деятельности. Предпосылки маркетинга и мотивы поведения потребителей. Целевая ориентация и комплексность. Функции (аналитическая, производственная, сбытовая, функция управления и контроля) и подфункции маркетинга.

17. Структура макро- и микросред маркетинга. Понятие маркетинговой среды и её структура. Структура микросреды: поставщики, посредники, конкуренты, контактные аудитории, клиенты. Разновидность контактных аудиторий (государственные учреждения, СМИ, широкая публика, местные контактные аудитории, гражданские группы действий, внутренние контактные аудитории, финансовые круги). Структура макросреды: экономические факторы, политические и правовые факторы, демографические факторы, природно-географические факторы, научно-технические факторы, социально-культурные факторы. Структура социально-культурной среды маркетинга.

18. Особенности маркетинга в туризме. Маркетинг туристского продукта. Тенденции и перспективы развития сферы услуг. Услуга, её специфика и составные элементы. Разработка комплекса маркетинга в туризме. Сегментация рынка в туризме. Маркетинговые исследования рынка услуг. Организация, управление и планирование маркетинговой деятельностью в сфере



услуг. Формирование продуктивно-рыночной стратегии в сфере услуг. Ценовая стратегия на предприятиях сервиса. Сбытовая стратегия на предприятиях сервиса. Продвижение услуги.

19. Основы менеджмента и специфика менеджмента в туризме. Понятие и сущность менеджмента. Наука и искусство управления. Виды и функции менеджмента предприятий туризма. Понятие и классификация методов менеджмента. Основные характеристики американского и японского менеджмента. Опыт менеджмента за рубежом и возможность его использования в России

Теоретические основы сервисной деятельности в туризме Понятие, виды и формы туризма. Особенности туризма как объекта управления. Организация управления туристским комплексом за рубежом и в России. Организация управления индустрией туризма в России. Классификация туристских предприятий.

20. Стратегическое и текущее планирование предприятий туризма. Содержание и виды планирования. Понятие плана и его виды. Структура планирования. Технология планирования деятельности туристского предприятия. Способы и методы планирования. Принципы планирования. Классификация планов. Уровни планирования деятельности туристского предприятия.

21. Основы производственного менеджмента. Понятие целей и задач предприятия туризма. Классификация целей. Система целей и задач организации: общие и специфические цели, миссия туристского предприятия. Дерево целей туристского предприятия. Понятие и виды организационных структур управления предприятием туризма. Элементы структуры управления предприятием: звенья, уровни, горизонтальные и вертикальные связи. Факторы, влияющие на конкретную структуру управления. Понятие, значение и классификация коммуникаций. Функции коммуникаций. Вертикальное и горизонтальное разделение труда. Коммуникационная структура управления организацией. Процесс и методы принятия решений. Содержание основных этапов принятия и реализации решения. Методы принятия решений и их характеристика.

22. Внешние связи и возможности менеджмента в сфере туризма. Способы организации и реализации туристского продукта. Контрагенты и схемы работы туроператора с ними. Налаживание сотрудничества с поставщиками туристских услуг. Идентификация поставщиков туруслуг. Критерии оценки потенциальных партнеров. Особенности работы с meet-компанией. Переговоры с партнерами и реквизиты договоров.

23. Модель современного менеджера. Сущность понятия «менеджер». Задачи и основные правила деятельности менеджера. Критерии-требования к современному менеджеру. Эффективное «формирование» менеджера. Содержание работы руководителя. Классификация стилей руководства. Эффективность различных стилей работы руководителя. Самоменеджмент как саморазвитие менеджера. Методы, тесты, результаты. Проблема самоконтроля в менеджменте. Оценка менеджера в сфере услуг.

24. Система мотивации в менеджменте. Смысл и эволюция понятия «мотивация». Теории мотивации. Политика «кнута» и «пряника». Использование в управлении методов психологии. Стимулирование в различных теориях. Системы мотивации труда персонала индустрии туризма. Формы оплаты и стимулирования труда. Функционально-стоимостный подход к организации и стимулированию труда на предприятиях туристической индустрии.

