

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**
**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования**
«Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина»

УТВЕРЖДАЮ
Директор Института экономики,

**информационных технологий и
креативных индустрий**

Кожевникова Т.М.



24 декабря 2025 г.

ПРОГРАММА ВСТУПИТЕЛЬНЫХ ИСПЫТАНИЙ

по направлению подготовки

43.04.02 Туризм

**Профиль: Экономико-правовое обеспечение туристской
деятельности**

Тамбов

2025

1. ЦЕЛЬ, ЗАДАЧИ И ФОРМЫ ПРОВЕДЕНИЯ ВСТУПИТЕЛЬНЫХ ИСПЫТАНИЙ

Целью проведения вступительного испытания является установление уровня подготовки поступающего в магистратуру к учебной и научной работе и соответствие его подготовки требованиям федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки магистратуры 43.04.02 «Туризм».

Задачи вступительных испытаний для лиц, имеющих высшее профессиональное образование, поступающих по направлению подготовки магистратуры 43.04.02 «Туризм»:

- проверить уровень знаний претендента;
- определить склонности к научно-исследовательской деятельности;
- выяснить мотивы поступления в магистратуру;
- определить область научных интересов.

Программа вступительного испытания (далее Программа) предназначена для поступающих в магистратуру в целях подготовки к прохождению письменного экзамена (тестирование) по направлению подготовки магистров 43.04.02 «Туризм».

2. ТРЕБОВАНИЯ К УРОВНЮ ПОДГОТОВКИ АБИТУРИЕНТОВ

К освоению образовательной программы допускаются лица, имеющие образование соответствующего уровня, наличие которого подтверждено документом об образовании и о квалификации:

- **документ государственного образца о высшем образовании.**

3. ТРЕБОВАНИЯ К ЗНАНИЯМ И УМЕНИЯМ АБИТУРИЕНТОВ

Абитуриент поступающий в магистратуру 43.03.02 Туризм в соответствии с требованиями ФГОС ВО, целями основной образовательной программы должен быть подготовлен к решению профессиональных задач в соответствии с профильной направленностью ООП магистратуры и видами профессиональной деятельности.

Области профессиональной деятельности и сферы профессиональной деятельности, в которых выпускники, освоившие программу магистратуры, могут осуществлять профессиональную деятельность: сервис, оказание услуг населению (торговля, техническое обслуживание, ремонт, предоставление персональных услуг, услуги гостеприимства, общественное питание и пр.) (в сферах: оказание туристских, экскурсионных услуг населению и иных услуг необходимых для организации и реализации путешествий; формирование, продвижение и реализация туристского

продукта; деятельность объектов туристской инфраструктуры и туристских сервисов; проектирование в туризме).

4. СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

Тема 1. Основные понятия и сущность стратегического управления в туризме

Система планирования как основа оперативного и стратегического управления. Способы, методы и принципы оперативного и стратегического управления. Основные этапы стратегического управления: определение миссии организации; определение целей организации (SMART-анализ: конкретные, измеримые, достижимые, ориентированные во времени, согласованные с другими целями и ресурсами, адресные и контролируемые, гибкие и способные к корректировке, согласованные с сотрудниками фирмы); ситуационный анализ – оценка и анализ внешней среды (СТЭП-факторы: социокультурные, технические и технологические, экономические, политические, природно-климатические); управленческое исследование сильных и слабых сторон предприятия (SWOT-анализ: исследование сильных и слабых сторон предприятия, потенциальных возможностей и угроз); анализ стратегических альтернатив; выбор стратегии; оценка и реализация стратегии; стратегический контроль. Основные этапы оперативного управления.

Тема 2. Маркетинг на предприятиях туризма

Развитие теории и практики маркетинга. Концепция маркетинга в туризме и система маркетинговой информации туристского предприятия. Спрос и предложение в туризме: закон спроса и предложения, закон Э. Энгеля, Веблен-эффект и др. Роль и виды маркетинговых исследований в туризме (среды, рынка, продукта, потребителей и конкурентов). Сегментация рынка, выявление целевого рынка и позиционирование комплексного туристского продукта. Понятие бренда в туристском бизнесе.

