

Министерство спорта и туризма Республики Беларусь
Учреждение образования
«Белорусский государственный университет физической культуры»

УТВЕРЖДАЮ

Ректор университета
председатель приемной комиссии

С.Б.Репкин

09.04.2023

ПРОГРАММА
ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ В МАГИСТРАТУРУ

по учебной дисциплине
«Маркетинговый менеджмент в туризме и гостеприимстве»

для специальности
7-06-1013-01 «Туризм и гостеприимство»

Обсуждена и одобрена
на заседании приемной комиссии
(протокол от 31.03.2023 № 5)

Минск 2023

СОСТАВИТЕЛЬ:

Л.В.Штефан, заведующий кафедрой менеджмента туризма и гостеприимства Института менеджмента спорта и туризма учреждения образования «Белорусский государственный университет физической культуры», кандидат геолого-минералогических наук, доцент

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

кафедрой менеджмента туризма и гостеприимства Института менеджмента спорта и туризма учреждения образования «Белорусский государственный университет физической культуры» (протокол от 28.03.2023 № 8)

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Программа вступительного испытания по учебной дисциплине «Маркетинговый менеджмент в туризме и гостеприимстве» составлена на основании учебных программ учреждения высшего образования по учебным дисциплинам «Основы менеджмента», «Менеджмент в туризме и гостеприимстве», «Маркетинг в туризме», призванным сформировать общие представления о системе современных управленческих технологий, особенностях управленческой деятельности в сфере туризма и гостеприимства, способствовать приобретению навыков, применения знаний в области менеджмента и маркетинга в условиях реальной социально-профессиональной практики.

Абитуриент должен

знать:

- основные понятия и категории менеджмента;
- сущность процесса управления, основные функции управления;
- основные понятия и категории маркетинга;
- концепции маркетинга в туризме и особенности управления маркетинговой деятельностью;
- основные понятия и категории управления в туризме и гостеприимстве, терминологию туризма и гостеприимства;
- основные функции управления на каждом этапе развития предприятия индустрии туризма и гостеприимства;
- современные информационные технологии, применяемые на предприятиях индустрии туризма и гостеприимства;
- стандарты качества обслуживания гостей на предприятиях индустрии туризма и гостеприимства;

уметь:

- проводить системный анализ объекта управления;
- осуществлять планирование и прогнозирование, принятие управленческих решений, создавать эффективные организационные структуры;
- осуществлять коммуникации во внешней и внутренней среде предприятия;
- мотивировать персонал предприятия, осуществлять контроль;
- применять различные методы сбора и анализа маркетинговой информации;
- определять методы и стратегию ценообразования в туризме;
- разрабатывать комплекс маркетинга для эффективной деятельности туристического предприятия;
- разрабатывать коммуникационную политику по продвижению туристического продукта;

- анализировать, прогнозировать, планировать деятельность предприятия индустрии туризма и гостеприимства в условиях рыночной экономики;
- осуществлять коммуникации во внешней и внутренней среде предприятия индустрии туризма и гостеприимства;
- мотивировать и контролировать работу персонала, отслеживать эволюцию потребительских вкусов и предпочтений;
- осуществлять системный анализ всей деятельности предприятия индустрии туризма и гостеприимства;
- использовать информационные технологии в деятельности предприятий индустрии туризма и гостеприимства;

владеть:

- основами управленческой методологии и реализации основных функций менеджмента;
- основными принципами, технологическими основами маркетинговой деятельности;
- методологическими основами туристической деятельности.

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Тема 1. Общее представление о системе современных управленческих технологий

Понятие «управление». Логика управления. Общее представление об объекте, процессе и субъекте управления. Типология объектов управления. Менеджмент, маркетинг как основные элементы системы современных управленческих технологий. Суть управленческого труда. Менеджер и предприниматель. Уровни управления. Понятие эффективного управления.

Тема 2. Эволюция управленческой мысли: направления, школы менеджмента

Управленческая практика в древних организациях. Причины появления систематизированного взгляда на управление. Эволюция управления как наука. Направления и школы менеджмента. Рационалистическое направление. Школа научного управления. Школа административного управления. Школа количественных методов. Поведенческое направление. Школа человеческих отношений. Школа поведенческих наук. Системное направление в менеджменте. Школа системного подхода. Школа процессного подхода. Школа ситуационного подхода. Современные направления и тенденции в менеджменте. Глобальный менеджмент. Менеджмент лидерства. Менеджмент качества: Кайдзен, TQM, 6 сигм, Just-in-time и др.

