

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Алтайский государственный университет»

ПРОГРАММА
вступительного испытания
для поступающих в магистратуру
Института географии в 2024 г.

Направление 43.04.02 Туризм
Профиль «Туристско-рекреационные системы: проектирование и
управление»

Экзамен по направлению Туризм (письменно)

I. Вводные замечания

Требования для поступления в магистратуру по направлению 43.04.02 Туризм. Лица, желающие освоить основную образовательную программу подготовки магистра, должны иметь высшее профессиональное образование, подтвержденное документом государственного образца.

Вступительные экзамены в магистратуру проводятся в письменной форме по билетам (в билете 2 вопроса) и оцениваются по 100-балльной шкале. Время проведения экзамена 120 минут.

Экзамен проводится в установленные сроки и письменной форме по билетам. В случае возникновения неблагоприятной эпидемиологической обстановки возможна дистанционная сдача вступительного экзамена с использованием электронных ресурсов Открытого образовательного портала ФГБОУ ВО «Алтайский государственный университет».

Дата и время проведения экзамена определяются приемной комиссией Университета.

Шкала оценивания ответа на вступительном испытании

100-балльная шкала	Показатели	Критерии
100 – 71	1. Полнота изложения теоретического материала; 2. Правильность и/или аргументированность изложения (последовательность действий); 3. Культура речи.	Абитуриентом дан полный, в логической последовательности развернутый ответ на поставленный вопрос, где он продемонстрировал знания предмета в полном объеме учебной программы, достаточно глубоко осмысливает дисциплину, приводит собственные примеры по проблематике поставленного вопроса.
51 – 70		Абитуриентом дан развернутый ответ на поставленный вопрос, приводит примеры, в ответе присутствует свободное владение предметом, логичность и последовательность ответа. Однако допускается неточность в ответе.
30-50		Абитуриентом дан ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов дисциплины, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы, знанием основных вопросов теории, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры, недостаточно логичный и последовательный ответ.

0-29	Абитуриентом дан ответ, который содержит ряд серьезных неточностей, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы, незнанием основных вопросов теории, неумением давать аргументированные ответы, отсутствием логичности и последовательности.
------	--

II. Программа вступительного испытания.

Программа вступительного экзамена предназначена для лиц, прошедших обучение по первой ступени высшего образования (бакалавр, специалист, дипломированный специалист) и желающих продолжить обучение по второй ступени (магистратура). Программа включает в себя перечень тем для подготовки к экзамену, примерные вопросы к вступительному экзамену.

2.1. Перечень тем для подготовки к экзамену.

1. Туризм как комплексный объект изучения.

Определения туризма. Туризм и смежные понятия. Классификации туризма. Типы, виды и формы туризма. Значение туризма для личности, общества и государства. История формирования знаний о туризме. Наука о туризме и туризм в системе научных знаний.

2. Сфера туризма как туристская система.

Понятие о туристской системе. Структура туристской системы. Социальная подсистема туристской системы. Экономическая подсистема туризма. Территориальные подсистемы туризма. Туристские дестинации, кластеры, особые экономические зоны. Динамические свойства туристской системы. Туристская система и внешняя окружающая среда. Эффективность функционирования туристской системы.

3. Туризм и устойчивое развитие.

Понятие устойчивого развития. Устойчивое развитие туризма: определения, принципы, организационная и нормативно-правовая основы. Будущее туризма и современные технологии обеспечения устойчивого

развития. Социальный туризм как фактор устойчивого развития туристских дестинаций.

4. Международный опыт и глобальные тенденции в сфере туризма.

Современные тенденции и перспективы развития мирового туризма. Анализ современного состояния туризма в России. Основные тенденции и направления развития туризма в мире. Деятельность международных межправительственных и неправительственных организаций (объединений) в сфере туризма.

5. Индустрия туризма на современном этапе. Феномен массового туризма. Фазы развития туризма. Место и роль туризма в мировой экономике. Понятие индустрии туризма, ее основные функции и характеристика темпов развития. Составляющее туристской индустрии. Эффект мультипликации: содержание и последствия. Интенсивность туризма. Классификация развитых в туристском отношении стран по масштабам развития туризма и по соотношению приёма и поставки туристов.

