

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ПО ОБРАЗОВАНИЮ

Государственное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Оренбургский государственный университет»

Кафедра управления персоналом

ПРОГРАММА ПОДГОТОВКИ

МЕТОДИЧЕСКОЕ УКАЗАНИЕ

К КВАЛИФИКАЦИОННОМУ
ГОСУДАРСТВЕННОМУ ЭКЗАМЕНУ СТУДЕНТОВ
СПЕЦИАЛЬНОСТИ

100103 - «СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНЫЙ СЕРВИС И ТУРИЗМ»
ОЧНОЙ ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ

Рекомендовано к изданию Редакционно-издательским советом
государственного образовательного учреждения
высшего профессионального образования
«Оренбургский государственный университет»

Оренбург 2008

УДК 338.48 (07)

ББК 65.433я7

П 78

Рецензент

доктор экономических наук, профессор Солодилова Н.З.

**Составители: Зеленцова Л.С., Попович Е.А., Сафонова Л.С.,
Боркова Е.А., Хабибуллина В.М., Марченко В.Н., Барышева Е.С.,
Прытков Р.М., Бурдюгова О.В., Ким Г.П.**

**Программа подготовки: методическое указание по подготовке к
квалификационному государственному экзамену студентов для
специальности 100103 - «Социально-культурный сервис и туризм»
очной формы обучения, – Оренбург: ГОУ ОГУ. -2008.- с. 30.**

Содержит вопросы к экзамену и краткий план ответа по дисциплинам:
экономика, менеджмент в СКСТ, маркетинг в СКСТ, реклама в СКСТ,
курортология, внешне-экономическая деятельность, сервисная
деятельность, музейное дело.

©ГОУ ОГУ, 2008

Содержание

1 «Экономика».....	5
2 «Менеджмент в СКС и туризме».....	8
3 «Маркетинг в СКС и туризме».....	13
4 «Реклама в СКС и туризме».....	16
5 «Курортология».....	19
7 «Сервисная деятельность».....	25
8 «Музейное дело».....	28
Список использованных источников.....	30

Вопросы
к государственному экзамену специальности
100103 «Социально-культурный сервис и туризм»

По дисциплине
1 «Экономика»

1 Труд и экономическая деятельность людей. Производительные силы и производственные отношения

Труд как основа экономической деятельности людей. Две стороны процесса труда. Элементы производительных сил. Производственные отношения. Соответствие производительных сил характеру производственных отношений.

2 Потребности, блага и ресурсы. Факторы производства

Потребности, их классификация. Закон возвышения потребностей. Блага: экономические и свободные. Кругооборот благ. Ресурсы, их классификация. Закон ограниченности ресурсов.

3 Технологический выбор в экономике. Кривая производственных возможностей. Закон возрастающих затрат. Экономический рост и экономическая эффективность

Кривая производственных возможностей как теоретическое отражение проблемы выбора. Альтернативная стоимость. Специфичность производственных ресурсов и закон возрастающих альтернативных затрат. Факторы, обуславливающие сдвиг кривой производственных возможностей.

4 Система отношений собственности. Правовые и экономические отношения собственности. Роль собственности в экономике

Элементы система экономических отношений собственности. Отношения собственности и тип социально-экономической системы. Права собственности. Спецификация прав собственности и трансакционные издержки.

5 Товар, его свойства в трудовой теории стоимости К. Маркса. Двойственный характер труда, создающего товар

Товар как единство потребительной и меновой стоимости. Абстрактный труд как создатель меновой стоимости товара. Конкретный труд как создатель потребительной стоимости товара.

6 Стоимость. Величина стоимости. Закон стоимости: сущность, механизм функционирования, функции в товарном производстве

Стоимость как овеществленный в товаре общественный труд. Факторы, воздействующие на стоимость. Эквивалентность обмена. Закон стоимости как фактор, определяющий межотраслевые пропорции в экономике. Закон стоимости и индивидуальные затраты производителя.

7 Теория предельной полезности и ценность товара. Закон убывающей предельной полезности

Полезность блага. Количество блага и величина предельной полезности.

8 Рынок как элемент товарного производства. Субъекты и функции рынка. Кругооборот доходов, продуктов, ресурсов

Условия возникновения рынка. Рынок как эффективный механизм распределения продукта и ресурса. Домашнее хозяйство, фирма, государство как субъекты рынка.

9 Конкурентный рынок: спрос и предложение. Равновесие и рыночная цена

Спрос и факторы его определяющие. Закон спроса. Предложение и факторы его определяющие. Закон предложения. Равновесие как равенство спроса и предложения.

10 Предпринимательство: сущность, виды, основные организационные формы

Функции и содержание предпринимательства. Индивидуальное и коллективное предпринимательство. Общество, товарищество, кооператив как организационная форма коллективного предпринимательства.

11 Производственные факторы и производственная функция. Закон убывающей доходности факторов производства

Производственные факторы, их виды. Характеристики производственной функции. Технология производства. Производство в краткосрочном и долгосрочном периоде. Предельный продукт и конфигурация производственной функции.

12 Экономические издержки. Экономическая и бухгалтерская прибыль

Экономические издержки как сумма явных, неявных издержек и нормальной прибыли. Экономическая прибыль, ее источники. Экономическая прибыль и совершенно конкурентный рынок. Бухгалтерские и явные издержки. Бухгалтерская прибыль.

13 Функциональное и персональное распределение доходов. Кривая Лоренца

Функциональное распределение как распределение национального дохода между собственниками различных факторов производства. Источниками личных доходов в соответствии с функциональным подходом. Персональное распределение национального дохода. Неравное распределение дохода и кривая Лоренца.

14 Макроэкономическая нестабильность: инфляция и безработица

Инфляция как повышение общего уровня цен. Темп инфляции и виды инфляции. Причины и типы инфляции. Безработица, ее формы. Естественный уровень безработицы. Кривая Филипса.

15 Макроэкономика как уровень хозяйственной деятельности. Основные макроэкономические показатели

Макроэкономика как уровень хозяйственной деятельности в масштабе народного хозяйства. ВВП, методы расчета. Номинальный и реальный ВВП.

16 Неоклассическая и кейнсианская модель макроэкономического равновесия

Совокупный спрос, его факторы. Функция совокупного спроса в классической модели. Эффект дохода. Эффект импортных закупок. Эффект процентной ставки. Совокупное предложение. Функция совокупного предложения. Эффективный спрос в кейнсианской модели.