Тема 3. Организация как объект управления

Понятие «организация», признаки организации. Формальные и неформальные организации. Общие характеристики организаций. Внешняя среда организации. Внутренняя среда. Ресурсы организации. Характеристика финансовых, материально-технических, людских, кадровых, технологических, информационных, временных ресурсов.

Тема 4. Внутренняя среда организации

Понятия «внутренняя среда» и «внутренние переменные». Цели организации. Структура организации и ее основные характеристики. Вертикальное и горизонтальное разделение труда. Объем управления. Задачи организации, категории задач. Технологии. Классификация технологий по Вудворду, Томпсон. Люди как компонент внутренней среды, их способности, предрасположенности, ценности, ожидания, восприятия. Взаимосвязь внутренних переменных.

Тема 5. Внешняя среда организации

Понятие «внешняя среда», ее значимость для организации. Характеристики внешней среды организации. Взаимозависимость факторов внешней среды. Сложность внешней среды. Подвижность внешней среды. Неопределенность внешней среды. Среда прямого воздействия: поставщики,

законы и государственные органы, потребители, конкуренты. Среда косвенного воздействия: научно-технический прогресс, экономика, социокультурный фактор, политические факторы, отношения на местном уровне, международное окружение.

Тема 6. Коммуникации в управлении организацией

Понятие «коммуникация». Вертикальные коммуникации: восходящие, нисходящие потоки. Горизонтальные коммуникации. Неформальные коммуникации. Коммуникационный процесс. Элементы и этапы коммуникационного процесса. Понятие обратной связи и шума. Барьеры в межличностных коммуникациях. Методы повышения эффективности межличностных коммуникаций. Организационные коммуникации. Характеристика преград в организационных коммуникациях. Методы совершенствования коммуникаций в организациях.

Тема 7. Принятие управленческих решений как связующий процесс

Природа процесса принятия решений. Организационные решения. Запрограммированные и незапрограммированные решения. Интуитивные решения. Решения, основанные на суждениях. Рациональные решения. Этапы принятия рационального решения. Релевантная информация. Критерии принятия решения. Риск, вероятность. Среда принятия решения, условия определенности и неопределенности. Ограничения в принятии решений. Негативные последствия. Взаимосвязь принимаемых решений. Методы принятия решений.

Тема 8. Планирование как функция управления. Стратегическое планирование, реализация стратегии

Сущность планирования как функции управления. Цели и задачи планирования. Виды планирования. Сущность стратегического планирования. Взаимосвязь успеха организации со стратегическим планированием. Стратегия. Миссия. Иерархия целей. Характеристика целей организации: ориентация во времени, измеримость, достижимость, стимулирующий характер. Оценка и анализ внешней среды. Исследование сильных и слабых сторон. Стратегические альтернативы: рост, сокращение, сочетание. Выбор стратегии.

Реализация стратегического плана. Тактика. Политика. Процедуры. Правила. Проблемы правил и процедур. Контроль за реализацией плана. Бюджеты. Управление по целям. Оценка стратегического плана. Проверка соответствия стратегии и структуры.

Тема 9. Организация взаимодействий и полномочий

Организация как процесс создания структур. Делегирования. Ответственность. Организационные полномочия. Концепции полномочий. Пределы полномочий. Полномочия и власть. Линейные и штабные

полномочия. Линейные полномочия и координация. Единоначалие. Ограничение нормы управляемости. Препятствия к эффективному делегированию и их преодоление.

Тема 10. Построение организационных структур

Планирование и организационное проектирование. Бюрократия. Департаментализация. Функциональная организационная структура. Дивизиональная структура. Продуктовая структура. Потребительская структура. Территориальные структуры. Адаптивные структуры. Проектная, матричная структура. Конгломераты. Централизация и децентрализация. Интеграция структур.

Тема 11. Мотивация как функция управления

Понятия «мотив» и «мотивация». Первоначальные теории мотивации. Содержательные теории мотивации. Процессуальные теории мотивации. Потребности человека: первичные, вторичные. Закон результата. Внешние и внутренние вознаграждения. Иерархия потребностей по Маслоу. Теория потребностей МакКлелланда. Двухфакторная теория Герцберга. Теория ожидания Врума. Теория справедливости Адамса. Модель Портера-Лоулера. Современные модели мотивации.