6. Туристские организации: классификация, цели и методы деятельности. Международные организации в сфере туризма и гостеприимства, их роль в процессе экономической глобализации. Приоритетные функции крупнейших международных туристских организаций, их значение в обеспечении устойчивых темпов развития туризма. Общероссийские туристские организации. Региональные и местные туристские организации. Задачи и формы работы Алтайской региональной ассоциации туризма (АРАТ) по развитию туризма на территории Алтайского края.

7. Ресурсное обеспечение туристской деятельности. Туристский потенциал и туристские ресурсы территории.

Туристское ресурсоведение: основные методы, классификация и принципы выделения. Рекреационные ресурсы: понятие, критерии, свойства. Природные ресурсы туризма и их оценка. Культурно-исторические ресурсы туризма и их оценка. Социально-экономические ресурсы туризма и их

оценка. Пространственная организация туристских ресурсов. Территориальные системы рекреации и туризма. Туристские центры и дестинации. Туристский потенциал территории. Планирование использования туристских ресурсов территории с учетом их специфики. Ресурсный потенциал территории, его связь с развитием рынка туристских услуг. Принципы исследования и оценки ресурсного потенциала территориального объекта. Характеристика компонентов, необходимых для развития туризма. Принципы планирования и позитивные социально-культурные последствия развития туристского потенциала региона.

8. Организация гостиничного дела.

Общая характеристика гостиничного комплекса. Специфика гостиничного бизнеса. Классификация средств размещения туристов. Особенности технологии обслуживания и реализации гостиничных услуг. Технологический цикл гостиничного обслуживания: этапы и их характеристики. Классификация гостиничных номеров. Службы гостиниц и их функциональные особенности. Требования к обслуживающему персоналу. Основные критерии качества обслуживания.

9. Информационно-телекоммуникационные сети в туризме.

Основные направления использования Интернета в туризме. Классификация и характеристика туристских интернет-ресурсов. Характеристика основных специализированных российских и зарубежных туристских серверов. Программное обеспечение в сфере туризма. Классификация и функциональные возможности сайтов туристских фирм и гостиниц. Интернет как средство продвижения туристских и гостиничных услуг.

10. Информационные системы в туризме.

Роль информационных технологий в оптимизации менеджмента средств коллективного размещения (СКР). Обзор рынка программного обеспечения управления СКР. Программные продукты компаний «Micros-Fidelio» и «HIS». Специфика внедрения западных автоматизированных

систем управления на российском рынке. Российские системы управления СКР (Интеротель, KEI-Hotel, Русский ОТЕЛЬ, Hotel-2000, Эдельвейс, Отель-Симпл, UCS-Shelter). Роль информационных технологий в оптимизации менеджмента предприятий питания. Аппаратное обеспечение ресторанной автоматизированной системы управления (АСУ). Программное обеспечение ресторанной АСУ. Российские и зарубежные ресторанные системы. Стандартное и специальное программное обеспечение туристского офиса. Фирмы-разработчики специального программного обеспечения (Мегатек, Аримсофт, Само-Софт, Интурсофт) и их программные продукты. Характеристика и структура типовых программных комплексов.

11. Системы бронирования и резервирования в сфере туризма.

Общая характеристика глобальных компьютерных систем бронирования и резервирования (GDS), используемых на российском рынке: преимущества, конкуренция, услуги. Системы бронирования Amadeus, Galileo, Worldspan, Sabre. Другие зарубежные системы бронирования. Российские компьютерные системы бронирования. Принципы работы и подключение к системам бронирования и резервирования.

12. Понятие и виды планирования в туризме.

Понятие планирования как одной из функций менеджмента. Виды планирования в туризме (классификация, характеристика). Принципы планирования. Пределы планирования. Стратегическое и тактическое планирование. Пять задач стратегического планирования. Уровни туристского планирования и их интеграция. Процесс планирования в организации: основные этапы. Организационные структуры планирования. Корпоративная культура как условие эффективного планирования. Кодексы корпоративной этики: сущность и задачи. Подходы к планированию в компании: виды, характеристика. Понятие бизнес-плана как комплексного документа, цели и функции бизнес-плана. Этапы разработки и реализации бизнес-плана (подготовка программ; планирование рынка; оформление документа). Структура и содержание бизнес-плана (план производства, план

маркетинга, организационный план, финансовый план, план исследований и разработок).

13. Технология разработки туристского продукта.