Тема 3. Организация как функция менеджмента и делегирование полномочий

Организация как функция менеджмента и организация как предприятие. Цели организации как управлеченческой функции – формирование управляющей и управляемой подсистем, установление конкретных параметров, режимов работы подразделений предприятия, отношений между ними. Концепция жизненного цикла организации: рождение организации, детство и юность организации, зрелость, старение организации, возрождение организации. Понятие и пределы полномочий работников организации, а также понятие делегирования полномочий. Ответственность как обязательство выполнить

поставленные задачи и отвечать за их удовлетворительное решение. Линейные и штабные (административные) полномочия и организация взаимоотношений между ними. Пять причин отказа руководителя делегировать полномочия (по У. Ньюмену). Руководство и делегирование полномочий в централизованных и децентрализованных фирмах.

Тема 4. Система управления предприятием туризма и кадровая служба

Сущность понятия «персонал» и концепция управления им. Задачи кадровой работы и планирование потребности в персонале. Система кадрового менеджмента: тактическая и стратегическая подсистемы. Понятие кадровой политики и этапы ее проектирования – нормирование, программирование, мониторинг персонала. Сущность кадрового планирования. Этапы технологии подбора персонала: определение требований к работнику предприятия туризма, выбор методов сбора информации, выбор источника привлечения кандидата, сбор и анализ информации о претендентах, принятие решения.

Создание системы мотивации на предприятиях туризма. Теории «Х», «Y», «Z». Два направления кадрового учета и контроля результатов труда работников: учет затрат на персонал; анализ показателей, характеризующих использование кадрового потенциала (контроль результатов труда). Характеристика форм обучения персонала в сфере гостеприимства – семинары, корпоративные тренинги, бизнес-тренинги, мастер-классы с привлечением иностранных специалистов, коучинг, secondment, shadowing, e-learning.

Факторы необходимости профессионального развития персонала туристской организации. Актуальные кадровые проблемы современных организаций: мотивационная и социально- психологическая диагностика работников; анализ и регулирование групповых и личных взаимоотношений; управление производственными, социальными конфликтами; оценка и подбор кандидатов на вакантные должности; маркетинг кадров, планирование и контроль деловой карьеры. Содержание профессиональной, психофизиологической и социально- психологической адаптации работника предприятия туризма.

Тема 5. Отечественные и зарубежные информационные системы для туристского бизнеса

Сущность понятия «программный комплекс автоматизации гостиницы»: система надлежащего управления или система управления заведением (PMS), система управления гостиницей, система учета звонков (CAS), система веб-резервирования (WRS), офисы центрального резервирования (CRO), системы центрального резервирования (CRS). Характеристика и отличия on-lain бронирования и on-request бронирования. Системы бронирования туроператоров. Системы бронирования,

консолидирующие предложения многих туроператоров. Системы онлайн-бронирования отелей, экскурсий, автомобилей и других туристских услуг. Характеристика систем бронирования гостиничных услуг посредством модуля бронирования на сайтах гостиниц. Функциональные характеристики и специфика применения системы автоматизации гостиниц «Hotel –2000».

Функциональные характеристики и специфика применения системы автоматизации гостиниц «Русский отель» и ее подсистем: управление, коммерческий отдел, портье, этажная служба, диспетчер, ресторан, складской учет, бухгалтерский учет, заработка плата, кадры, оперативный учет доходов, расчеты с клиентами, взаимосвязь с внешними электронными системами. Функциональные характеристики и специфика применения автоматизированной информационной системы для гостиниц «Отель-Симпл»: автоматизированные рабочие места (АРМ) – администратора, кассира, коменданта, службы размещения, службы размещения, службы расчетов, системного инженера.

Функциональные характеристики и специфика применения систем «Меридиан – 1», «LodginTouch», «Дип-Пансион», «Nimeta», а также аппаратного комплекса управления гостиницей «KEI – Hotel». Функциональные характеристики и специфика применения программных продуктов фирмы «Рексофт» («Эдельвейс/Medallion», «Реконлайн», «Барсум») – бронирование, работа со счетами гостей, сервисные модули, подключение к GDS, схемы тарификации и пр. Система модулей «Cenium» (офисные модули, модули службы размещения, дополнительные модули, интерфейсы). Функциональные характеристики пакета интегрированных систем, обеспечивающих комплексную автоматизацию управления гостиницей – FidelioFrontOffice (автоматизация службы приема и размещения), Fidelio V8 (система управления гостиницей), OPERA EnterpriseSolution - система управления отелем, myfidelio.net - система онлайн-бронирования, FidelioSales&Gathering – система автоматизации отдела продаж и маркетинга гостиницы, Trako - система управления счетами клиентов, Bartech – система автоматических мини-баров, TopLineProfit – система оптимизации прибыли, FidelioFoodandBeverage – склад и калькуляция.