Тема 12. Построение систем контроля

Сущность и смысл контроля. Необходимость контроля: неопределенность, предупреждение кризиса, поддержание успеха. Предварительный контроль. Человеческие, материальные, финансовые ресурсы. Текущий контроль. Система обратной связи. Заключительный контроль. Процесс контроля. Установление стандартов. Сопоставление. Действия. Поведенческие аспекты контроля. Характеристики эффективного контроля. Информационные системы в контроле.

Тема 13. Руководство, власть, влияние

Понятия «власть», «влияние». Баланс власти. Власть подчиненных. Формы власти и влияния. Власть, основанная на принуждении. Власть, основанная на вознаграждении. Экспертная власть. Эталонная власть. Законная власть. Влияние через привлечение. Практическое использование влияния.

Тема 14. Лидерство: стили, ситуации

Понятие «стиль лидерства». Теории лидерства. Подход с позиции личностных качеств. Поведенческий подход. Ситуационный подход. Авторитарное и демократичное руководство. Теории X и Y. Руководство, ориентированное на человека и на работу. Классификация стилей лидерства. Управленческая решетка. Ситуационная модель Фидлера. Подход Митчела и Хауса. Теория жизненного цикла Херси и Бланшара. Модель Врума-Йеттона. Адаптивное руководство.

Тема 15. Групповая динамика в организациях

Группы и их значение для организаций. Формальные и неформальные группы. Хоторнские эксперименты и «Хоторнский» эффект. Развитие неформальных организаций. Характеристики неформальных организаций. Социальный контроль. Неформальное лидерство. Соппротивление переменам. Управление неформальной организацией. Модель Хоманса. Факторы, влияющие на эффективность групп. Размер, состав, сплоченность, групповые нормы. Эффективные собрания. Управление при помощи комитетов.

Тема 16. Методы управления

Понятие «методы управления» и значение методов управления. Административные, социально-психологические и экономические методы. Назначение и применение в организациях.

Тема 17. Маркетинг как управленческая технология

Понятие «маркетинг» и его составляющие. Социально-экономическая сущность маркетинга. Специфика маркетинга услуг. Управление маркетингом. Стадии маркетингового управления: пассивный маркетинг, организационный маркетинг, активный маркетинг.

Тема 18. Концепция маркетинга туризма

Развитие теории и практики маркетинга. Общая характеристика концепций управления маркетинговой деятельностью (концепции совершенствования производства, совершенствования товара, интенсификации коммерческих усилий, чистого маркетинга, социально-этического маркетинга). Уровни и координация маркетинга туризма. Маркетинг туризма на национальном уровне.

Тема 19. Сущность и содержание маркетинга туризма

Понятие «маркетинг туризма». Функции маркетинга в туризме: установление контактов с клиентами, развитие, контроль. Понятие «комплекс туристических услуг». Структура туристического продукта. Позиционирование туристического продукта.

Тема 20. Современные тенденции развития маркетинга туристических предприятий

Эволюция маркетинга на предприятии. Изменения стереотипов и целевых установок потребителей туристических услуг. Экологизация мышления потребителей. Вариативность частоты и длительности туристических поездок. Развитие концепции маркетинга взаимоотношений. Современные условия применения и принципы маркетинга туризма.

Тема 21. Исследование среды маркетинга туристических организаций

Анализ внутренней среды маркетинга туристических организаций. Понятие «среда маркетинга туристического предприятия». Понятие «микросреда», ее роль в развитии и функционировании предприятия. Основные направления внутренней среды туристического предприятия и их составляющие. Культура предприятия и ее анализ в процессе маркетингового исследования.

Тема 22. Схема проведения SWOT-анализа, его значение и особенности

Изучение внешней среды маркетинга туристических предприятий. Изучение внешней среды маркетинга туристических организаций. Понятие внешней среды туристической организации как совокупность двух подсистем. Понятие макроокружения (макросреды) и его основные факторы. Изучение группы демографических факторов.

Тема 23. Роль экономических факторов в развитии туризма в стране

Группа природных факторов как наиболее стабильный элемент макросреды туристического предприятия. Связь маркетинга с социально-культурными и научно-техническими факторами. Особенности политико-правовых факторов. Характер воздействия различных групп факторов.