По дисциплине 2 «Менеджмент в СКС и туризме»

1 Понятие системы управления: субъект, объект, принципы, функции, методы управления

Понятие систем. Основные свойства систем: целостность, взаимозависимость и взаимодействие системы и внешней среды, структурность, иерархичность, множественность описания системы, целенаправленность, надежность.

Понятие объекта, субъекта менеджмента. Функции менеджмента, планирование: организация, мотивация, контроль.

Принципы управления: разделение труда, власть и ответственность, дисциплина, единоначалие, единство руководства, подчиненность личных интересов общим, вознаграждение персонала, централизация, скалярная цепь, порядок, справедливость, стабильность рабочего места персонала, инициатива, корпоративный дух.

2 Цели и задачи в системе современного менеджмента. Миссия организации: сущность и содержание

Понятие цели, задачи, миссия. Общие важнейшие цели и задачи менеджмента. Задачи, выполняемые в системе менеджмента. Виды (категории) задач. Детализация и ранжирование целей и задач менеджмента. Миссия организации. Особенности миссии. Подходы к содержанию миссии.

3 Система управления туризмом. Особенности социально-культурного сервиса и туризма как объекта управления

Социально-экономическая характеристика социально-культурной сферы, характер ее продукта. Система управления туризмом и сферой сервиса. Туристические предприятия, организации и регионы. Структура управления туризмом. Специфика менеджмента в сфере сервиса и туризма: цели и задачи управления предприятия, организация работы по управлению предприятием.

4 Современные подходы к менеджменту: процессный, системный и ситуационный

Понятие процесса, процесса управления. Функции управления: планирование, организация, мотивация, контроль. Понятие системы. Организация как открытая система. Открытые и закрытые системы. Подсистемы. Модель организации, как открытой системы. Понятие ситуации. Методология ситуационного подхода к менеджменту.

5 Организация и внешняя среда. Факторы прямого и косвенного воздействия на организацию. Сложность подвижность и неопределенность внешней среды организации

Определение внешней среды. Элементы внешней среды (потребители, конкуренты, поставщики, правительственные учреждения, профсоюз, конкурирующие организации, государство, законодательство, общественные взгляды и т.д.).

Среда прямого воздействия: поставщики, трудовые ресурсы, законы, конкуренты, потребители и учреждения государственного регулирования.

Среда косвенного воздействия: состояние экономики, НТП, социокультурные и политические изменения, влияние групповых интересов и существенней для организации события в других странах.

Сложность внешней среды: государственные постановления, частное перезаключение договоров с профсоюзами, заинтересованные группы влияния, многочисленные конкуренты, быстрое технологическое изменение и т.д.

Подвижность среды: относительная скорость изменения среды.

Неопределенность: относительное количество информации о среде и неуверенности в ее точности.

6 Внутренняя среда организации: элементы, методы анализа

Понятие и сущность организации. Организация как объект управления. Общая характеристика. Виды организаций: формальные и неформальные. Подразделение формальных организаций на простые и сложные. Общие черты и свойства организаций: ресурсы (человеческие, финансовые, материальные, информационные), зависимость от внешней среды (государство, поставщики, потребители, конкурирующие организации, профсоюзы, законодательство, общественные взгляды и т.д.), горизонтальное разделение труда, подразделение, вертикальное разделение труда, необходимость управления.

Основные цели и задачи организации. Понятие системы. Организация как открытая система. Открытые и закрытые системы. Понятие структуры, организационной структуры. Технология управления (по Д.Томсону и по Д.Вудворду).

7 Понятие информации в менеджменте. Требования предъявляемые к информации. Классификация информации в менеджменте

Понятие, сущность, роль и значение информации. Особенности информации в управлении.

Требования к информации: непрерывность сбора, своевременность, достоверность, надежность, актуальность, оперативность, адресность и т.д. Классификация и дифференциация информации. Информация по аспектам управления: экономическая, организационная, социальная и техническая.

Подразделение информации по характеру представления: цифровая, буквенная, кодированная. Классификация информации по времени ее активного использования: постоянная, переменная.

8 Связующие процессы в менеджменте. Процесс коммуникации

Понятия связывающие процессы, принятие решений, коммуникация. Межличностные коммуникации: формальные и официальные, неформальные. Формальные коммуникации: вертикальные, горизонтальные. Вертикальные коммуникации: восходящие, нисходящие. Межличностные коммуникации: вербальные (словесные), невербальные. Коммуникационные барьеры: микробарьеры, макробарьеры.

9 Сущность и понятие контроля в управлении организацией. Виды контроля. Контроль как инструмент обратной связи в системе управления

Понятие контроля. Объекты контроля. Субъекты контроля. Предмет контроля. Виды контроля: предварительный, текущий, заключительный. Классификация контроля.

10 Стратегическое планирование: Сущность функции стратегического планирования, управление реализацией стратегического планирования

Понятие стратегии, стратегического управления. Миссия и цели организации. Особенности миссии. Тактика (ее характеристики). Контроль за выполнением стратегического плана. Основные этапы процесса стратегического планирования: выработка целей, планирование действий, проверка оценка работы, корректирующие меры. Оценка стратегии: количественны, качественные.

11 Мотивация персонала организации как основная функция менеджмента: содержание, характеристика теорий мотивации, рекомендации по их использованию

Основные понятия мотивации, стимулирование, пробуждение, потребности, валентность. Содержание теории мотивации. Пирамида А.Маслоу. Теория потребностей по Д.Мак-Клеланда: потребность в причастности. Двухфакторная теория Ф.Герцберга: гигиенические, мотивирующие факторы. Процессуальные теории мотивации: теория ожиданий В.Врума, теория справедливости, модель Портера-Лоурера.

12 Уровни управления, их характеристика

Уровни: высший: институциональный уровень, средний: управленческий уровень, низший: технический уровень. Характеристика каждого уровня.

13 Организационные структуры управления: общие понятия, типы структуры, преимущества и недостатки, границы использования

Понятие структуры, организации, организационной структуры. Структура управления производством. Звенья управления. Ступени Структура аппарата управления. Организационная структура предприятия.

Требования к построению рациональных структур аппарата управления: оперативность, надежность, экономичность, оптимальность. Факторы, определяющие организационную структуру управления.

Типы организационных структур управления: линейная, функциональная, линейно-функциональная (штабная), дивизиональная, матричная.

14 Понятие управленческого решения: сущность, процесс принятия решения, методы принятия

Понятие решения, решение проблем. Виды управленческих решений. Методы принятия управленческих решений: единоличные, коллегиальные, коллективные. Механизм управления проблемами организации.

