

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Институт сервиса, туризма и дизайна (филиал) СКФУ в г. Пятигорске

**ПРОГРАММА
ВСТУПИТЕЛЬНЫХ ИСПЫТАНИЙ**

по направлению подготовки
43.04.02 Туризм
направленность (профиль):
«Инновационные технологии в гостиничном и туристическом бизнесе»
Квалификация:
Магистр

Пятигорск, 2020

Содержание

- 1 Пояснительная записка
- 2 Содержание программы
- 3 Рекомендуемая литература (основная и дополнительная)

Пояснительная записка

Вступительные испытания по направлению 43.04.02 – Туризм по программе «Инновационные технологии в гостиничном и туристическом бизнесе» (заочная форма обучения) проводятся для лиц, желающих освоить программу специализированной подготовки магистра по данному направлению.

Цель вступительных испытаний заключается в определении уровня общей личностной культуры, профессиональной компетентности и готовности к освоению программы специализированной подготовки магистра в области туризма и гостиничного сервиса лиц, поступающих в магистратуру.

Лица, желающие освоить программу специализированной подготовки магистра, должны иметь высшее профессиональное образование определенной ступени, подтвержденное документом государственного образца.

Лица, желающие освоить программу специализированной подготовки магистра по данному направлению и имеющие высшее профессиональное образование, допускаются к конкурсу по результатам вступительных испытаний.

Программа составлена на основе стандарта подготовки магистра туризма.

Магистр по направлению подготовки **43.04.02 – Туризм** должен быть подготовлен к решению задач профессиональной деятельности следующих типов:

- организационно-управленческий;
- научно-исследовательский.

К областям профессиональной деятельности и сферам профессиональной деятельности, в которых выпускники, освоившие программу магистратуры, могут осуществлять профессиональную деятельность относят:

Сервис, оказание услуг населению (торговля, техническое обслуживание, ремонт, предоставление персональных услуг, услуги гостеприимства, общественное питание и пр.) (в сферах: оказания туристских и экскурсионных услуг населению и иных услуг, необходимых для организации и реализации путешествий, формирования, продвижения и реализации туристского продукта; деятельности объектов туристской инфраструктуры и туристских сервисов; деятельности по проектированию, комплексному освоению и управлению туристскими территориями; деятельности по разработке и оценке проектов в сфере туризма; государственного регулирования и саморегулирования).

Выпускники могут осуществлять профессиональную деятельность в других областях профессиональной деятельности и (или) сферах профессиональной деятельности при условии соответствия уровня их

образования и полученных компетенций требованиям к квалификации работника.

2. Содержание программы

1. Определение туризма. Классификация туризма.

Понятие «туризм», «турбизнес», «турпродукт», «туриндустрия», «турдеятельность», «турресурсы», «турист». Классификация туризма. Виды туризма, их характеристика и перспективы развития. Основные функции туризма. Международный, внутренний, национальный туризм. Активный, пассивный. Деловой туризм. Организованный и неорганизованный туризм.

2. Государственное управление туристской деятельностью в России.

Нормативно-правовая база туристской деятельности в России. Конституция РФ о туризме. Гражданский кодекс РФ. Федеральная целевая программа «Развитие туризма в РФ». Федеральный Закон «Об основах туристской деятельности в РФ». Закон «О защите прав потребителей». Законы «О стандартизации», «О сертификации продукции и услуг», постановления Правительства «О лицензировании международной туристической деятельности». Организация управления туристским комплексом. Макроэкономический уровень. Мезоэкономический уровень. Микроэкономический уровень. Общественные организации по туризму и их основные задачи.

3. Организационный аспект создания турфирмы.

Выбор организационно-правовой формы турпредприятия. Выбор фирменного наименования. Юридический адрес предприятия. Учредительные документы и требования к ним, определенные Гражданским кодексом РФ. Государственная регистрация предприятия и предпринимателя, осуществляющего индивидуальную трудовую деятельность. Особенности государственной регистрации предприятий с иностранными инвестициями. Документы, необходимые для работы фирмы. Профессиональные стандарты для специалистов турбизнеса. Оформление туристской фирмы (наружное и внутреннее).