Тема 24. Система маркетинговой информации туристического предприятия

Классификация маркетинговой информации по различным критериям. Принципы получения первичной информации. Особенности сбора вторичной маркетинговой информации. Система внутренней и внешней маркетинговой информации предприятия. Экспертные оценки как источник маркетинговой информации. Метод фокус-группы в маркетинговых исследованиях. Система анализа маркетинговой информации.

Тема 25. Потребители туристических услуг

Характеристика потребителей туристических услуг. Классификация потребителей. Общая характеристика методов изучения потребителей туристических услуг. Основные факторы влияния на потребителей. Ориентация на потребителя как основной принцип маркетинга. Факторы, оказывающие влияние на потребителей туристических услуг.

Тема 26. Мотивы поведения потребителей туристических услуг

Понятия «мотив» и «потребность». Внешние и внутренние мотивы. Понятие мотивация. Характеристика и основные теории мотивации.

Характеристика мотивационного процесса, его этапы и поведение потребителей на каждом из этапов. Основные теории мотивации.

Тема 27. Процесс принятия решения о покупке

Понятие и ступени процесса покупки. Действия процесса покупки. Принятие решения о покупке товара-новинки. Источники информации для потенциального клиента. Различные варианты принятия решения о покупке товара-новинки. Оценка степени удовлетворенности потребителей.

Тема 28. Разработка туристического продукта

Маркетинговое понимание товара. Понятия «товар» и «товарная единица». Характеристика уровней товара: товар по замыслу, товар в реальном исполнении, товар с подкреплением. Классификация товаров. Понятие «поддержка продукта». Элементы группы поддержки продукта. Понятие «товарный ассортимент».

Тема 29. Жизненный цикл туристического продукта

Понятие «жизненный цикл товара». Этапы жизненного цикла товара: этап выведения на рынок, этап роста, этап зрелости, этап упадка. Особенности работы с товаром на каждом из этапов. Выбор политики маркетинга при смене жизненного цикла товара. Виды маркетинговой политики в сфере туристического бизнеса.

Тема 30. Рыночная атрибутика товара

Понятия «бренд» и «брендинг». Основные понятия: «марка», «марочное название», «марочный знак», «товарный знак», «авторское право». Характеристика товарного знака. Сущность права на товарный знак. Основные функции товарной марки. Товарный знак как один из важнейших элементов фирменного стиля туристического предприятия.

Тема 31. Рынок туристических услуг

Рынок туристических услуг и условия его функционирования. Понятие «рынок туристических услуг». Виды рынков. Определение емкости рынка. Доля рынка как один из экономических рыночных показателей. Понятие «конъюнктура рынка туристических услуг». Оценка конъюнктуры рынка. Доля рынка как один из экономических рыночных показателей.

Тема 32. Сегментация туристического рынка

Понятие сегментации туристического рынка. Характеристика сегмента. Концепции маркетинга: массовый маркетинг, товарно-дифференцированный маркетинг, целевой маркетинг. Выбор целевых сегментов туристического рынка. Принципы и цели сегментации потребителей туристических услуг. Методы освоения целевых сегментов.

Тема 33. Конкуренция в туризме

Конкурентная среда туристических организаций. Понятие «конкуренция», ее предмет и объект. Виды конкуренции. Элементы анализа конкурентов. Понятие «конкурентная карта рынка». Роль информации в изучении конкурентов. Построение конкурентной карты рынка. Конкурентоспособность туристических организаций. Понятие и сущность конкурентоспособности. Факторы конкурентоспособности туристического предприятия.

Тема 34. Цена и ценообразование в туризме

Цена и ее факторы в комплексе маркетинга. Цена как важнейший элемент комплекса маркетинга. Роль ценообразования в развитии туристического предприятия. Два уровня ценообразования, их характеристика. Внешние факторы процесса ценообразования. Постановка целей ценообразования. Краткосрочные и долгосрочные цели. Выбор метода ценообразования. Особенности ценообразования на основе издержек. Достоинства и недостатки ориентации на уровень конкуренции при ценообразовании.

Тема 35. Определение и реализация ценовой стратегии

Понятие «ценовая стратегия». Критерии выработки ценовой стратегии туристического предприятия. Основные критерии выбора ценовой стратегии. Особенности ценовой стратегии для новых продуктов. Характеристика стратегии проникновения на рынок. Сущность стратегии престижных цен и стратегии следования за лидером. Стратегия цены сегмента рынка, ее преимущества и недостатки. Стратегия высоких цен и механизм ее применения.