Деятельность туристских фирм по организации путешествий: базовые принципы и модели. Понятие тура. Основные типы тура в туристском бизнесе – инклюзив-тур и заказной тур. Дополнительные компоненты туров. Порядок проектирования туристской услуги. Понятия маршрута. Классификация туристских маршрутов (по типам, по построению трассы, по способам передвижения, по содержанию). Основные этапы разработки туристского маршрута. Технологическая карта маршрута, паспорт маршрута, информационный листок, каталог маршрута, калькуляция тура. Туристская путевка и ваучер. Проект программы обслуживания туристов. Расчет себестоимости турпродукта. Переменные и постоянные затраты на организацию тура. Организация питания туристов. Транспортные расходы. Маржинальный доход туристского предприятия. Специфика затрат туристской фирмы. Оценка экономической эффективности сформированного тура. Процедуры бронирования туров. Условия бронирования туров и ограничения ответственности. Характеристика отношений турагентов с туроператорами. Ключевые позиции деятельности туроператора.

14. Маркетинг в индустрии туризма.

Развитие и новые ориентиры маркетинговой концепции управления. Концепция маркетинга в туризме. Организационная структура управления маркетинга в туризме. Понятие организационных сред, их характеристика и взаимосвязь: внутренние факторы (цели, задачи, структура, люди, технология), внешние факторы среды прямого и косвенного воздействия. Значение анализа организационных сред для формирования стратегии. Анализ отрасли и конкурентной ситуации: основные этапы и методы (модель пяти сил конкуренции Портера, модель «продукт-рынок», матрица БКГ, матрица МакКинси). Анализ ресурсов и конкурентных возможностей компании: этапы и методы (анализ разрыва, модель МакКинси «7С», матрица

Вилсона, SWOT-анализ, цепочки ценности). Базовые стратегии конкуренции: характеристика, область применения. Разработка стратегии с учетом специфики отрасли и ситуации. Источники маркетинговой информации. Сбор, систематизация и анализ информации. Методы сбора маркетинговой информации. Маркетинговые исследования. Виды маркетинговых исследований. Цели и задачи маркетинговых исследований. Этапы маркетингового исследования. Схема маркетингового исследования в сфере туризма.

15. Менеджмент в индустрии туризма.

Формирование и развитие теории управления. Основы современной системы управления. Системный, процессный и ситуационный подходы в менеджменте. Особенности управления в туристской и гостиничной индустрии. Понятие и виды организационных структур управления, используемых в туристской индустрии. Модели процесса принятия решений. Методы управления. Организация деятельности в туристской индустрии на микроэкономическом уровне управления. Понятие и основные элементы процесса управления. Миссия и цели организаций туристской индустрии. Планирование деятельности организаций туристской индустрии. Мотивация как функция управления организации туристской индустрии. Контроль и координация деятельности организаций туристской индустрии. Управление потребительской мотивацией на рынке туристских услуг. Факторы формирования потребительской мотивации на рынке туристских услуг. Система управления персоналом в организациях туристской индустрии. Система информационного менеджмента в организациях туристской индустрии. Система антикризисного управления в организациях туристской индустрии. Система финансового менеджмента в организациях туристской индустрии. Система инвестиционного менеджмента в организациях туристской индустрии. Система управления качеством в организациях туристской индустрии.

16. Организационно-правовые основы деятельности туристского предприятия.

Туристская деятельность как предпринимательская деятельность. Понятие «предпринимательская деятельность». Субъекты предпринимательской деятельности – юридические лица и индивидуальные предприниматели, порядок их государственной регистрации. Юридические лица: учредительные документы, органы управления, наименование, местонахождения, ответственность. Коммерческие и некоммерческие организации, их виды, характеристики, особенности. Этапы создания туристского предприятия. Постановка на учет в налоговых органах, в государственных внебюджетных фондах, в органах статистики. Порядок открытия расчетного счета. Договоры и документы по организации туристской деятельности. Существенные условия договора на предоставление туристских услуг. Основания изменения или расторжения договора.

17. Трудовое законодательство в сфере туризма.