25. Организация контроля за деятельностью подчиненных на предприятиях туризма. Понятие, функции и концепция управления персоналом. Специфика управления человеческими ресурсами в сфере туризма. Концепция управления персоналом. Этапы проектирования кадровой политики. Технологии определения потребности в персонале. Внутренний и внешний рынки рабочей силы. Технология подбора персонала. Средства отбора и оценки персонала. Способы подбора персонала. Аттестация персонала. Текучесть кадров.

26. Риск-менеджмент. Сущность, основные элементы и виды риска. Основные причины предпринимательских рисков в сфере туризма. Система внешних факторов, влияющих на уровень предпринимательского риска. Механизм управления рисками. Элементы, характеризующие сущность риска. Классификация рисков. Управление рисками предприятий сферы туризма.



27. Понятие туристского продукта. Понятие туристского продукта. Составляющие туристского продукта. Пакет услуг, основные и дополнительные услуги в составе турпродукта. Технология формирования турпродукта.

28. Классификация туров. Маркетинговый подход в проектировании туров. Программа обслуживания туристов. Основы туроператорской деятельности. Тур-проектирование.

29. Технология организации туристской деятельности. Сезонный фактор в туристской деятельности и пути его преодоления. Схемы взаимоотношений туроператора и авиатранспортных, железнодорожных и автобусных предприятий.

30. Организация и технология обслуживания туристов. Организация и технология обслуживания туристов в рецептивном туроперейтинге. Технология обслуживания индивидуальных и групповых туров. Организация конгресс и инсентив-туров. Технология продаж.

31. Организация въездного и внутреннего туризма. Договор между инициативным и рецептивным туроператором. Организация внутреннего туризма. Туристские формальности. Организация средств размещения. Организация питания туристов. Организация транспортного обслуживания туристов.

32. Туроператор и турагент как субъекты туристского рынка. Основные различия между туроператором и турагентом. Виды туристских агентств и туроператоров. Понятие турагента и туроператора. Основные различия: по принадлежности туристского продукта, по формированию цены и доходов. Виды и типы туроператоров. Их основные задачи. Виды и типы турагентств, их основные задачи. Схема туристского рынка с определением места и роли турагентства и туроператорской компании. Взаимодействие турагентства и туроператорской компании.

33. Поставщики услуг туроператора: виды и основные характеристики. Понятие поставщика услуг. Его место и роль на туристском рынке. Виды поставщиков услуг. Гостиничные предприятия: типология, классификация, возможности бронирования. Договор с гостиничным предприятием (гостиничный контракт). Авиакомпании: способы взаимоотношений турфирмы с авиакомпанией. Другие виды транспорта и особенности взаимоотношений с туристской организацией. Экскурсионное бюро. Предприятия питания. Другие поставщики услуг. Характеристика и примеры.

34. Сетевые информационные технологии. Цели объединения компьютеров в сеть. Топология и методы доступа в локальных сетях. Локальные и глобальные сети. Проблема безопасности при работе в компьютерных сетях. Влияние информационных технологий на функциональные возможности объектов социально-культурного сервиса. основополагающие принципы функционирования Internet. Способы подключения к сети Internet. Телекоммуникационные услуги глобальных сетей: электронная почта, электронные доски объявлений, телеконференции, всемирная паутина WWW.

35. Глобальные формы реализации систем бронирования и резервирования. Необходимость глобализации систем бронирования и резервирования мест в туристическом бизнесе GDS (Global Distribution System). Принципы построения и основные возможности систем бронирования и резервирования. Структурный анализ современных систем резервирования: APPOLO (United Airlines), SABRE (American Airlines), WORLDSPAN (Delta Airlines, TWA), AMADEUS (Lufthansa, Iberia, Air France, SAS) и др. Технологические аспекты подключения к глобальным системам бронирования и резервирования. Специфика реализации системы GDS в условиях российского рынка туристических услуг. Основные направления развития систем бронирования и резервирования. Требования к программному и аппаратному обеспечению при решении различных задач. Направления развития устройств ввода, вывода и хранения информации: принципы функционирования, основные характеристики, способы подключения.