Тема 36. Основные понятия и категории менеджмента в туризме

Понятия «менеджмент» и «туризм». Функции менеджмента в туризме. Экономическая и социальная эффективность менеджмента. Организационные структуры менеджмента в туризме, уровни управления.

Тема 37. Основные понятия менеджмента гостеприимства

Основные понятия и составные элементы гостеприимства. История зарождения и развития индустрии гостеприимства. Характеристика современного этапа развития индустрии гостеприимства.

Тема 38. Структура индустрии гостеприимства

Сектор средств размещения. Сектор питания и напитков. Сектор транспорта. Сектор развлечений, спорта и досуга.

Тема 39. Модели менеджмента в гостиничном хозяйстве Республики Беларусь

Восточно-европейская модель гостеприимства. Европейская модель гостеприимства. Американская модель гостеприимства. Азиатская модель гостеприимства.

Тема 40. Инфраструктура индустрии туризма и гостеприимства

Индустрия размещения. Развитие гостиничного бизнеса в Республике Беларусь. Нормативная документация. Характеристика и особенности предоставления гостиничных услуг. Основные службы гостиницы, технология процесса обслуживания. Международная классификация средств размещения. Типология гостиничных предприятий. Международные гостиничные цепи.

Тема 41. Индустрия питания

Развитие ресторанного бизнеса в Республике Беларусь. Нормативная документация. Классификация предприятий питания. Методы подачи блюд и напитков. Виды завтраков. Способы обслуживания гостей. Кейтеринг как тенденция.

Тема 42. Индустрия транспорта

Международная классификация средств транспорта. Достоинства и недостатки основных транспортных средств. Характеристика предприятий транспорта. Виды маршрутов. Особенности перевозки пассажиров и багажа на различных видах транспорта. Классы обслуживания. Тарифы и скидки.

Тема 43. Индустрия спорта и развлечений

Инфраструктура спорта и развлечений в Республике Беларусь. Характеристика процесса развлечений. Тенденции развития индустрии спорта и развлечений. Роль и функции анимационного обслуживания туристов на современном этапе развития индустрии туризма и гостеприимства. Формула анимации в гостеприимстве. Анализ и контроль анимационной деятельности на предприятиях индустрии гостеприимства.

Тема 44. Место туроператоров и турагентов в индустрии туризма и гостеприимства

Классификация туроператоров. Классификация туристических агентств. Способы взаимодействия туроператоров и турагентов, методы мотивации.

СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

ОСНОВНАЯ

1. Менеджмент : учеб. пособие / Р. Б. Ивуть [и др.] ; под ред. Э. М. Гайнутдинова. – Минск : Выш. шк., 2019. – 239 с.
2. Скобкин, С. С. Менеджмент в туризме : учеб. и практикум для вузов / С. С. Скобкин. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Юрайт, 2021. – 365 с.
3. Восколович, Н. А. Маркетинг туристских услуг : учебник и практикум для вузов / Н. А. Восколович. – 3-е изд., перераб. и доп. – М. : Юрайт, 2020. – 191 с.
4. Лисевич, А. В. Маркетинг в туристской индустрии : учеб. пособие / А. В. Лисевич, Е. В. Лунтова. – М. : Дашков и К, 2021. – 173 с.
5. Сергеева, Е. А. Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Е. А. Сергеева ; Крым. федер. ун-т им. В. И. Вернадского, Ин-т экономики и управления. – Симферополь : АРИАЛ, 2021. – 568 с.

