



**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение высшего образования  
**«Тюменский индустриальный университет»**  
**Приёмная комиссия**

## **ПРОГРАММА**

**вступительных испытаний в форме междисциплинарного экзамена**

**по направлению подготовки магистров**

**43.04.03 Гостиничное дело**

**(программа Маркетинг в индустрии гостеприимства)**

## **1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ**

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

Вступительные испытания призваны определить наиболее способного и подготовленного поступающего к освоению основной образовательной программы по направлению подготовки 43.04.03 Гостиничное дело.

Приём осуществляется на конкурсной основе по результатам вступительных испытаний.

Программа вступительных испытаний в магистратуру по направлению подготовки 43.04.03 Гостиничное дело разработана на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки бакалавров 43.03.03 Гостиничное дело и охватывает базовые дисциплины подготовки бакалавров по данному направлению.

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

## **2. ТРЕБОВАНИЯ К УРОВНЮ ПОДГОТОВКИ ПОСТУПАЮЩЕГО В МАГИСТРАТУРУ**

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

- осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде;
- обеспечивать выполнение основных функций управления подразделениями организаций сферы гостеприимства
- осуществлять управление ресурсами и персоналом

департаментов (служб, отделов) организации сферы гостеприимства;

- применять технологии обслуживания с учетом технологических новаций сфере в избранной в профессиональной сфере;
- применять методы прикладных исследований в избранной сфере профессиональной деятельности

### **3. ФОРМА ПРОВЕДЕНИЯ ВСТУПИТЕЛЬНЫХ ИСПЫТАНИЙ**

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

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

Продолжительность вступительного испытания - 30 минут.

Результаты испытаний оцениваются по 100 бальной шкале.

### **4. ПРОГРАММА ВСТУПИТЕЛЬНЫХ ИСПЫТАНИЙ**

Программа вступительных испытаний в форме междисциплинарного экзамена базируется на основной образовательной программе подготовки бакалавров по направлению 43.03.03 Гостиничное дело. Вопросы по междисциплинарному экзамену охватывают основополагающие положения следующих разделов:

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

- Раздел 2. Основы маркетинга гостиничной деятельности - основные понятия маркетинга гостиничных услуг; маркетинговая среда гостиничной организации; процесс управления маркетингом; маркетинговые исследования; система маркетинговой информации и методы ее сбора;

критерии и методы сегментирования рынка гостиничных услуг; товар и его коммерческие характеристики; жизненный цикл товара и характеристика его стадий; позиционирование товара на рынке; виды цен и особенности их применения; методы расчета цен; ценовые стратегии; виды скидок и условия их применения; методы и средства стимулирования реализации продукции; торговые посредники и их классификация, товародвижение; подходы к организационному построению службы маркетинга.

- Раздел 3. Маркетинговые исследования - понятие маркетинговые исследования как важнейшей функции маркетинга; методики маркетинговых исследований для изучения тенденций и процессов развития рынка; методологические принципы и практические концепции маркетинговых исследований; методики проведения эмпирических маркетинговых исследований.

- Раздел 4. Связи с общественностью в гостиничном бизнесе - базовые основы связей с общественностью как науки, профессии и отрасли бизнеса; определение места и роли СО в системе менеджмента гостиниц; сравнительный анализ роли и функций "публик рилейшнз" в гостиничном деле; рассмотрение взаимоотношений "публик рилейшнз", маркетинга, рекламы и promotion в информационно-коммуникационном процессе.

- Раздел 5. Менеджмент (потребность и необходимость управления в деятельности человека; менеджмент в системе понятий рыночной экономики; особенности российского менеджмента; внешняя и внутренняя среда организации; системы менеджмента: функции и организационные структуры; процессы управления: целеполагание и оценка ситуации, принятие управленческих решений; механизмы менеджмента: средства и методы управления; личность менеджера; лидерство и стиль управления; формальное и неформальное управление; ресурсы, качество и эффективность управления; система информационного обеспечения управления).

- Раздел 6. Основы теории коммуникации - основные теории

коммуникации и ее разновидностей, основные информационные каналы и коммуникативные роли, основные типы коммуникации, сущность и функции деловой коммуникации, коммуникативная личность, особенности массовой коммуникации.

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

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

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

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

деятельности; организационно-правовые формы юридических лиц и индивидуальных предпринимателей.

## 5. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

а) основная:

1. Николенко, П.Г. Техническое оснащение гостиничных и ресторанных комплексов: учебник для вузов / П. Г. Николенко, Е. А. Шамин, А. Е. Фролова. - Москва: Юрайт, 2022. - 751 с.
2. Скобкин, С.С. Маркетинг и продажи в гостиничном бизнесе: учебник для вузов / С. С. Скобкин. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва: Юрайт, 2022. - 197 с.
3. Баумгартен, Л.В. Маркетинг гостиничного предприятия: учебник для вузов / Л. В. Баумгартен. - Москва: Издательство Юрайт, 2022. - 338 с.
4. Ефремова, М.В. Управление качеством гостиничных услуг: учебник и практикум для вузов / М. В. Ефремова. - Москва: Юрайт, 2022. - 350 с.
5. Глазков, В.Н. Методы научных исследований в сфере туризма и гостиничного дела: учебное пособие для вузов / В. Н. Глазков. - Москва: Юрайт, 2022. - 177 с.
6. Belonozhko, M. L. Management and Marketing in Hospitality Industry: textbook / M. L. Belonozhko, S. S. Siteva, A. L. Koltunov; ТИУ. - Тюмень: ТИУ, 2022. - 80 с.

б) дополнительная:

1. Анализ деятельности организации сферы гостеприимства: учебник / А. Ю. Кретьова, А. Л. Скифская, Л. Л. Павлова, О. В. Устинова; ТИУ. - Тюмень: ТИУ, 2022. - 161 с.
2. Боголюбов, В.С. Финансовый менеджмент в туризме и гостиничном хозяйстве: учебник для вузов / В. С. Боголюбов. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва: Юрайт, 2022. - 293 с.
3. Ковальчук, А. П. Предпринимательская деятельность в сфере гостиничного бизнеса: учебное пособие / А. П. Ковальчук. - Москва: КноРус, 2022. - 172 с.
4. Кобяк, М.В. Управление качеством гостиничного предприятия: учебник для вузов / М. В. Кобяк, С. С. Скобкин. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва: Юрайт, 2022. - 502 с.
5. Маюрникова, Л. А. Региональные особенности развития индустрии гостеприимства. Индивидуальные гастротуры / Л. А. Маюрникова, Т. В. Крапива, Н. И. Давыденко, А. А. Кокшаров. - Санкт-Петербург: Лань, 2022. - 80 с.