Управление процессом решения проблем: предвидение проблем, выявление проблем, диагностику, систематизацию и классификацию проблем, выработку альтернативных решений, реализацию принятых решений, контроль за реализацией решений. Процесс принятия решений: подготовка решения, принятие решения, реализация решения.

15 Требования к профессиональной компетенции менеджмента

Понятие менеджера, менеджер. Требования к профессиональной компетенции менеджеров: понимание природы управленческого труда и компетенции менеджмента, знание должностных обязанностей менеджера, способов достижения целей и повышения эффективности организации, умение использовать современную информацию технологию и средства коммуникации, необходимые в управленческом процессе, владение искусством управления человеческими ресурсами, владение искусством налаживания внешних связей, способность к самооценке, умение делать правильные выводы и неправильно повышать квалификацию – знания и умения.

16 Понятия стиля управления: подход с позиций личных качеств, поведенческий подход

Теории лидерства: личностный подход, поведенческий подход. Характеристики личных качеств руководителя. Манера поведения руководителя по отношению к подчиненным. Поведенческий подход: авторитарный, демократический, либеральный.

17 Классификация стилей управления, ориентированных на задачу и на человека. Оценка критериев «забота о людях», забота о производстве

Стили лидерства. Руководитель сосредоточенный на работе. Руководитель сосредоточенный на человеке. Причины возникновения различных стилей управления. Роль человека и отношение к человеку как определяющему фактору в лидерстве и стиле управления «управленческая решетка» - рабочий инструмент руководителя.

18 Власть и способы ее реализации. Основные формы власти в организации

Понятие власти и влияния. Определение власти как организационного процесса. Источник отношения власти. Баланс власти руководителей и подчиненных. Классификация и типология власти. Власть, основанная на принуждении. Власть, основанная на вознаграждении. Власть, опирающаяся на недостаточности информации у подчиненного. Экспертная власть. Эталонная власть. Законная власть. Ресурсная власть.

19 Лидерство

Понятие лидер, лидерство. Сущность теории лидерства (личностный подход, поведенческий подход, ситуационный подход). Формальное и неформальное лидерство. Менеджер и лидер.

20 Конфликты в организациях: сущности, природа, виды, влияние на результаты деятельности персонала. Способы разрешения конфликтных ситуаций в коллективе

Понятие конфликта, конфликтной ситуации, инцидента, конфликтности. Природа конфликта в организации. Уровни конфликтов в организации. Внутриличностный конфликт, межличностный конфликт. Управление конфликтной ситуацией: структурные методы управления конфликтной ситуацией, межличностные стили решения конфликтов (уклонение, сглаживание, принуждение, компромисс, решение проблемы).

21 Понятие риска, видов рисков, содержание и организации механизма управления риском. Особенности рисков в социально-культурной сфере и туризме, организация риск – менеджмента на предприятиях сферы сервиса и туризма.

Понятие риска, риск – менеджмента, классификация и виды рисков, содержание и организация механизма управления риском, методы оценки риска, приемы управления степенью риска. Особенности рисков в социально-культурной сфере и туризме.

22 Понятие эффекта и эффектности. Показатели и критерии эффективности менеджмента в СКСТ

Понятие эффектности в социально-культурной сфере и туризме. Экономическая эффективность менеджмента туризма. Эффективность управленческих решений. Эффективность управления персоналом. Понятие, виды и уровни анализа эффективности, методы анализа эффективности. Виды эффективности в сфере культуры. Уровни анализа эффективности.

По дисциплине 3 «Маркетинг в СКС и туризме»

1 Концептуальные основы маркетинговой деятельности. Основные понятия маркетинга. Цели и задачи маркетинга

Раскрыть суть определений: маркетинг, нужда, потребность, запрос (спрос), товар, обмен, сделка, рынок. Основная цель маркетинга. Важнейшие задачи маркетинга. Частные задачи. Экономический смысл маркетинга.

2 Эволюция концепций маркетинга. Основные принципы маркетинга. Функции маркетинга

Концепция управления. Эволюция концепций управления: Концепция совершенствования производства (1900-1920 гг.). Концепция совершенствования товара (1920-1940 гг.). Концепция интенсификации (увеличения) коммерческих усилий (1940-1950 гг.). Концепция маркетинга (середина 80-х годов XX века.). Концепция социально-этического маркетинга. Концепция маркетинга партнерских отношений (маркетинг взаимодействия). Стоимостной маркетинг. Принципы маркетинга. Функции маркетинга: Аналитическая функция, Производственная функция, Сбытовая функция (функция продаж), Функция управления и контроля.

3 Особенности маркетинга в туризме

Маркетинг туристского предприятия. Туристский продукт. Общие характерные особенности. Неосвязаемость, или нематериальный характер, услуг. Неразрывность производства и потребления услуги. Изменчивость качества услуг. Неспособность к хранению. Особенности туристского маркетинга.

4 Маркетинговая макросреда. Факторы макросреды маркетинга

Маркетинговая среда фирмы. Макросреда, основные элементы макросреды. Демографическая среда. Экономическая среда.

Природная среда. Научно-техническая среда. Политическая среда.
Культурная среда

5 Маркетинговая микросреда. Факторы микросреды маркетинга

Микросреда. Потребители. Конкуренты. Прямые конкуренты. Потенциальные конкуренты. Маркетинговые посредники. Контактные аудитории. Виды контактных аудиторий (благотворные аудитории, искомая аудитория, нежелательная аудитория)

6 Комплекс маркетинга. Краткая характеристика основных элементов

Комплекс маркетинга. Товар. Цена. Распределение (Распространение). Продвижение (маркетинговые коммуникации). Процесс продвижения. Расширенный комплекс маркетинга туристского предприятия. Персонал. Материальные свидетельства. Способ предоставления услуги.