Понятие системы трудового права и классификация его источников. Система законодательства о труде. Локальные нормативные акты: понятие, особенности разработки и принятия. Субъекты трудового права, их классификация. Социальное партнерство: понятие коллективного договора и его место в правовом регулировании трудовых отношений. Трудовой договор, его отличительные признаки, стороны и формы, порядок заключения. Испытание при приеме на работу. Документы, подлежащие предоставлению при приеме на работу. Трудовые книжки: порядок ведения и выдачи. Виды переводов на другую работу. Отличие перевода от перемещения и командировки. Заместительство временно отсутствующего работника. Совмещение профессий и должностей. Понятие и правовые нормы рабочего времени. Право граждан на отпуск и условия его реализации. Ежегодные основные и дополнительные отпуска, их виды и порядок предоставления. Система оплаты труда и ее разновидности. Формы

материального стимулирования труда работников. Содержание и значение дисциплины труда, методы ее обеспечения. Материальная ответственность сторон трудового правоотношения.

18. Паспортно-визовые формальности и страхование в международном туризме.

Законодательство РФ о порядке выезда из РФ и въезда в РФ. Порядок оформления и выдачи документов гражданам РФ для выезда из РФ и въезда в РФ. Разрешение на въезд в страну. Визы, их типы. Общие правила предоставления документов на визу. Защита прав граждан РФ за рубежом. Законодательство РФ о страховании выезжающих за рубеж. Виды туристского страхования.

19. Профессиональная этика и этикет в сфере туризма и гостеприимства: принципы, формы организации, тенденции развития.

Понятие этики как науки и явления духовной культуры. Нормативные образцы личности. Основы типологии личности для менеджера социально-культурного сервиса и туризма. Особенности межкультурного общения. Лояльность персонала: ее атрибуты и уровни. Нормативные образцы личности. Этика сферы предпринимательства: сущность и уровни. Способы включения норм этики в деловую практику. Общие этические принципы и характер делового общения. Этика внутрифирменных партнерских отношений. Подготовка и проведение совещаний. Основы технологии делегирования управленческих функций. Нормы делового этикета. Виды приемов. Роль делового протокола в переговорном процессе. Этикет телефонного разговора.

20. Реклама и связи с общественностью в сфере туризма и гостеприимства: характеристика основных приемов и методов.

Современные рекламные и PR-технологии, их значение в продвижении товаров и услуг. Виды рекламы. Целевые аудитории потребителей рекламного продукта. Брендинг: основные термины и определения. Процесс создания брэнда: позиционирование, стратегия. Специфика

высокотехнологичных брендов. Общественное мнение: понятие, структура, механизмы формирования. Место связей с общественностью в структуре современных компаний. Процесс влияния PR-служб на общественное мнение. Целевая аудитория, виды и категории целевых аудиторий, ключевая аудитория, внешняя и внутренняя аудитория, конечный потребитель, лидеры общественного мнения. Виды PR-текстов. Оценка эффективности PR-мероприятий.

21. Безопасность туризма

Общая характеристика безопасности туризма. Государственно-правовой институт безопасности туризма. Механизм обеспечения безопасности туризма в Российской Федерации. Особенности обеспечения мер личной безопасности туристов. Обеспечение безопасности туризма за рубежом.

2.2. Перечень примерных вопросов к вступительному экзамену.

1. Туризм: определения туризма. Туризм и смежные понятия (турист, экскурсант, посетитель, путешественник). Классификация путешествующих лиц, принятая ЮНВТО.

2. Классификации туризма. Классификационные критерии и соответствующие им виды туризма.

3. Типы, виды и формы туризма.

4. Значение туризма для личности, общества и государства (социокультурное, экономическое, экологическое).

5. История формирования знаний о туризме. Междисциплинарный характер туризма и туристских исследований.

6. Понятие о туристской системе. Свойства, функции, структура (элементы, подсистемы) туристской системы.

7. Территориальные подсистемы туризма: территориальные рекреационные системы (TRC), туристские дестинации, кластеры, особые экономические зоны.

8. Устойчивое развитие туризма: определения, принципы, организационная и нормативно-правовая основы. Модель развития устойчивого туризма.

9. Современные технологии обеспечения устойчивого развития туризма.

10. Современные тенденции и перспективы развития мирового туризма.

11. Анализ современного состояния туризма в России.

12. Деятельность международных межправительственных и неправительственных организаций (объединений) в сфере туризма.

13. Место и роль туризма в мировой экономики. Структура, емкость и конъюнктура туристского рынка.

14. Понятие индустрии туризма, ее основные функции и характеристика темпов развития. Организационные основы и структура туристской индустрии.

15. Мультипликационный эффект в туризме. Роль и значение статистики в туризме

16. Международные организации в сфере туризма и гостеприимства, их роль в процессе экономической глобализации.