4. Технология формирования туров.

Понятия тур и туристская услуга. ГОСТ Р 50681-94 о последовательности формирования туристских услуг. Установление нормируемых характеристик услуги. Установление технологии процесса обслуживания туристов. Последовательность разработки туристского маршрута. Разработка технологической документации. Составление технологических карт, инструкций, правил, регламентов и др. Определение методов контроля качества. Анализ проекта. Представление проекта на утверждение. Обеспечение безопасности услуги для туристов, их имущества, обслуживающего персонала и окружающей среды.

5. Сертификация туристских услуг.

Понятие стандартизации. Законодательство РФ о стандартизации. Государственное управление стандартизацией. Организация работ по стандартизации. Нормативные документы по стандартизации и требования к ним. Соотношения Государственных стандартов России и международных

договоров. Соотношения Государственных стандартов и законодательных актов РФ. Понятие сертификации. Законодательство РФ о сертификации. Участники сертификации и их полномочия, права и обязанности в области сертификации продукции и услуг. Сертификат соответствия и Знак соответствия. Обязательная и добровольная сертификация. Основные цели и принципы сертификации. Правила проведения работ в области сертификации. Инспекционный контроль за сертифицированной продукцией. Приостановление или аннулирование действия сертификата соответствия. Оплата работ по сертификации. Рассмотрение апелляций.

6. Страхование в туризме.

Понятие страхования, участники страхования, основные определения. Состояние страхового бизнеса в России на современном этапе. Причины отставания страхового бизнеса России от зарубежных стран. Правовые основы страхования в РФ. Основные виды страхования в туризме. Обязательное и добровольное страхование. Компенсационное и сервисное страхование. Страхование туриста и его имущества. Страхование рисков туристских фирм. Страхование туристов в зарубежных поездках. Страхование иностранных туристов. Страхование гражданской ответственности. Страхование от несчастных случаев. Страхование расходов туристов при несовершенной поездке.

7. Паспортно-визовые формальности при осуществлении туристских путешествий.

Виды паспортов, удостоверяющих личность гражданина РФ при въезде и выезде из страны. Документы, необходимые для получения паспорта в ОВИРе. Отличительные особенности новых заграничных паспортов. Срок действия паспорта. Порядок получения паспорта и выезда за границу несовершеннолетних.

Понятие визы. Классификация виз. Права туриста, получившего визу. Организации, занимающиеся выдачей виз. Документы, необходимые для получения визы и порядок ее получения. Сроки выдачи визы. Шенгенское соглашение. Типы шенгенских виз.

8. Таможенные формальности при осуществлении туристских путешествий.

Нормативно-правовые документы, регулирующие таможенные отношения в РФ. Таможенная декларация, ее функции и атрибуты. Порядок перемещения товаров через таможенную границу РФ. Государственное законодательство по перемещению товаров и туристского багажа. Порядок, величина и условия внесения сбора за пограничное оформление перемещения через границу физических лиц, товаров, грузов и транспортных средств. Товары, перевозимые через таможенную границу без уплаты таможенных платежей. Перемещение через таможенную границу транспортных средств. Режим реэкспорта. Ответственность за нарушение таможенного законодательства.

9. Валютный контроль при осуществлении туристских путешествий.

Законодательство РФ о валютном регулировании и валютном контроле в РФ. Валютные ценности, определенные российским законодательством. Перемещение валютных ценностей через таможенную границу РФ. Ограничения по ввозу и вывозу иностранной валюты на территории РФ. Справки формы № 0406007; Т-6; и ТС-28 и их сущность. Вывоз памятных монет. Вывоз акций и облигаций в рублях. Вывоз российских рублей. Ответственность за нарушение валютного законодательства. Ограничения по ввозу и вывозу валютных ценностей в других странах. Система льготных покупок TFS в странах Западной Европы.

10. Санитарно-эпидемиологический контроль при осуществлении туристских путешествий.