7 Источники и виды маркетинговой информации

Маркетинговая информация. Источники маркетинговой информации: (первичная, вторичная, внутренняя, внешняя)

8 Основные направления маркетинговых исследований

Маркетинговые исследования. Конкретные результаты исследований. Основные направления маркетинговых исследований рынка СКСТ. Исследование рынка. Объект рыночного исследования. Основные результаты исследования рынка. Изучение потребителей. Основная задача изучения деятельности конкурентов. Исследование инструментов комплекса маркетинга. Исследование цен. Исследование коммуникаций (продвижения). Исследование внутренней среды предприятия

9 Маркетинговая ценовая стратегия туристского предприятия

Цена. Основные элементы цены. Ценообразование. Основные подходы к установлению цены. Затратный подход. Метод «Средние издержки плюс прибыль» («Себестоимость плюс надбавка», «Издержки + прибыль»). Расчет цены на основе обеспечения целевой прибыли. Рыночный (маркетинговый) подход. Метод на основе ощущаемой ценности товар (на основе потребительской ценности). Установление цены на основе уровня текущих цен

(с ориентацией на уровень конкуренции). Стратегии ценообразования. Стратегии установления цен на новые товары. Стратегия «снятия сливок». Стратегия «прочного внедрения на рынок» («цены проникновения»). Стратегии установления цен на уже существующие товары. Стратегия «престижных цен». Стратегия «цен пакета услуг». Стратегия «дифференцирования цен исходя из времени приобретения». Стратегия «ценовой дискриминации». Стратегия «следования за конкурентом». Установление цен для стимулирования сбыта.

10 Маркетинговая сбытовая стратегия туристского предприятия

Канал распределения. Функции каналов распределения. Структура и уровни каналов распределения в СКСТ. Прямые каналы сбыта. Косвенный канал сбыта. Туроператор – турагентство-оптовик – турист. Туроператор – турагентство-оптовик – турагентства – турист. Туроператор – турагентство-оптовик – турагентства – агент – турист.

11 Маркетинговая коммуникационная стратегия туристского предприятия

Маркетинговые коммуникации. Основная цель маркетинга. Конкретные цели системы маркетинговых коммуникаций. Основные средства маркетинговых коммуникаций.

12 Прямой маркетинг как инструмент комплекса маркетинговых коммуникаций

Прямой маркетинг (директ-маркетинг). Формы прямого маркетинга. Личная (персональная продажа).

13 Стимулирование сбыта в системе маркетинговых коммуникаций, задачи и приемы

Стимулирование сбыта. Дополнительные льготы, удобства, экономию. Направления стимулирования сбыта. Стимулирование сбыта конечных потребителей. Маркетинговые цели. Классификация приемов стимулирования конечных потребителей. Пробы. Скидки (денежные компенсации). Купонаж (купоны). Премии (подарки, сюрпризы). Конкурсы, игры, лотереи. Награда за лояльность. Подкрепление товаров. Стимулирование продажи в месте приобретения.

14 Реклама в системе маркетинговых коммуникаций

Реклама. Основные направления рекламно-информационной деятельности турпредприятий. Потенциальные потребители рекламы. Категории партнеров и групп населения. Черты рекламы. Основные цели рекламы. Средства распространения рекламной информации. Характеристики средств распространения рекламной информации

15 Цели, задачи, принципы и функции паблик рилейшнз. Основные направления

Паблик рилейшнз. Основной целью PR.. Принципы PR. Функции PR. Направления PR.. Паблсити. Спонсорская деятельность. Фирменный стиль. Основные элементы фирменного стиля.

16 Сущность и значение выставок в СКС и Т

Выставка. Ярмарка. Значение выставок и ярмарок для экспонента определяется следующими возможностями: Мероприятия, проводимые в процессе участия фирмы в работе выставки.

17 Фирменный стиль туристского предприятия

Паблик рилейшнз. Основной целью PR.. Принципы PR. Функции PR. Направления PR.. Паблсити. Спонсорская деятельность. Фирменный стиль. Основные элементы фирменного стиля.

По дисциплине 4 «Реклама в СКС и туризме»

1 Место рекламы в системе маркетинговых коммуникаций

В чем сущность маркетинговых коммуникаций. Какие цели они преследуют Эффективные и устойчивые коммуникации. С какой целью организации осуществляют коммуникации с различными аудиториями.

2 Сущность рекламы. Подходы к определению рекламы. Характерные черты рекламы как основного инструмента системы маркетинговых коммуникаций

Что такое реклама. Какие подходы к изучению рекламы Вам известны. Перечислите основных видов рекламы. Охарактеризуйте черты рекламы как основного инструмента системы маркетинговых коммуникаций.

3 Цели, задачи, функции рекламы. Основные законы рекламы

Раскройте цели, задачи, функции рекламы. Какие основные законы рекламы Вам известны?

4 Классификация видов туристской рекламы

В чем сущность туристской рекламы. Раскройте классификацию видов туристской рекламы

5 Достоинства и недостатки основных средств распространения рекламной информации

Сильные и слабые стороны основных медиа, используемых для рекламы (на примере печатных и электронных медийных средств).

6 Сущность и роль рекламных исследований в СКС иТ

Рекламное исследование - это ключевой аспект процесса планирования рекламы. В чем заключается сущность рекламных исследований и какова их роль в СКСиТ.

7 Разработка рекламного сообщения

Как устроено восприятие? Почему все по-разному реагируем на одно и то же сообщение? Как учитывать особенности восприятия собеседника, чтобы он лучше воспринимал сообщение? Креативность и подготовка четко сформулированных знаний в подготовке рекламного сообщения. Как можно влиять на этот процесс? Как повысить не только эффективность вашего общения, но и сделать рекламное сообщение более действенным.

8 Медиапланирование - основные понятия, показатели, этапы

Основные понятия медиапланирования. Какие показатели Вам известны. Перечислите этапы медиапланирования.

9 Выбор средств распространения рекламы

Раскройте основные средства распространения рекламы Перечислите традиционные и появляющиеся медиа.

10 Разработка рекламного бюджета

Что такое рекламный бюджет? Рассмотрите с точки зрения достоинств и недостатков различные методы формирования рекламного бюджета.

11 Рекламная компания как форма рекламной деятельности в СКСиТ

Что такое рекламная компания. Планирование рекламной кампании. Главная задача процесса планирования в СКСиТ.

12 Оценка эффективности рекламной деятельности в СКСиТ

Раскройте понятие «Эффективность рекламной деятельности». Охарактеризуйте три основные направления работ по анализу эффективности рекламной деятельности:

- анализ коммуникативной эффективности рекламной кампании,
- анализ финансовой или коммерческой эффективности,
- оценка качества рекламного материала.

13 Организация и контроль маркетинга туристского предприятия

Служба маркетинга в структуре туристского предприятия. Варианты организационных структур службы маркетинга на туристском предприятии. Принципы организации службы маркетинга туристского предприятия. Требования к руководителям и специалистам службы маркетинга. Организация внутреннего маркетинга туристского предприятия. Система маркетингового контроля туристского предприятия. Процесс маркетингового контроля. Виды маркетингового контроля. Контроль результатов. Стратегический контроль и ревизия маркетинга туристского предприятия.