17. Общероссийские туристские организации.

18. Региональные и местные туристские организации. Задачи и формы работы Алтайской региональной ассоциации туризма (АРАТ) по развитию туризма на территории Алтайского края.

19. Туристские ресурсы: классификация и принципы выделения. Понятие туристского потенциала территории.

20. Туристский продукт. Жизненный цикл туристского продукта. Характеристики этапов жизненного цикла

21. Имидж (образ) страны: понятие, типы имиджа, факторы формирования во временном аспекте; пути формирования, влияние на развитие туризма.

22. Классификация средств размещения туристов.
23. Технологический цикл гостиничного обслуживания: этапы и их характеристики.
24. Службы гостиниц и их функциональные особенности.
25. Требования к обслуживающему персоналу. Основные критерии качества обслуживания.
26. Основные направления использования Интернета в туризме. Классификация и характеристика туристских интернет-ресурсов.
27. Программное обеспечение в сфере туризма.
28. Классификация и функциональные возможности сайтов туристских фирм и гостиниц.
29. Роль информационных технологий в оптимизации менеджмента средств коллективного размещения (СКР).
30. Роль информационных технологий в оптимизации менеджмента предприятий питания.
31. Роль информационных технологий в оптимизации менеджмента туристских предприятий.
32. Общая характеристика глобальных компьютерных систем бронирования и резервирования (GDS), используемых на российском рынке: преимущества, конкуренция, услуги.
33. Принципы работы и подключение к системам бронирования и резервирования.
34. Понятие планирования как одной из функций менеджмента. Виды планирования в туризме (классификация, характеристика).
35. Стратегическое и тактическое планирование. Пять задач стратегического планирования.
36. Корпоративная культура как условие эффективного планирования. Кодексы корпоративной этики: сущность и задачи.
37. Понятие бизнес-плана как комплексного документа, цели и функции бизнес-плана.

38. Деятельность туристских фирм по организации путешествий: базовые принципы и модели.

39. Понятие тура. Основные типы тура в туристском бизнесе – инклюзив-тур и заказной тур.

40. Порядок проектирования туристской услуги.

41. Понятия маршрута. Классификация туристских маршрутов (по типам, по построению трассы, по способам передвижения, по содержанию).

42. Основные этапы разработки туристского маршрута.

43. Расчет себестоимости турпродукта. Переменные и постоянные затраты на организацию тура.

44. Организация питания туристов. Транспортные расходы.

45. Характеристика отношений турагентов с туроператорами. Ключевые позиции деятельности туроператора.

46. Концепция маркетинга в туризме.

47. Организационная структура управления маркетинга в туризме.

48. Базовые стратегии конкуренции: характеристика, область применения.

49. Маркетинговые исследования: виды, цели, задачи.

50. Схема маркетингового исследования в сфере туризма.

51. Формирование и развитие теории управления. Основы современной системы управления.

52. Особенности управления в туристской и гостиничной индустрии. Понятие и виды организационных структур управления, используемых в туристской индустрии.

53. Организация деятельности в туристской индустрии на микроэкономическом уровне управления.

54. Миссия и цели организаций туристской индустрии.

55. Контроль и координация деятельности организаций туристской индустрии.

56. Управление потребительской мотивацией на рынке туристских услуг. Факторы формирования потребительской мотивации на рынке туристских услуг.

57. Система управления персоналом в организациях туристской индустрии.

58. Система информационного менеджмента в организациях туристской индустрии.

59. Система антикризисного управления в организациях туристской индустрии.

60. Система финансового менеджмента в организациях туристской индустрии.

61. Система инвестиционного менеджмента в организациях туристской индустрии.

62. Система управления качеством в организациях туристской индустрии.

63. Туристская деятельность как предпринимательская деятельность. Понятие «предпринимательская деятельность».

64. Субъекты предпринимательской деятельности – юридические лица и индивидуальные предприниматели, порядок их государственной регистрации.

65. Коммерческие и некоммерческие организации, их виды, характеристики, особенности.

66. Этапы создания туристского предприятия.

67. Договоры и документы по организации туристской деятельности.

68. Понятие системы трудового права и классификация его источников.

69. Законодательство РФ о порядке выезда из РФ и въезда в РФ.

70. Визы, их типы. Общие правила предоставления документов на визу.

71. Защита прав граждан РФ за рубежом. Законодательство РФ о страховании выезжающих за рубеж.