36. Информационные системы туроперейтинга. Основные компоненты и функции информационных систем туроперейтинга. Функциональные возможности программных продуктов для туристического бизнеса: программы TurWin, Чартер, Овир (фирма ArmSoft), система САМО-Тур (фирма Само), программный комплекс Туристический офис (фирма Туристические технологии), программа Интурсофт (фирма Интурсофт), автоматизированная информационная



система ANT-Group (фирма ANT-Group), программные комплексы Эдельвейс, Барсум, Реконлайн (фирма Recsoft) и др. Назначение, состав и функциональные возможности автоматизированных информационных систем управления гостиничным комплексом. Функциональная и структурная организация основных программных продуктов: Hotel-2000, Русский отель.

Рекомендуемая литература

1. Безрутченко Ю.В. Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме (2-е издание) [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Ю.В. Безрутченко— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2016.— 233 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/57171.html>.— ЭБС «IPRbooks»
2. Веселова Н.Ю. Организация туристской деятельности [Электронный ресурс]: учебное пособие для бакалавров/ Н.Ю. Веселова— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017.— 255 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/57114.html>.— ЭБС «IPRbooks»
3. Доступный, социальный и массовый туризм. Проблемы и перспективы развития в России [Электронный ресурс]: монография/ В.Г. Пугиев [и др.].— Электрон. текстовые данные.— М.: Российская международная академия туризма, Университетская книга, 2016.— 504 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/51860.html>.— ЭБС «IPRbooks»
4. Мумладзе Р.Г. Основы экономики, менеджмента и маркетинга [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Р.Г. Мумладзе, В.С. Парамонов, Н.И. Литвина— Электрон. текстовые данные.— М.: Русайнс, 2016.— 350 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/61635.html>.— ЭБС «IPRbooks»
5. Удалова И.Б. Менеджмент в туристской индустрии [Электронный ресурс]: учебное пособие для бакалавров/ И.Б. Удалова, Н.М. Удалова, Е.А. Машинская— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2016.— 256 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/57251.html>.— ЭБС «IPRbooks»
6. Формирование моделей устойчивого развития туризма на региональном уровне [Электронный ресурс]: монография/ В.Г. Гуляев [и др.].— Электрон. текстовые данные.— М.: Российская международная академия туризма, Логос, 2016.— 408 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/51878.html>.— ЭБС «IPRbooks»
7. Черевичко Т.В. Экономика туризма (2-е издание) [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Т.В. Черевичко— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2016.— 264 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/57170.html>.— ЭБС «IPRbooks»

дополнительная литература:

1. Ботнарюк М.В. Проблемы современного менеджмента (курс лекций в схемах и рисунках) [Электронный ресурс]: учебное пособие для магистров/ М.В. Ботнарюк, С.А. Калинина— Электрон. текстовые данные.— Новороссийск: Государственный морской университет имени адмирала Ф.Ф. Ушакова, 2016.— 55 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/64865.html>.— ЭБС «IPRbooks»
2. Демидова, А. В. Организационный менеджмент. Конспект лекций : учебное пособие / А. В. Демидова. - М.: Приор-издат, 2010 – 128 с.
3. Инновационный менеджмент / под ред. В.А. Швандара, В.Я. Горфинкеля. – М.: Вузовский учебник, 2006. – 382 с.
4. Инновационный менеджмент: учебник / под ред. С. Д. Ильенковой. - М. : ЮНИТИ, 2007. - 335 с.
5. Новиков, В. С. Инновации в туризме : учеб. пособие / В. С. Новиков. - М.: Академия, 2007. - 208 с.
6. Прогнозирование и планирование в условиях рынка / под ред. Т. Морозовой, А. Пикулькина. - М.: ЮНИТИ, 2003. - 279 с.
7. Чудновский, А. Д. Управление индустрией туризма России в современных условиях : учеб. пособие / А. Д. Чудновский, М. А. Жукова. - М.: Кнорус, 2007. - 416 с.

Общие правила проведения вступительного испытания

Право для прохождения междисциплинарного экзамена по направлению подготовки 43.04.02 Туризм предоставляется лицам, имеющим высшее образование любого уровня.