14 Имидж туристского предприятия как средства рекламы

Имидж туристского предприятия в комплексе маркетинговых коммуникаций туристского предприятия. Цели формирования имидж туристского предприятия. Основные элементы Имидж туристского предприятия: товарный знак, логотип, фирменный блок, фирменный лозунг (слоган), фирменный цвет (цвета), фирменный комплект шрифтов и др. Носители фирменного стиля туристского предприятия. Товарный знак — центральный элемент фирменного стиля туристского предприятия.

По дисциплине 5 «Курортология»

1 Предмет и объект изучения, основные цели и задачи науки курортология

Современная курортология. Разделы курортологии. Достижения и методы смежных научных дисциплин История зарождения и развития курортов. Развитие курортного дела в России.

2 Основные типы санитарно-курортных учреждений

Поликлиника курортная. Дом отдыха. Пансионат. Лагерь. Санаторий. Санаторий-профилакторий.

3 Общие противопоказания, исключаящие направления больных на курорты и местные санатории

1. Все заболевания в острой стадии, хронические заболевания в стадии обострения и осложненные острогнойными процессами
2. Острые инфекционные заболевания до окончания срока изоляции.
3. Венерические заболевания в острой и заразной форме.
4. Психические заболевания. Все формы наркомании и хронической алкоголизм. Эпилепсия.
5. Все болезни крови в острой стадии обострения.
6. Кахексия любого происхождения.
7. Злокачественные заболевания.
8. Все заболевания и состояния, требующие стационарного лечения; все заболевания, при которых больные не способны передвигаться самостоятельно, нуждаются в постоянном уходе.
9. Беременность во все сроки на бальнеологические и грязевые курорты.
10. Все формы туберкулеза в активной стадии – для любых курортов и санаториев нетуберкулезного профиля.

4 Основные показания для лечения на климатических приморских курортах юга России

Показания: 1. Болезни системы кровообращения (доброкачественное течение гипертонической болезни, ишемическая болезнь сердца и др.).

2. Болезни органов дыхания в стадии стойкой ремиссии, вне обострения.
3. Болезни нервной системы.
4. Болезни органов уха, горла, носа.
5. Болезни органов пищеварения (функциональные заболевания желудка, кишечника, желчевыводящих путей).

6. Болезни почек.

7. Болезни кожи.

Приморские курорты юга России. Кавказское побережье Краснодарского края: Анапа, Геленджикская, Сочинская, Туапсинская группы курортов.

5 Краткая характеристика основных санаториев и курортов Оренбургской области

Санаторий «Строитель». Оздоровление проводится круглогодично стационарно (по путевкам) и амбулаторно (по курсовкам). Организуются заезды «Мать и дитя». Методы оздоровления: бальнеогидролечение; теплогрязелечение; мануальная терапия; массажи; Су-Джок терапия; лечебная гимнастика, тренажерный зал; лечебное питание; фитобар; ароматерапия, музыкотерапия; баротерапия.

Другие санатории: «Дубовая роща», «Чайка», «Солнечный», «Озон», «Урал», «ОГУ», «Гай», «Степные зори» и др.

6 Лечебные минеральные воды

Бальнеология. Действие минеральной воды на организм человека (наружное и внутренне). Классификация минеральной воды (углекислые, сероводородные, железистые, бромные, кремнистые, мышьяк содержащие, радоновые). Качественные показатели минеральной воды: общая минерализация, ионный и газовый состав, содержание в воде активных компонентов, радиоактивность, реакция воды, температура воды. Внутренне применение минеральной воды (показания, дозировка воды).

7 Грязелечение

Грязелечение (пелоидотерапия). Происхождение грязелечения. Торфяные грязи. Сапропели. Сульфидные иловые грязи. Сопочные грязи.

8 Климатотерапия

Климатотерапия. Виды климатических курортов: приморские, горные, равнинные (лесные и лесостепные, климат пустынь, климатокумысолечебные).

9 Детские санатории и курорты

Детский санаторий. Детский санаторий на современном этапе. Педагогическая работа в детском санатории. «Лечебная педагогика».

10 Основы санаторно-курортного лечения

Санаторно-курортное лечение. Применение природных лечебных факторов (климат, минеральные воды, лечебные грязи и др.). Комплекс

курортных факторов. Основные природные лечебные средства, применяемые на курорте. Принципы.

11 Лечебная физическая культура

Лечебная физкультура (ЛФК). Основные формы ЛФК. Основные принципы применения ЛФК. Виды упражнений. Терренкур.

12 Порядок оказания первой помощи при ушибах, растяжениях, вывихах

Ушиб. Первая помощь при ушибе. Растяжение. Разрыв. Первая помощь при растяжениях и разрывах. Вывих. Проявления. Первая помощи при переломах и вывихах. Иммобилизация. Правила проведения транспортной иммобилизации.

13 Порядок оказания первой помощи при пищевых отравлениях

Острые отравления. Причины отравлений. Оказание помощи пострадавшему. Пути поступления яда в организм. Признаки отравления. Первая помощь при отравлении через рот.

14 Признаки внутреннего кровотечения и порядок оказания первой помощи

Кровотечение. Виды кровотечений. Носовое кровотечение. Легочное кровотечение. Признаки. Кровотечение в брюшную полость. Признаки внутреннего кровотечения.

15 Профилактика травматизма

Травма. Виды травм. По месту возникновения. Профилактика травматизма.

По дисциплине

6 «Внешнеэкономическая деятельность в сфере услуг»

1 Общая характеристика внешнеэкономической деятельности. Классификация внешнеторговых сделок. Факторы развития внешнеэкономической деятельности

Дать определения: внешнеэкономическая деятельность, внешнеторговая сделка. Дать классификацию внешнеторговых сделок в зависимости от объекта, предмета сделки. Классификация видов внешнеэкономической деятельности. Изложить факторы, влияющие на развитие внешнеэкономической деятельности: экономические, политические взаимоотношения, научно-техническое развитие страны, особенности географического положения, природных и климатических условий, ресурсные факторы.