Тема 6. Понятие, виды деятельности, функции туроператора

Субъекты туристской индустрии. Объекты туристской индустрии. Виды туристских предприятий. Функции туроператора и турагента. Основные различия между туроператором и турагентом. Классификация туроператоров по различным признакам: по виду деятельности (операторы массового рынка, специализированные операторы); по месту деятельности (местные (внутренние) туроператоры, выездные туроператоры,

туроператоры на прием). Инициативные и рецептивные туроператоры. Процесс взаимоотношений между туроператором и турагентом.

Тема 7. Понятие туристского продукта, пути формирования, структура, характеристика основных составляющих

Туристский продукт как комплекс туристских услуг, необходимых для удовлетворения потребностей туриста во время путешествия. Тур – первичная продажная единица туристского продукта. Понятия внутреннего, въездного, выездного туров. Производство туристского продукта из единичных туристских услуг поставщиков.

Характерные особенности туристских услуг. Процесс формирования туристского продукта: создание комплекса туристических услуг, согласованных по времени, месту, качеству, цене, порядку и продолжительности их оказания туристу; ценообразование готового туристского продукта; формирование ассортимента турпродукции и модификация турпродукта в зависимости от типов клиентов, типов туров, продолжительности поездки, качества входящих в состав туристического пакета услуг поставщиков; приданье итоговому турпродукту максимальной привлекательности и конкурентных преимуществ.

Требования, предъявляемые к туристскому продукту. Факторы, определяющие привлекательность туристского продукта: уникальность туристской программы (маршрут, продолжительность программы, фирменное наименование программы, время проведения тура...); уникальность посещаемых и демонстрируемых в ходе тура объектов показа и туристических ресурсов; конкурентные преимущества входящих в состав турпакета туристических услуг (размещение, перевозки, экскурсионные программы...); цена туристского продукта; уникальность туристского сервиса.

Тема 8. Инновационные процессы в туризме

Глобализация в туристском бизнесе, отражающая сотрудничество государств и социальных организаций в политической, экономической, культурной и других областях. Характерная особенность процесса глобализации в туристской отрасли. Внедрение в туристский бизнес России компаний из других сфер экономики. Стратегические альянсы как одна из форм делового партнерства. Формы сотрудничества делового партнерства в туризме: для борьбы с конкурентами; объединение с участниками бизнеса из других сфер деятельности; создание «клубов» для совместной работы по реализации специфического туристского продукта на рынках других стран; для совместной перевозки туристов; создание франчайзинговых сетей; внедрение инноваций.

Факторы, оказывающие стимулирующее воздействие на инновационные процессы в туризме: новые направления развития науки и техники, появление новых технологий; экономическая и политическая ситуация в отдельных регионах мира и странах; нововведения, осуществляемые международными организациями, правила экономических взаимоотношений, устанавливаемые Всемирной торговой организацией, новые формы сотрудничества, внедряемые Всемирной туристской организацией; получение новых знаний о туристских ресурсах в различных регионах земного шара и информации о дополнительных возможностях туристских поездок; государственные законы, определяющие экономические и политические принципы функционирования туристских предприятий; изменение ситуации на рынках: появление новых туристских направлений, несоответствие предлагаемых услуг потребностям путешественников, изменение структуры спроса, появление новых требований со стороны потребителей к качеству туристского продукта; внедрение новшеств в деятельность производственных отраслей, тесно связанных с туристским бизнесом (транспортные компании, гостиницы, оздоровительные учреждения, средства связи и др.); стремление компаний укрепить позиционирование на рынке или борьба за выживание; неожиданные события, не зависящие от воли людей: экологические и техногенные катастрофы, террористические акты и другие.