72. Основные понятие и термины: полис страхования, страховщик, страхователь, страховая выплата, страховая премия, страховой случай, страховое событие. Не страховые случаи. Порядок выплат при наступлении страхового случая.

73. Внутренний туризм. Виды внутреннего туризма.

74. Основы типологии личности для менеджера социально-культурного сервиса и туризма.

75. Особенности межкультурного общения.

76. Общие этические принципы и характер делового общения.

77. Основы современного этикета. Нормы делового этикета. Виды приемов.

78. Роль делового протокола в переговорном процессе. Этикет телефонного разговора.

79. Современные рекламные и PR-технологии, их значение в продвижении товаров и услуг.

80. Виды рекламы. Целевые аудитории потребителей рекламного продукта.

81. Брэндинг: основные термины и определения. Процесс создания брэнда: позиционирование, стратегия.

82. Общественное мнение: понятие, структура, механизмы формирования.

83. Место связей с общественностью в структуре современных компаний. Процесс влияния PR-служб на общественное мнение.

84. Целевая аудитория, виды и категории целевых аудиторий, ключевая аудитория, внешняя и внутренняя аудитория, конечный потребитель, лидеры общественного мнения.

85. Оценка эффективности PR-мероприятий.

86. Общая характеристика безопасности туризма.

87. Государственно-правовой институт безопасности туризма.

88. Механизм обеспечения безопасности туризма в Российской Федерации.

89. Особенности обеспечения мер личной безопасности туристов.

90. Обеспечение безопасности туризма за рубежом.

III. Список учебно-методической литературы, достаточный для подготовки к вступительным испытаниям

1. Александрова, А.Ю. Международный туризм: учебник / А.Ю. Александрова. — Москва: КноРус, 2015. — 459 с.

2. Арефьев, В.Е., Безопасность туризма и туристской дестинации: монография/ В. Е. Арефьев. - Барнаул: Изд-во АлтГУ, 2013.

3. Арефьев, В.Е. История туризма и гостеприимства: учеб. пособие / авт.-сост. В. Е. Арефьев, Н. Г. Прудникова.- Барнаул : Изд-во АлтГУ, 2013.

4. Арефьев, В.Е. Теория и методология рекреационной географии: учеб. пособие для магистрантов и аспирантов / авт.-сост. В. Е. Арефьев, А. Г. Редькин.- Барнаул : Изд-во АлтГУ, 2013.

5. Бгатов, А. П. Туристские формальности: учеб. для высш. проф. образования/ А. П. Бгатов.- М. : Академия, 2011.

6. Бессараб, Д.А. География международного туризма. В 2 частях. Часть 1. Туристическое страноведение/ Д. А. Бессараб, Л. В. Штефан. – М. : ТетраСистемс, 2011.

7. Бессараб, Д.А. География международного туризма. В 2 частях. Часть 2. География видов туризма/ Д. А. Бессараб, Л. В. Штефан. – М.: ТетраСистемс, 2011.

8. Безрутченко, Ю.В. Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме / Ю.В. Безрутченко. – М.: Дашков и Ко, 2014.

9. Бобкова, А.Г. Безопасность туризма / А.Г. Бобкова, С.А. Кудреватых, Е.Л. Писаревский. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014.

10. Бухтерева, О.С. Социология рекламы в социокультурном сервисе и туризме / О.С. Бухтерева. – М.: Инфра-М, 2014.

11. Ветитнев, А.М. Организация санаторно-курортной деятельности / А.М. Ветитнев, Я.А. Войнова. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014.
12. География туризма: учебное пособие / А.Ю. Александрова под ред. – Москва: КноРус, 2015. — 592 с.
13. Гончарова, И.В. Маркетинг туризма / И.В. Гончарова, Т.П. Розанова и др. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014.
14. Джанджугазова Е. А. Туристско-рекреационное проектирование: учебник для студ. Учреждений высш. проф. образования / Е. А. Джанджугазова. – М.: Академия, 2014.
15. Еланцева О.П. Документационное обеспечение управления в социально-культурном сервисе и туризме. / О.П. Еланцева. – М.: Флинта, 2014.
16. Жукова, М.А. Менеджмент в туристском бизнесе: учебник / М.А. Жукова. — Москва: КноРус, 2015. — 192 с
17. История туризма / коллектив авторов; отв. ред. и сост. Ю.С. Путрик. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014.
18. Кизим, А.В. Информационные технологии в туризме / А.В. Кизим. – Астрахань: Издательский дом «Астраханский университет». – 2011.
19. Кормишова, А.В. Стратегический менеджмент в индустрии туризма: учебное пособие / А.В. Кормишова, М.А. Жукова, А.Д. Чудновский. — Москва: КноРус, 2016. — 152 с.
20. Косолапов, А.Б. Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности: учеб. пособие / А. Б. Косолапов. – М.: КНОРУС, 2013.
21. Косолапов, А.Б. Управление рисками в туристском бизнесе: учебное пособие / А.Б. Косолапов. — Москва: КноРус, 2016.
22. Кружалин, В.И. География туризма / В.И. Кружалин, Н.С. Мироненко, Н.В. Зигерн-Корн и др. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014.