2 Операции по купле-продаже товаров. Международные сделки по экспорту и импорту услуг. Экспорт и импорт основных услуг. Экспорт и импорт сопутствующих услуг

Дать определение «сделка купли-продажи товаров». Критерии классификации сделок купли-продажи: направление торговли (экспортные, импортные, реэкспортные, реимпортные операции); назначение товаров (запродажные операции по торговле сырьевыми и продовольственными товарами, купля-продажа машинно-технической продукции, поставка товаров массового спроса); степень готовности товара к продаже (поставка готовой продукции, узлов и деталей для сборки, комплектного оборудования). Виды услуг во внешнеэкономической деятельности: основные услуги, сопутствующие (логистические) услуги. Виды основных услуг: аренда и ее формы (рейтинг, хайринг, лизинг); аудиторские услуги; финансовые услуги (факторинг, форфейтинг, трастовые операции); туристические услуги. Экспорт и импорт сопутствующих услуг: услуги по транспортировке грузов, транспортно-экспедиторские услуги, страхование товара, торгово-посредническая деятельность, банковские и расчетные операции.

3 Международный подряд. Операции по торговле лицензиями на изобретения и ноу-хау. Производственная и сбытовая кооперация

Обязанности сторон по договору подряда; виды работ по договору подряда. Структура договора подряда: предмет контракта; цена и общая сумма контракта (виды цен подрядных контрактов); условия и порядок платежей (основные системы оплаты подрядных работ); сроки исполнения работ. Понятия: изобретение, ноу-хау, лицензия. Виды лицензий (чистые, сопутствующие), лицензионных договоров (исключительные, неисключительные). Способы платежей в лицензионных договорах (паушальный, роялти, смешанный). Обязательства лицензиатов и лицензиаров. Кооперация при производстве и сбыте товаров, виды кооперации. Соглашение о производственной и сбытовой кооперации, основные разделы соглашений. Франчайзинг как вид сбытовой кооперации. Консорциумы как форма производственно-сбытовой кооперации.

4 Экономическая сущность и содержание туризма. Понятие и содержание туристского импорта, экспорта и туристского рынка. Факторы, вызывающие потребность в туризме

Понятия «туризм», «турист», экономические характеристики туризма. Факторы, вызывающие потребность в туризме (познавательные, региональные, экономические). Основные группы туристов, граждане не являющиеся туристами. Услуга туризма, виды услуг. Функции туристских хозяйствующих субъектов. Определение туристского экспорта, импорта, туристского рынка. Спрос и предложение услуг туризма, производители услуг туризма, туристская индустрия.

5 Формы, виды и разновидности туризма. Система показателей развития туризма. Организация туристской деятельности в Российской Федерации

Классификация форм туризма (внутренний, международный: въездной, выездной). Виды туризма (активный, пассивный). Разновидности туризма (по цели путешествия, характеру организации путешествия, интенсивности туристического потока, продолжительности путешествия, возрасту туристов, использованию транспорта, форме сотрудничества). Парадорес и таймшер. Система показателей развития туризма: объем туристского потока, состояние и развитие материально-технической базы туризма, финансово-экономическая деятельность туристской фирмы, развитие международного туризма. Преимущества и недостатки развития туризма. Туроператорская и турагентская деятельность, туроператор и турагент, тур и туристский продукт, туристская путевка, туристский ваучер, виза (виды виз). Лицензия на осуществление международной туристской деятельности. Дисконтные карточки.

6 Всемирная торговая организация: структура, основные функции. Базисные условия поставки товаров в международных договорах купли-продажи

Всемирная торговая организация (ВТО) и Генеральное соглашение по тарифам и торговле (ГАТТ). Органы ВТО. Правовая система ВТО. Особенности применения терминов Инкотермс 2000. Базисные условия поставки товаров (группа Е, F, C, D) в международных договорах купли-продажи.

7 Организация таможенного дела в Российской Федерации. Таможенный контроль. Таможенные режимы. Порядок таможенного оформления

Система таможенных органов (Федеральная таможенная служба РФ, региональные таможенные управления, таможни, таможенные посты) их функции. Таможенный контроль и его формы. Понятие таможенный режим.

Назначение таможенных режимов. Сущность таможенных режимов. Основные характеристики таможенных режимов. Определение «таможенное оформление». Порядок таможенного оформления: предварительные операции, основное таможенное оформление. Этапы предварительных операций. Этапы основного таможенного оформления.

8 Тарифное и нетарифное регулирование внешнеэкономической деятельности. Валютное регулирование и валютный контроль внешнеэкономической деятельности

Определение таможенной стоимости. Виды таможенных платежей (таможенные сборы за таможенное оформление товара, таможенная пошлина ввозная и вывозная), акциз, налог на добавленную стоимость). Виды ставок таможенных пошлин (адвалорные, специфические, комбинированные). Меры нетарифного регулирования ВЭД, контингентирование и лицензирование, антидемпинговые процедуры, технические барьеры. Задачи валютного контроля. Органы валютного контроля. Первичные и вторичные документы валютного контроля. Учетные карточки.

9 Внешнеторговый договор купли-продажи товара и его основные условия. Международные торговые расчеты

Виды договор купли-продажи (договор разовой поставки, договор с регулярной поставкой, договор на компенсационных условиях), бартерные сделки, договор встречной торговли. Основные статьи договора купли-продажи товара (предмет и объект договора, базисные условия поставки Инкотермс 2000, срок и дата поставки, порядок сдачи-приемки товаров, цена товара и условия платежа, упаковка, маркировка и транспортные условия, условия страхования, гарантии и рекламации, порядок урегулирования споров, форс-мажорная оговорка). Основные способы платежа (авансовый платеж и оплата после отгрузки). Расчеты банковскими переводами. Аккредитивная форма расчетов. Формы и виды аккредитива. Расчеты в форме инкассо. Виды инкассо. Преимущества и недостатки аккредитивной и инкассовой форм расчетов. Расчеты чеками. Расчеты при рассрочках платежа.

10 Международный туристский рынок: состояние и тенденции развития. Проблемы и перспективы развития международного туризма в России

Становление и регулирование международного туризма в России. Туризм как специфическая форма международной торговли услугами. Индустрия туризма и её развитие в современных условиях. Факторы развития международного туризма (демографические, экономические, социальные). Функции и этапы развития международного туризма.

11 Транспортное обеспечение внешнеторговых операций. Организация перевозок на различных видах транспорта

Необходимость использования транспорта в международной торговле. Группы транспортных операций. Виды транспорта, их достоинства и недостатки. Стоимость транспортировки грузов (тариф, фрахт). Организация смешанных перевозок. Таможенное оформление товаров при перевозках грузов различными видами транспорта. Транспортное страхование.

12 Формы выхода на внешний рынок. Типы внешнеторговых посредников. Торговые операции состязательного типа

Опосредованный и прямой выход на рынок. Преимущества привлечения посредников. Типы внешнеторговых посредников (коммерческие представители, комиссионеры, поверенные, агенты, дистрибьюторы). Товарная биржа и ее виды (специализированные и универсальные, публичные и частные). Техника биржевых операций. Особенности аукционных торгов (понятие аукциона, его отличие от биржи, способы ведения торгов).