Тема 9. Специфика экономической природы туризма

Сущность туризма в экономике России, проявляющаяся в: многофункциональности, специфике технологии производства и реализации продукта, туристском продукте как результате специфической деятельности, своеобразном способе формирования оборотных средств организации СКС и туризма, специфике «невидимого» экспорта, мультиплекционном эффекте, наиболее рисковом виде деятельности, наличии специфической инфраструктуры, индикаторе благосостояния населения, гуманитарной миссии. Специфический состав элементов туризма, которые удовлетворяют потребности туристов: туроперейтинг, гостиничное хозяйство, транспортное обеспечение туризма, питание, досуг.

Современное состояние туризма в России как результат эволюционных преобразований Просветительского периода (1861-1909), Предпринимательского периода (1909-1922), Советского периода (1922-1945), Восстановительного периода (1945-1985), Перестройки (1985-1998), Современного периода (с 1999 и по настоящее время).

Тема 10. Организационно-правовые формы в сфере туризма

Определение предпринимательской деятельности в ГК РФ. Соотношение прав на имущество участников (учредителей) и организации. Модели имущественных отношений. Сущность организационно-правовых форм предпринимательской деятельности: хозяйствственные товарищества (полные и командитные), хозяйственные общества (с ограниченной ответственностью, с дополнительной ответственностью, акционерные), производственные кооперативы, государственные и муниципальные унитарные предприятия, ассоциации (союзы), народные предприятия.

Тема 11. Классификация направлений правового обеспечения туризма

Лицензирование как инструмент государственного регулирования в сфере туризма. Правовая основа лицензирования. Характеристика основных понятий «лицензия», «соискатель лицензии», «лицензиат», «лиценсирующие органы», «лицензионные требования и условия». Процедура оформления и выдачи лицензии. Стандарты как часть государственной системы, определяющей цели и задачи стандартизации в области туризма, гостиничного менеджмента, основные принципы и организацию работ, категории нормативных документов, виды стандартов и основные положения по международному сотрудничеству. Стандарт как нормативный документ, регулирующий рынок туристских услуг. Объект стандартизации. Категории стандартов. База стандартизации в сфере туризма и гостиничного хозяйства РФ. Государственные органы стандартизации. Понятие сертификации туристских услуг. Цели, принципы и формы подтверждения соответствия. Добровольное и обязательное подтверждение соответствия. Функции органа по сертификации. Порядок проведения сертификации туристских услуг.

5. КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ К ТЕМАМ

1. Менеджмент как вид профессиональной деятельности в туризме.
2. Методы развития туристской дестинации.
3. Материально-техническая база предприятий индустрии туризма.
4. Содержание туроператорской и турагентской деятельности.
5. Основы взаимодействия современного отеля и туроператора.
6. Требования к организации услуг питания.
7. Требования к оказанию транспортных услуг.
8. Региональные туристские ресурсы
9. Инновационные процессы в туризме.
10. Выявление и использование новых рынков сбыта услуг в туризме.
11. 11. Специфика предпринимательской деятельности в сфере туризма.
12. Государственное регулирование в туризме.
13. Социально-экономические и социально культурные функции туризма.
14. Фонды, оборотные средства и затраты организаций туризма.
15. Общая характеристика и структура туристских услуг.
16. Типология и структура предпринимательской деятельности в туризме.
17. Управление региональным туризмом.
18. Правовое регулирование в сфере туризма.
19. Организационно-правовые основы деятельности туристского предприятия.
20. Формирование, продвижение и реализация туров.
21. Туристские формальности и страхование.
22. Отели и их место в сфере гостеприимства. Процесс управления отелем.
23. Продажа гостиничных услуг (инновационные технологии систем бронирования).
24. Маркетинг индустрии гостеприимства.
25. Содержание и функции спортивно-оздоровительного туризма.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОГРАММЫ

а) основная литература:

1. ФЗ «Об основах туристской деятельности в РФ» от 24.11. 1996 № 132 - ФЗ с изменениями и дополнениями от 03.05.2012 № 47 -ФЗ
2. ФЗ «О защите прав потребителей» от 07.02.1992 № 2300-1 (в ред. От 25.06.2012)
3. ФЗ «О рекламе» от 13.03.2006 № 38 - ФЗ (ред. От 28.07.2012)
4. ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в РФ (2011 - 2018гг)»
5. Постановление Правительства РФ от 18.07.2007 № 452 «Правила оказания услуг по реализации туристского продукта»
6. ГОСТ Р 50681-2010 Туристские услуги. Проектирование туристских услуг. Утвержден 30.11.2010 №580-ст
7. Приказ Ростехрегулирования от 15.12.2009 № 773-ст «Туристские услуги. Требования по обеспечению безопасности туристов»
8. Постановление Госстандарта РФ от 16.11.2000 № 295 - ст «Туристские услуги. Общие требования».
9. Архипов, А. В. Метрология. Стандартизация. Сертификация [Электронный ресурс] : учебник для студентов вузов, обучающихся по направлениям стандартизации, сертификации и метрологии, направлениям экономики и управления / А. В. Архипов и др.; под ред. В. М. Мишина. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 495 с. - ISBN 978-5-238-01461-6. (<http://www.znanium.com/bookread.php?book=392020>)
10. Ю.Зворыкина Т.Н. , Платонова Н.А Техническое регулирование: Сфера услуг. М: Альфа-М; Инфра-М ,2008
11. Метрология, стандартизация и сертификация (в сфере туризма): Учебное пособие / В.Г1. Анисимов, А.В. Яцук. - М.: Альфа-М: ИНФРА- М, 2010 (<http://www.znanium.com/bookread.php?book~204457>)
12. Баранов А.С., Бисько И. А. Информационно-экскурсионная деятельность на предприятиях туризма : Учебник / Под ред.профессора Е.И. Богданова.-М.: ИНФРА-М,
14. Джанджугазова Е. А. Маркетинг в индустрии гостеприимства: учеб.пособие для студ. высш. учеб. заведений / Е.А. Джанджугазова. – М.: «Академия»,2005.
15. – 224 с.

16. Дурович А.П. Организация туризма: [учеб.пособие для студентов вузов] / А.П. Дурович. - СПб.: Питер, 2012. - 320с.
17. Елканова, Д.И. Основы индустрии гостеприимства: учебное пособие [для студентов вузов] / Д.И. Елканова, Д.А. Осипов, В.В. Романов, Е.В. Сорокина. – М.: Дашков и К*, 2011. – 248с.
18. Жукова М. А. Менеджмент в туристическом бизнесе: учебное пособие / М.А. Жукова. - М.: КНОРУС, 2006. – 192с.
19. Мескон М.Х. Основы менеджмента: Пер. с англ. / М.Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. – М.: Дело ЛТД, 1998.
20. 9. Морозов М.А. Информационные технологии в социально-культурном сервисе и туризме. Оргтехника: Учебник для студ. высш. учеб.заведений / М.А. Морозов, Н.С. Морозова. – 3-е изд., стер. – М.: Издательскийцентр
21. «Академия», 2005. – 240 с.
22. Орловская В.П. Технология и организация предприятия туризма: учебник для студентов вузов / В.П. Орловская; под ред. Е.И. Богданова. - М.: ИНФРА-М, 2013. - 176с.
23. Сивчикова, Т.Ю. Индустрия гостеприимства: учеб.пособие [для студентов вузов] / Т. Ю. Сивчикова, Н. С. Носова. - М.: Дашков и К*, 2013. - 272с.
24. Скобкин С.С. Практика сервиса в индустрии гостеприимства и туризма: учебное пособие для студентов вузов / С.С. Скобкин. - М.: Магистр: ИНФРА- М, 2013. - 496с.
25. Чудновский, А.Д. Индустрия гостеприимства: основы организации и управления: учеб.пособие [для студентов вузов] / А.Д. Чудновский, М.А. Жукова, Ю.М. Белозерова, Е.Н. Кнышова. – М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2011. – 400 с.
26. Погодина В.Л., Филлипова И.Г. География туризма : Учебник / Под ред.Е.И. Богданова М.: ИПФРА-М, ([htlp://www.znanium.com/bookread.php?book=237203](http://www.znanium.com/bookread.php?book=237203))
27. Экономика предприятия в индустрии гостеприимства и туризма (ИГиТ): учеб.пособие /С.С. Скобкин. - М.: Магистр, 2009 (<http://www.znam.um.com/bookread.php?book=161289>)

6) дополнительная литература:

28. Дмитриев, М. Н. Экономика туристского рынка [Электронный ресурс] : учебник для студентов вузов, обучающихся по направлениям сервиса и туризма / М. Н. Дмитриев, М. Н. Забаева, Е. Н. Малыгина. - 2-е изд.,перераб.