Понятие санитарных формальностей. Цель и задачи санитарно-эпидемиологического контроля при осуществлении путешествий. Государственное регулирование санитарно-профилактической деятельности для предотвращения распространения опасных заболеваний. Вакцинация туристов, выезжающих в страны, входящие в группу риска. Требования к оформлению медицинского сертификата. Нормы предоставления сертификата на отсутствие ВИЧ-инфекции. Требования к туристам, перевозящим животных.

11. Организация и правовое обеспечение перевозок.

Правовые основы обслуживания туристов железнодорожным транспортом. Технология перевозки туристов по железной дороге. Роль и место автомобильных перевозок в туристских путешествиях. Классификация туристских автобусов. Организация туристских путешествий на внутренних маршрутах. Паспорт автомобильного маршрута и его атрибуты. Специфика организации транспортных путешествий на международных маршрутах. Требования к безопасности транспортных путешествий. Новые виды экологически чистых транспортных средств.

Нормативно-правовое регулирование воздушных перевозок в России и в международном сообщении. Документы, удостоверяющие личность пассажира. Перевозка туристского багажа. Права и обязанности пассажира. Атрибуты сервиса при обслуживании пассажиров авиационным транспортом. Технология обслуживания туристов на международных авиалиниях. Перевозка туристов чартерными рейсами. Предоставление туристскими фирмами услуг бронирования и продажи авиационных билетов.

12. Понятие маркетинга в туризме.

Сущность и содержание маркетинга в туризме. Функции маркетинга в туризме (установление контактов с клиентами; развитие; контроль). Социально-экономическая сущность маркетинга. Специфика маркетинга услуг.

13. Методы маркетинговых исследований в туризме.

Понятие и сущность маркетинговых исследований. Цели и задачи организации и проведения маркетинговых исследований в туризме. Виды маркетинговых исследований. Поиск и оценка маркетинговой информации, источники информации, информационное обеспечение маркетинга. Анализ

оценок потребителя. Конкурентные преимущества в сфере туризма. Организация и оценка эффективности маркетинговой деятельности. Основные показатели оценки эффективности маркетинговой деятельности. Виды и система маркетингового контроля. Совершенствование управления маркетингом по результатам оценки его эффективности.

14. Виды предпринимательской деятельности в туризме.

Понятие и формы предприятия. Коммерческое предпринимательство. Консультативное предпринимательство. Сущность и этапы консультативных услуг. Организация и развитие собственного дела. Порядок (этапы) создания нового предприятия. Состав технико-экономического обоснования предприятия. Управление новым предприятием. Стадии развития. Выбор структуры управления. Порядок образования туристической фирмы. Выбор организационно-правовой формы. Протокол намерений участников. Разработка проектов учредительных документов. Проведение учредительного собрания. Подготовка учредительных документов для регистрации. Правовая регистрация фирмы. Постановка предприятия на учет, последующие организационные процедуры. Порядок ликвидации туристской фирмы.

15. Структура бизнес-плана.

Понятие планирования в туризме. Планирование как одна из функций менеджмента. Виды планирования в туризме (классификация, характеристика). Принципы планирования. 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).

16. Туристский потенциал крупнейших мировых культурных центров.

Характеристика достопримечательностей крупнейших культурных центров мира: Париж, Москва, Санкт-Петербург, Лондон, Мадрид, Токио, Берлин, Рим, Нью-Йорк и др.

17. Понятие туристско-рекреационных ресурсов.

Понятия «туристские ресурсы» и «природные ресурсы». Объекты туристского интереса. Культурно-исторические ресурсы. Туристские центры. Формы организации охраняемых территорий: курорт, национальный парк, биосферные заповедники.

18. Туристское районирование России.

Перечень основных туристских и курортных зон федерального значения. Зоны развития туризма; специализация по видам туризма; города и районы, рекомендуемые для развития туризма.

Понятие туристского региона. Туристско-рекреационная зона, туристский макрорайон, туристский мезорайон, туристский микрорайон, туристский объект.

19. Классификация средств размещения.

Типы, виды средств размещения в туризме. Коллективные и индивидуальные средства размещения гостей.

20. Инновации в развитии индустрии туризма.

Программы и стратегии развития международного и российского туризма. Инновационные подходы к регулированию туристской деятельности. Новейшие методы и способы стимулирования развития различных видов туризма. Использование инновационных технологий в развитии предприятий индустрии туризма.