По дисциплине 7 «Сервисная деятельность»

1 Зарождение и развитие услуг в обществах древнего мира

Особенности древних сообществ. Типы услуг в разных сферах жизнедеятельности в культурах древнего мира.

2 Услуги и сервисная деятельность в обществе современного типа

Влияние индустриального производства на сервисную деятельность. Сервисная деятельность в обществе постиндустриального типа. Сервисная деятельность в развивающихся странах.

3 Роль государственных механизмов в развитии услуг

Прямое воздействие и косвенное влияние политики правительства на развитие услуг. Создание административно-правовых механизмов с целью развития социокультурных услуг

4 Классификация услуг и сервисной деятельности в научном анализе

Необходимость классификации услуг. Классификация услуг по Ф. Котлеру. Классификация статистически учитываемых услуг. Отраслевая

классификация услуг. Классификация услуг по функциональной направленности. Двойственный характер услуг. Комплексная классификация услуг. Общероссийские классификаторы услуг.

5 Экономическая сущность сервисной деятельности

Сервисная деятельность как разновидность экономической активности. Номенклатура субъектов сервисной деятельности. Признаки услуг, характеризующих сервисную деятельность как экономическое явление. Сервисный продукт, его компоненты.

6 Государственно-правовое регулирование сервисной деятельности и выполнение государством сервисных функций

Функциональный аспект государственно-правовой системы. Государственно-правовая деятельность в теории общественного блага. Выполнение государством сервисных функций в современных условиях.

7 Сервисная деятельность как часть культуры

Сущность понятия «культура» в научном понимании и массовом сознании. Связь сервисной деятельности с рядом духовных областей культуры.

8 Особенности развития сервисной деятельности в современной России

Разновидности услуг отечественного сервиса на современном этапе. Характеристика инноваций в сервисной деятельности. Характерные черты франчайзинга как формы организации малого бизнеса в сфере услуг. Преимущества франчайзинговой системы. Мерчандайзинг как современная форма розничной торговой услуги. Преимущества технологии мерчандайзинга.

9 Проблемы качества и безопасности услуг в практике современного сервиса

Сущность понятий «качество услуги». Проблема качества как экономическая категория. Производственные, функциональные и потребительские свойства услуги. Безопасность человека в сфере услуг. Разновидности безопасности услуг. Возможные источники опасностей и угроз для клиентов и предприятия.

10 Сервис как услуга. Классификация видов услуг

Сущность понятия «услуга». Проблема выработки критериев классификации услуг. Классификация услуг по Ф. Котлеру. Классификация

статистически учитываемых услуг. Отраслевая классификация услуг. Классификация услуг по функциональной направленности. Двойственный характер услуг. Комплексная классификация услуг. Общероссийские классификаторы услуг.

11 Кооперативное движение 1980-х годов как форма развития службы быта

Служба быта как самостоятельная отрасль народного хозяйства. Задачи внедрения кооперативной формы обслуживания населения. Характерные признаки кооперативного предприятия. Положительные факторы деятельности кооперативов и проблемы их развития.

12 Психологические аспекты сервисной деятельности

Единство этики и психологии в сервисной деятельности. Понятие «коммуникативная компетентность». Развитие коммуникативной компетентности как необходимое условие сервисной деятельности. Типы потребителей и взаимодействие с ними.

13 Сетевая экономика: проблемы и особенности развития

Сущность понятия «информационный сервис». Особенности сетевой экономики. Структура и проблемы развития интернет - экономики в России.

14 Качество, безопасность услуг и культура сервисной деятельности

Сущность понятий «качество услуги», «качество обслуживания». Важнейшие характеристики услуги, обеспечивающие ее способность удовлетворять потребности клиента. Качество услуги с позиции потребителя: базовое (основное), требуемое (ожидаемое), желаемое качество. Относительное качество. Качество услуги как комплекс, содержащий качество потенциала (техническое), процесса (функциональное) и культуры (социальное).

Безопасность человека в сфере услуг. Разновидности безопасности услуг. Возможные источники опасностей и угроз для клиентов и предприятия.

Направления государственной деятельности по регулированию, управлению и надзору за качеством услуг.

15 Услуги и жизнедеятельность людей в традиционных сообществах

Жизненный цикл услуги и учет его особенностей в предпринимательской деятельности.

Зависимость сервисной деятельности от географических, поселенческих и демографических факторов. Сервисная деятельность в структуре социальных отношений.

По дисциплине 8 «Музейное дело»

1 Объект, предмет и метод музееведения

Объект музееведения. Предмет музееведения. Метод музееведения. Методологический принцип.

2 Классификация музеев, ее основные принципы. Профиль, типология и категория музеев. Основные подходы к градации понятий

Классификация музеев. по следующим признакам: по профилю, по основному направлению, по принадлежности, по статусной позиции, по масштабу деятельности, по категориям.

3 Основные направления и виды научно-исследовательской работы в музеях

Направления исследовательской работы в музеях. Изучение музейного собрания и памятников. Музееведческие исследования. Группы научных исследований музеев. Фундаментальные (базовые) исследования. Прикладные исследования. Научные разработки. Исследовательские компоненты. Комплектование. Научно-фондовая работа. Экспозиционная и выставочная работа. Разработка научной концепции музея. Этапы. Организация научно-исследовательской работы в музее

4 Понятие «фонды музея» как совокупность материалов, принятых на постоянное хранение. Классификация и научная организация

Музейный фонд. Музейный предмет. Свойства музейного предмета:

Типовой музейный предмет. Уникальный музейный предмет. По значимости для науки и культуры, по юридическому положению музейные фонды делятся на основной фонд и научно-вспомогательный. Классификация музейных предметов. Классификации музейных фондов:

5 Музейная экспозиция: понятие, тематическая структура, целенаправленность, временный и постоянный характер экспонирования

6 Понятие о культурно-образовательной деятельности музеев, ее основные формы

Основные формы культурно-образовательной деятельности музеев. Экскурсия. Музейные экскурсии. Клубные формы музейной работы. Музейный клуб. Характерные черты музейного клуба

7 PR-деятельность музея, ее внутренняя и внешняя составляющие

8 Ключевые задачи музеев современной России в области коммуникативной политики

9 Краткая история мира: от частного коллекционирования до первого общественного музея

Древнегреческие коллекции. Средневековье. Период Ренессансного гуманизма. Многообразие выработанных форм (помещений для экспонирования). Идеология эпохи Просвещения. Публичный музей национального масштаба во Франции. Важнейшие задачи публичного музея Европы.