29. Манохина Ю.А. Экскурсионная деятельность : учебное пособие /10.А. Матюхина,ЕЛО.Мигунова.-М.:Альфа-М:ИНФРА-М,2012
(<http://www.znanius.com/bookread.php?book=223863>)
30. Бгатов А.П. Туристские формальности. М.: Академия,2011
31. География туризма: Учебник / В.Л. Погодина, И.Г. Филиппова; Подред.
32. Драчева Е.Л, Забаева Ю.В., Рябова И.А. Экономика и организация туризма: международный туризм. КНОРУС: М.,2010
33. Веткин В.А., Винтайкина Е.В. Технология создания турпродукта. Пакетные туры. М.: ИНФРА - М,,2010
34. Ильина Е.Н. Туроперейтинг: продвижение туристского продукта. М: Финансы и статистика,2008
35. Бгатов А.П. Безопасность в туризме: учеб.пособие для студентов вузов / А.П. Бгатов. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2013. - 176с.
36. Александрова А.Ю. Международный туризм: учебник для студентов вузов, обуч. по специальности «География» / А.Ю. Александрова. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: КНОРУС, 2013. - 460с.
37. Кучеренко В.Л. Менеджмент безопасности гостиничного предприятия: учеб.пособие для студентов вузов / В.Л. Кучеренко. - СПб.: Троицкий мост, 2013. - 160 с.
38. Тимохина Т.Л. Организация приема и обслуживания туристов: учеб.пособие для студентов вузов / Т.Л. Тимохина. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: Форум : ИНФРА-М, 2013. - 352с.
39. Вотинцева Н.А. Правовое обеспечение туристской индустрии в России: учеб.пособие для студентов вузов / Н.А. Вотинцева. - М.: Дашков и К*, 2013. - 320 с
40. Гусятникова Д.Е. Защита прав туриста / Д.Е. Гусятникова, С.А. Зиновьева. - 2-е изд. - М.: Дашков и К*, 2013. - 180с.
41. Зайко Г.М. Организация производства и обслуживания на предприятиях общественного питания: учеб.пособие для студентов вузов / Г.М. Зайко, Т.А. Джум. - М.: Магистр: ИНФРА-М, 2013. - 560с.
42. Федцов В.Г. Культура ресторанных сервиса: учеб.пособие для студентов вузов / В.Г. Федцов ; Ин-т рус. предпринимательства. - 3-е изд. - М. : Дашков и К*, 2012. - 248с.
43. Милл Р.К. Управление рестораном: учебник для студентов вузов: пер. сангл.
44. / Р.К. Милл. - 3-е изд. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 535 с.
45. Макринова Е.И. Управление персоналом в гостиничном менеджменте: учеб.пособие для магистрантов вузов, обуч. по направл. подготовки101100.62

46. «Гостиничное дело» / Е.И. Макринова, А.Г. Васильев, А.С. Васильева. - СПб.: Троицкий мост,2013.
47. Сорокина А.В. Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах: учеб.пособие для студентов образоват. учреждений сред. проф. образования / А.В. Сорокина. - М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2013. - 304с.
48. Ёхина М.А. Организация обслуживания в гостиницах: учеб.пособие для студентов образоват. учреждений сред. проф. образования / М.А. Ёхина. - 4-е изд., стер. - М.: Академия, 2012. - 208с.
49. www.nnir.ru/ - Российская национальнаябиблиотека
50. www.nns.ru/ -Национальная электроннаябиблиотека
51. www.rsi.ru/ - Российская государственнаябиблиотека
52. www.businesslearning.ru/ - Система дистанционного бизнесобразования
53. [http://www.consultant.ru/- Консультантплюс](http://www.consultant.ru/)
54. [http://www.garant.ru/-Гарант](http://www.garant.ru/)

Приложение

Критерии оценивания вступительного испытания

Вступительное испытание (экзамен) проводится в форме тестирования (компьютерного). Вступительное испытание оценивается по 50-балльной шкале.

Продолжительность вступительного испытания – 60 минут. Тест содержит 40 вопросов:

30 вопросов с одним правильным ответом. Правильный ответ – 1 балл.

10 вопросов с двумя правильными ответами. Правильный ответ – 2 балла. Интервал успешности: 15-50 баллов.