21. Специфика менеджмента туризма.

Специфика менеджмента туризма: цели и задачи управления предприятием, внутренняя и внешняя среда бизнеса в сфере туризма. Основные понятия и управленческие категории туризма. Цели и задачи управления предприятием туризма. Внутренняя и внешняя среда бизнеса в сфере туризма. Основы производственного менеджмента.

22. Стратегическое управление и планирование в сфере туризма.

Содержание понятия «стратегический менеджмент», «миссия», «стратегия». Процесс стратегического управления предприятием туризма: формулировка миссии, определение долгосрочных и краткосрочных целей развития, анализ внешней и внутренней среды, разработка стратегий. Основные элементы стратегического планирования предприятия туризма. Текущее планирование деятельности предприятия туризма.

23. Система коммуникаций и методы принятия решений на предприятиях туризма.

Система коммуникаций и их роль в совершенствовании управления предприятием туризма. Сущность и содержание стадий принятия управленческих решений. Методы принятия решений. Использование групповых методов выработки вариантов решений.

24. Создание системы мотивации труда на предприятиях туризма.

Развитие теорий мотивации: содержательные и процессуальные теории мотивации. Использование менеджером мотивационных концепций управления персоналом. Мотивы, стимулы и вознаграждения за труд.

25. Формирование фирменного стиля.

Фирменный стиль в деятельности турагентств: понятие, функции фирменного стиля; степень влияния фирменного стиля на имидж туристического агентства. Товарный знак: определение, функции, носители товарного знака.

26. Процесс обслуживания клиентов.

Процесс обслуживания клиентов в туристской фирме и его этапы. Понятие «контактной зоны». Использование технических средств в обслуживании. Организации обслуживания различных групп потребителей.

27. Основные географические особенности туризма.

Основные факторы, влияющие на развитие туризма. Свойства географического положения страны. Природа как условие развития туризма. Страноведческий подход к изучению роли культуры в туризме (язык, религия, искусство и т.д.). Территория и окружающая среда.

28. Стимулирование сбыта и продвижение туристических услуг на рынке.

Методы продвижения товара и услуг в туризме. Стимулирование сбыта. Личные продажи. Связи с общественностью. Реклама. Особенности их использования в туризме.

29. 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.

30. Менеджмент как вид деятельности

Принципы менеджмента. Методы менеджмента. Специфика менеджмента туризма: цели и задачи управления предприятием.

31. Опыт менеджмента за рубежом, возможность его использования в России.

Мировой опыт управления. Реализация европейской модели управления персоналом. Реализация японской модели управления персоналом. Модель управления в США. Использование мирового опыта управления в России.

32. Внутренняя и внешняя среда предприятия.

Принципы и методы анализа внутренней среды организации. Методы и модели стратегического анализа внешней среды организации. Информационные технологии анализа внешней и внутренней среды

33. Функции и обязанности менеджеров в туристской фирме.

Обязанности менеджера по туризму. Требования к профессиональным качествам менеджера.

34. Музейная деятельность.

Музей как туристский объект. Основные направления музейной деятельности. Ведущие музеи мира, России, КМВ.

35. Организация контроля за деятельностью подчиненных.

Взаимоотношения начальник – подчиненный. Виды контроля.

36. Взаимоотношения работников в коллективе.

Этапы формирования коллектива. Отношения внутри коллектива. Корпоративная культура.

37. Атмосфера гостеприимства в индустрии туризма.

Правила поведения персонала, требования к внешнему виду, стиль обслуживания клиентов.

38. Особенности индивидуального обслуживания клиентов предприятий туризма.

Понятие индивидуального обслуживания. Работа с VIP-клиентами.

39. Сегментирование, принципы и особенности сегментирования в туризме.

Понятие «сегментация рынка». Цели сегментации. Признаки сегментации рынка (географический, социально-демографический, психографический, поведенческий). Значение сегментации рынка туруслуг для развития туристической индустрии.

40. Анимационная деятельность в туризме.

Понятие анимации. Виды анимации в туризме. Особенности создания анимационных программ.