10 Музейные коллекции и экспозиции в составе общественных культурных центров

Музейные коллекции. Музейные экспозиции. Первый публичный музей, год создания. Первые музеи России.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1 Агапова Т.А., Серегина С.Ф. Макроэкономика: учебник / Т.А. Агапова, С.Ф. Серегина – М.: ДИС, 2000-416с. (серия МГУ им. М.В. Ломоносова)
- 2 Беклешов Д.В. Реклама в торговле / Д.В. Беклешов, К.Г. Воронов. – М.: Междунар. Отношения, 1968. – 163с.: ил.
- 3 Борисова О.О. Реклама в библиотеке / О.О. Борисова. – М.: Либерия-бибинформ, 2005. – 216с. – (Библиотекарь и время. XXI век). – Библиогр.: с.179-195. – ISBN 5-85129-175-3.
- 4 Внешнеэкономическая деятельность предприятия: учебник / Под ред. Л.С. Стровского. – М.: Закон и право. ЮНИТИ.
- 5 Дормакович П.А. Газосветная реклама / П.А. Дормакович. – М.: Энергоатомиздат, 1990. – 128с.: ил. – (Библиотека светотехника; вып. 21). – Прил.: с.119-125. - Библиогр.: с. 126. – ISBN 5-283-...
- 6 Гальперин В.М. Макроэкономика. / В.М. Гальперин, Л.С. Тарасевич – СПб.: ГУЭФ, 1999.-656с.
- 7 Гермагенова Л.Ю. эффективная реклама а России. Практика и рекомендации / Л.Ю. Гермагенова. – М.: «РусПартнер Лтд», 1994.-252с.: ил. – (Практика бизнеса).
- 8 Гольман И. Реклама плюс. Реклама минус 2: Учебное пособие для вузов / И. Гольман. – М.: Геллапринт, 2002. – 288с.: ил. – (Рекламные технологии). – ISBN 5-901008-20-0.
- 9 Гринберг Т.Э. Политическая реклама: портрет лидера / Т.Э. Гринберг. – 2-е изд., доп. – М.: РИП-Холдинг, 1998. – 94с. – (Академия рекламы).
- 10 Гринберг Т.Э. Политические технологии. ПР и реклама: Учебное пособие для вузов / Т.Э. Гринберг. - М.: Аспект Пресс, 2006. – 317с. - Библиогр.: с.314-315. – ISBN 5-7567-0386-1.
- 11 Дейян А. Реклама: пер. с фр. / А. Дейян; общ. Ред. В.С. Загашвили. – 5-е изд., испр. - М.: Прогресс, 1993. – 176с. – (Деловая франция).
- 12 Джефкинс Ф. Реклама = Advertising: учебное пособие для вузов / Ф. Джефкинс; пер. с англ. Б.Л. Еремина. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2002. – 543с. – Парал. тит. л. на англ. яз. – ISBN 5-238-00362-5.
- 13 Дягтерева О.И. Внешнеэкономическая деятельность: учебное пособие. – 3-е изд., перераб. и доп. / О.И. Дягтерева, Т.Н. Полянова, С.В. Саркисов – М.: Дело, 2002, 320с.
- 14 Ивашковский С.Н. Макроэкономика: учебник. / С.Н. Ивашковский – М.: ДЕЛО, 2000.-472с.
- 15 Лысикова О.В. Музеи мира: учебное пособие / О.В. Лысикова. – М.: Флинта: Наука, 2002. – 128с. – ISBN 5-89349-184-Х.
- 16 Макконнелл К. Экономикс: принципы, проблемы и политика. В2 т.: Пер. с англ. / К. Макконнелл, С. Брю – М.: Республика, 1993.
- 17 Международные экономически отношения: Учебник для вузов / Под ред. В.Е. Рыбалкина. – М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2004. – 605с.

- 18 Менеджмент организации. учебное пособие / Под ред. Румянцевой З.П., Саломатина Н.А., Акбердина Р.З. и др. – М.: ИНФРА-М. 1995. – 432с.
- 19 Мескон М.Х. Основы менеджмента: Пер. с англ. / М.Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури – М.: Дело, 1993. – 703с.
- 20 Музееведение. Музеи исторического профиля: учебное пособие / под ред. К.Г. Левыкина (и др.) – М., 1988. – 543с.
- 21 Музейное дело России: учебное пособие / под ред. М.Е. Каулен (и др.) – М.: ВК, 2003. – 615с. – ISBN 5-98405-004-8
- 22 Ноздрева Р.Б. и др. Организация и управление внешнеэкономической деятельностью: 17-модульная программа для менеджеров «Управление развитием организации». Модуль 10. – М.: ИНФРА-М, 2000, 368с.
- 23 Пешкова Е.П. Маркетинговый анализ в деятельности фирмы. / Е.П. Пешкова – М.: Ось-89, 1999. – 80с.
- 24 Прокушев Е.Ф. Внешнеэкономическая деятельность: учебно-практическое пособие. / Е.Ф. Прокушев – М.: ИВЦ «Маркетинг», 2000, 208с.
- 25 Российская музейная энциклопедия: В2 т. - М, 2001. – 436с. - ISBN 5-87546-134-6.
- 26 Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: 2-е изд., перераб. и доп. / Г.В. Савицкая – М.: ИП «Экоперспектива», 1997. – 498с.
- 27 Столяров Б.А. Музейная педагогика: учебное пособие / Б.А. Столяров. – М.: Высшая школа, 2004. – 216с. ISBN 5-06-005235-4.
- 28 Уткин Э. Бизнес – план: Организация и планирования предпринимательской деятельности. / Э. Уткин – М.: Тандем, 1997.
- 29 Шапиро Д.В. Управление проектами. / Д.В. Шапиро – СПб: Два Три, 1996.
- 30 Экономика предприятия: учебник / Под ред. проф. О.И. Волкова. – М.: ИНФРА-М, 1998.-416с.
- 31 Экономика предприятия: учебник для вузов. Под ред. проф. В.Я. Горфинкеля, проф. В.А. Швабндара. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1998. – 742с.
- 32 Юренева Т.Ю. Музееведение: учебник для высшей школы / Т.Ю. Юренева. – М.: Академический проект, 2003. – 560с. – ISBN 5-8291-0263-3.