23. Кусков, А.С. Основы туризма: учебник / А.С. Кусков, Ю.А. Джаладян. — Москва: КноРус, 2016. — 396 с
24. Кусков, А.С. Транспортное обеспечение в туризме: учебник / А.С. Кусков, Ю.А. Джаладян. — Москва: КноРус, 2016. — 354 с.
25. Любавина, Н.Л. Технология и организация туроператорской деятельности./Н. Л. Любавина, Л. А. Кроленко, Т. А. Нечаева. - М.:Академия, 2013.
26. Морозов, М.А. Информационные технологии в туристской индустрии: учебник / М.А. Морозов, Н.С. Морозова. — Москва: КноРус, 2016. — 276 с.
27. Морозов, М.А. Экономика туризма / М.А. Морозов, Н.С. Морозова, Г.А. Карпова и др. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014.
28. Морозова Н.С. Информационное обеспечение туризма / Н.С. Морозова, Н.А. Морозов, А.Д. Чудновский и др. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014.
29. Новиков, В.С. Инновации в туризме / В.С.Новиков, - М.: Академия, 2010.
30. Основы туризма / коллектив авторов; под ред. Е.Л. Писаревского. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014.
31. Правовое обеспечение туризма / коллектив авторов; под общ. ред. Е.Л. Писаревского. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014.
32. Психология делового общения в туризме и гостеприимстве / коллектив авторов; под общ. ред. Е.С. Сахарчук. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014.
33. Рындач, М. А. Основы туризма: учеб. пособие / М. А. Рындач ; под ред. С. Н. Смоленского.- М. : Дашков и Кш, 2012.- 204с.
34. Севастьянова, С.А. Региональное планирование развития туризма и гостиничного хозяйства: учебное пособие / С.А. Севастьянова. — Москва: КноРус, 2015.

35. Скобельцына, А.С. Технология и организация экскурсионных услуг / А. С. Скобельцына, А. П. Шарухин. - М.-Академия, 2013г.
36. Смирнова, Д.Ш. Маркетинг в туризме: учебное пособие / Д.Ш. Смирнова. — Москва: КноРус, 2016.
37. Соколова, М.В. История туризма / М.В Соколова. - М.: Академия, 2013.
38. Статистика туризма / под. ред. А.Ю. Александровой. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014.
39. Трухачев, В.И. Экономика международного туризма: учебник / В.И. Трухачев, И.Н. Лякишева, Г.А. Айрапетян. — Москва: КноРус, 2015. — 256 с.
40. Ушаков, Д. С. Технологии выездного туризма: учеб. пособие / Д. С. Ушаков. —3-е изд., перераб. и доп.- Ростов н/Д : Феникс, 2010.
41. Чудновский, А.Д. Менеджмент туризма / А.Д. Чудновский, Н.В. Королев, Е.А. Гаврилова и др. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014.
42. Чудновский, А.Д. Управление индустрией туризма: учебное пособие / А.Д. Чудновский, М.А. Жукова. — Москва: КноРус, 2016.
43. Чудновский, А.Д. Управление потребительскими предпочтениями в сфере отечественного туризма и гостеприимства и основные направления реализации туристского продукта / А.Д. Чудновский, М.А. Жукова. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014.
44. Шаруненко, Ю.М. Рекреационный туризм /Ю. М. Шаруненко. – М.: МАБИВ, 2012.
45. Экономика и организация туризма: международный туризм: учебное пособие / И.А. Рябова под ред., Ю.В. Забаев под ред., Е.Л. Драчева под ред. и др. – Москва: КноРус, 2016. – 565 с.