41. Понятие, функции, направление деятельности, цели PR в туризме.

Мероприятия PR и их значение для туристической фирмы. Направления реализации мероприятий PR в туристической фирме. Основные функции и цели PR-деятельности. Установление связей со средствами массовой информации и общественностью. Поддержание связей с целевыми аудиториями.

42. Рекламная деятельность в туризме.

Понятие рекламы в туризме, ее цели и функции. Особенности рекламы в туризме (неличный характер, односторонняя направленность и т.д.). Реклама в прессе. Печатная реклама. Аудиовизуальная реклама. Радио- и телереклама. Выставки и ярмарки. Рекламные сувениры. Прямая почтовая реклама. Наружная реклама. Компьютерная реклама.

43. Методы ценообразования.

Сущность, функции и составляющие туристической цены. Особенности туристической цены. Факторы влияющие на цену турпродукта. Определение ценовой политики. Методы ценообразования.

44. Стили руководства.

Классификация стилей руководства. Особенности авторитарного, демократического, либерального стилей. Выбор оптимального стиля руководства.

45. Франчайзинг в туризме.

Понятие франчайзинга в туризме, его сущность и назначение. Специфика франчайзинга в туризме.

46. Профессиональная этика и этикет в работе с представителями разных стран в сфере туризма.

Особенности делового этикета. Особенности делового общения и этикета в разных странах: Австралия, Великобритания, Германия, Испания, Израиль, Италия, Китай, Япония, США, Франция, Корея.

47. Использование Internet в маркетинговой деятельности туристической фирмы.

Возможность использования Интернет в маркетинговых исследованиях. Организация коммуникаций фирмы с использованием Интернет. Преимущества и недостатки использования Интернет в маркетинговой деятельности туристической фирмы. Организация сайта фирмы в Интернет.

48. Корпоративный имидж турпредприятия.

Понятие имиджа. Компоненты корпоративного имиджа. Особенности создания корпоративного имиджа.

49. Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в РФ»

Основные положения.

50. Особенности организации международных туристских выставок и ярмарок.

Понятия «выставка» и «ярмарка». Определение целей участие в выставке. Планирование бюджета выставки. Подготовка рекламно-информационных материалов. Работа персонала во время выставки. Анализ результатов участия в выставке. Основные российские и международные туристские выставки.

3. Рекомендуемая литература:

Основная:

1. Безрутченко, Ю.В. Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме [Электронный ресурс] : учебное пособие / Ю.В. Безрутченко. – 2-е изд. – Электрон. текстовые данные. – М. : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. – 233 с.

2. Бобкова, А. Г. Безопасность туризма : учебник для обучения студентов вузов по направлению подготовки "Туризм" / А. Г. Бобкова, С. А. Кудреватых, Е. Л. Писаревский ; под общ. ред. д.ю.н. Е. Л. Писаревского. – М. : Федеральное агентство по туризму, 2014. – 263 с.

3. География туризма: учебник для обучения студентов вузов по направлениям подготовки "Сервис", "Туризм", "Гостиничное дело" / В. И. Кружалин [и др.]. – М. : Федеральное агентство по туризму, 2014. – 328 с.

4. Джанджугазова, Е. А. Туристско-рекреационное проектирование: учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению подготовки "Туризм" (квалификация "бакалавр") / Е. А. Джанджугазова. – М. : Академия, 2014. – 270 с.

5. Лисевич, А.В. Маркетинг в туристской индустрии [Электронный ресурс]: учебное пособие для бакалавров / А.В. Лисевич, Е.В. Лунтова. – Электрон. текстовые данные. – М. : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. – 174 с.

5. Маркетинг туризма: учебное пособие для обучения студентов вузов по направлениям подготовки "Туризм", "Гостиничное дело" / И. В. Гончарова, Т. П. Розанова, М. А. Морозов, Н. С. Морозова. – М. : Федеральное агентство по туризму, 2014. – 217 с.

6. Менеджмент туризма: учебник для обучения студентов вузов по направлению подготовки "Менеджмент": для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению подготовки "Менеджмент" (квалификация (степень) "бакалавр") / А. Д. Чудновский [и др.]. – М. : Федеральное агентство по туризму, 2014. – 575, [1] с.