В ходе экзамена поступающим на обучение предлагается устно ответить на три теоретических вопроса. В процессе ответа на теоретический вопрос необходимо раскрыть основные понятия по содержанию вопроса; осветить место, роль и значимость затронутых в вопросе моментов профессиональной деятельности работника туристской индустрии; представить основные сущностные характеристики проблемы, освещаемой в рамках изложения вопроса; привести примеры из практики, опирающейся на отечественный и зарубежный опыт; дать необходимые комментарии и обобщения. При подготовке к устному экзамену рекомендуется пользоваться указанной в программе литературой.

Цель данного вступительного испытания:

- определить уровень теоретической подготовки,
- выявить склонность поступающего на обучение к научно-исследовательской деятельности,
- определить доминирующую мотивацию выбора направления подготовки.

Время подготовки ответа составляет, как правило, 30 мин. Опрос одного поступающего на обучение длится, как правило, не более 15 мин.

Правила проведения вступительных испытаний при поступлении в магистратуру определены соответствующими правилами проведения вступительных испытаний, утвержденных Ученым советом.

Критерии и шкалы оценивания

Результаты устного экзамена определяются по 100-балльной шкале согласно критериев оценивания и объявляются в тот же день после оформления в установленном порядке протоколов заседания экзаменационной комиссии.

При оценке учитываются следующие качественные показатели ответов поступающих на обучение:

- глубина (теоретические знания);
- осознанность (умения применять, обобщать, критически оценивать полученную информацию);
- полнота (соответствие объему программы).

При оценке учитывается также число и характер ошибок (существенные или несущественные). Существенные ошибки связаны с недостаточной глубиной и осознанностью ответа (например, поступающий на обучение не смог применить теоретические знания для объяснения явлений, для установления причинно-следственных связей, сравнения и классификации явлений и т.д.).

Несущественные ошибки определяются неполнотой ответа (например, упущение из вида какого-либо нехарактерного факта, дополнения при описании процесса, явления, закономерностей и т.д.); к ним могут быть отнесены оговорки, допущенные при невнимательности поступающего на обучение.

«100 баллов» – поступающий на обучение демонстрирует глубокое, полное раскрытие основных направлений и перспектив развития туристской науки и практики; устанавливает содержательные межпредметные связи. Выдвигаемые им положения аргументированы и иллюстрированы примерами. В освещении различных туристских проблем используется аналитический подход, обосновывается своя точка зрения; делаются содержательные выводы. Материал изложен в определенной логической последовательности, литературным языком, с использованием современных научных терминов; ответ самостоятельный;

«75 баллов» – поступающий на обучение демонстрирует достаточно полный и правильный ответ; выдвигаемые теоретические положения подтверждены примерами; в ответе представлены различные подходы к рассматриваемой проблеме, но их обоснование не аргументировано, отсутствует собственная точка зрения; сделаны краткие выводы; материал изложен в определенной логической последовательности, при этом допущены две-три несущественные ошибки (или оговорки), исправленные по требованию экзаменационной комиссии;

«50 баллов» – поступающий на обучение в ответе допускает существенные ошибки; ответ недостаточно логически выстроен; базовые понятия употреблены правильно, но обнаруживается недостаток раскрытия теории; выдвигаемые положения недостаточно аргументированы и не



подтверждены примерами; не установлены межпредметные связи; ответ носит преимущественно описательный, а не концептуальный характер; научная терминология используется недостаточно; **«25 баллов»** – поступающий на обучение демонстрирует непонимание основных направлений и перспектив развития туристской науки и практики; в ответе допущен ряд существенных ошибок, которые он не может исправить при наводящих вопросах экзаменационной комиссии; не может дать научное обоснование проблемы; выводы отсутствуют или носят поверхностный характер; преобладает бытовая лексика; наблюдаются значительные неточности в использовании научной терминологии.

Итоговый балл междисциплинарного экзамена определяется путем суммирования баллов за теоретические вопросы и выведения среднего балла.

Установленное минимальное количество баллов, подтверждающих успешное прохождение данного вступительного испытания, – 50 баллов.