7. Основы туризма: учебник для обучения студентов вузов по направлениям подготовки "Туризм", "Гостиничное дело", "Сервис" / [Е. Н. Трофимов и др.] ; под ред. Е. Л. Писаревского. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 374 с.

8. Правовое обеспечение туризма : учебник для обучения студентов по направлению подготовки "Туризм" / [А. Г. Бобкова и др.] ; под общ. ред. Е. Л. Писаревского ; [пер. с англ. Л. В. Богатырева и др.]. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 336 с.

9. Психология делового общения в туризме и гостеприимстве : учебное пособие для обучения студентов вузов по направлениям подготовки "Туризм", "Гостиничное дело" / [А. А. Федулин и др.] ; под общ. ред. Е. С. Сахарчук. – М. : Федеральное агентство по туризму, 2016. – 189 с.

10. Сухов, Р.И. Организация туристской деятельности: учебник / Р.И. Сухов. – Ростов-на-Дону: Издательство Южного федерального университета, 2016. – 267 с.

11. Чудновский, А. Д. Управление потребительскими предпочтениями в сфере отечественного туризма и гостеприимства и основные направления реализации туристского продукта: учебное пособие для обучения студентов вузов по направлению подготовки "Менеджмент" / А. Д. Чудновский, М. А. Жукова. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2016. – 304 с.

12. Экономика туризма: учебник для обучения студентов вузов по направлению подготовки "Туризм" / М. А. Морозов [и др.]. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2015. – 306 с.

Дополнительная:

1. Байлик, С.И. Гостиничное хозяйство: организация, управление, обслуживание / С.И. Байлик. – М.:Издательство «Дакор», 2014. – 412 с.

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.

3. Воскресенский В.Ю. Международный туризм [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Социально-культурный сервис и туризм», «География», «Менеджмент организации», «Экономика и управление на предприятии (по отраслям)» / В.Ю. Воскресенский. – 2-е изд. – Электрон. текстовые данные. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. – 462 с.

4. Гостиничный и туристический бизнес. Под редакцией профессора Чудновского А.Д. / А.Д. Чудновский. – М.: «Тандем» - Эксмо, 2014. – 368 с.

5. Дейнека, А.В. Управление персоналом организации: учебник / А.В. Дейнека. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. – 288 с.

6. Кабушкин, Н.И., Бондаренко, Г.А. Менеджмент гостиниц и ресторанов / Н. И. Кабушкин, Г.А. Бондаренко. – М.: «Новое издание», 2014. – 266 с.

7. Маслова, В.М. Сфера PR в маркетинге: учебное пособие / В.М. Маслова, И.М. Синяева, В.В. Синяев. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 384 с.

8. Махов С.Ю. Организация безопасности активного туризма [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие для высшего профессионального образования/ Махов С.Ю.– Электрон. Текстовые данные.– Орел: Межрегиональная Академия безопасности и выживания (МАБИБ), 2014.– 125 с.

9. Овчаренко Н.П Организация гостиничного дела [Электронный ресурс] : учебное пособие для бакалавров / Н.П Овчаренко, Л.Л. Руденко, И.В. Барашок. – Электрон. текстовые данные. – М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. – 204 с.

10. Рукомойникова, В.П. Реклама в туризме : учебное пособие / В.П. Рукомойникова; Поволжский государственный технологический университет. - Йошкар-Ола: ПГТУ, 2017. - 104 с.

11. Трусова Н.М. Туризм [Электронный ресурс]: междисциплинарный аспект. Конспект лекций для студентов, обучающихся по направлению 43.03.02 (100400.62) «Туризм»/ Трусова Н.М., Мухамедиева С.А., Ключев Ю.В. – Электрон. Текстовые данные. – Кемерово: Кемеровский государственный институт культуры, 2015. – 171 с.

12. 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.

13. Черевичко Т.В. Экономика туризма [Электронный ресурс] : учебное пособие / Т.В. Черевичко. – 2-е изд. – Электрон. текстовые данные. – М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. – 264 с.