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ

6. Астафеев, В. Д. Управление качеством на основе использования международных стандартов ИСО серии 9000 и отечественных стандартов – ГОСТов / В. Д. Астафеев. – М. : Лаборатория книги, 2012. – 109 с.
7. Бай, Т. В. Теория и методика организации питания в туристской индустрии : учеб. пособие / Т. В. Бай, О. В. Котлярова. – М. : РУСАЙНС, 2020. – 103 с.
8. Виханский, О. С. Менеджмент : учебник / О. С. Виханский, А. И. Наумов. – 6-е изд., перераб. и доп. – М. : Магистр : ИНФРА-М, 2021. – 656 с.
9. Гареев, Р. Р. Инновации в гостиничном и туристском бизнесе : учеб. пособие / Р. Р. Гареев ; Рос. эконом. ун-т им. Г. В. Плеханова. – М. : Кнорус, 2019. – 228 с.
10. Гостиничный менеджмент : учеб. пособие / Н. А. Платонова [и др.] ; Рос. гос. ун-т туризма и сервиса ; под ред. А. А. Федупина. – 3-е изд., перераб. – М. : Кнорус, 2019. – 432 с.
11. Дворниченко, В. В. Организация безопасности туристов в средствах размещения : пособие / В. В. Дворниченко ; М-во спорта и туризма Респ. Беларусь, Белорус. гос. ун-т физ. культуры. – Минск : БГУФК, 2017. – 124 с.
12. Егоршин, А. П. Эффективный менеджмент организации : учеб. пособие / А. П. Егоршин. – М. : ИНФРА-М, 2021. – 388 с.
13. Иванова, И. А. Менеджмент : учеб. и практикум для вузов / И. А. Иванова, А. М. Сергеев. – М. : Изд-во Юрайт, 2020. – 305 с.
14. Коль, О. Д. Маркетинг в туристской индустрии : учеб. и практикум для вузов / О. Д. Коль. – М. : Юрайт, 2021. – 354 с.

15. Коротун, О. Н. Менеджмент: основные технологии : учеб. пособие для бакалавров / О. Н. Коротун, И. С. Кошель, В. В. Мазур. – 2-е изд. – М. : Дашков и К, 2020. – 108 с.

16. Лисевич, А. В. Маркетинг в туристской индустрии : учеб. пособие / А. В. Лисевич, Е. В. Лунтова. – М. : Дашков и К, 2021. – 173 с.

17. Разуванов, В. М. Менеджмент качества в туризме и гостеприимстве : учеб.-практ. пособие / В. М. Разуванов ; Белорус. гос. эконом. ун-т. – Минск : БГЭУ, 2011. – 157 с.

18. Стандартизация в сфере туристско-экскурсионного обслуживания. Основные положения : ГОСТ 28681.0-90. – Введ. 02.10.90. – М. : Изд-во стандартов, 1997. – 9 с.

19. Туристские услуги. Информация для потребителей. Общие требования : ГОСТ 32612-2014. – Введ. 01.01.2016. – М. : Стандартинформ, 2014. – II, 7 с.

20. Туристские услуги. Требования по обеспечению безопасности туристов : ГОСТ 32611-2014. – Введ. 01.01.2016. – М. : Стандартинформ, 2014. – 10 с.

21. Туристские услуги. Услуги туризма для людей с ограниченными физическими возможностями. Общие требования = Турысцкія паслугі. Паслугі турызму для людзей з абмежаванымі фізічнымі магчымасцямі. Агульныя патрабаванні : ГОСТ 32613-2014. – Введ. РБ 01.06.17. – Минск : Госстандарт, 2017. – II, 9 с.

22. Туристско-экскурсионное обслуживание. Проектирование туристских услуг : ГОСТ 28681.1-95. – Введ. 01.01.99. – Переизд. окт. 2016. – Минск : Госстандарт, Белорус. гос. ин-т стандартизации и сертификации, печ. 2016 (обл. 2017). – 13 с.

23. Туристско-экскурсионное обслуживание. Туристские услуги. Общие требования = Турысцка-экскурсійнае абслугоўванне. Турысцкія паслугі. Агульныя патрабаванні : ГОСТ 28681.2-95. – Введ. 01.01.99. – Переизд. февр. 2014. – Минск : Госстандарт, 2014. – 4 с.

24. Услуги гостиниц и аналогичных средств размещения. Общие требования и классификация = Паслугі гасцініц і аналагічных сродкаў размяшчэння. Агульныя патрабаванні і класіфікацыя : СТБ 2577-2020 – Взамен СТБ 1353-2005 (с отменой на территории РБ ГОСТ 28681.4-95) ; введ. 01.10.20. – Минск : Госстандарт, 2020. – III, 61 с.

25. Услуги туристические. Гостиницы и другие средства размещения туристов. Термины и определения = Паслугі турыстычныя. Гасцініцы і другія сродкі размяшчэння турыстаў. Тэрміны і азначэнні : ГОСТ ISO 18513-2013 – Введ. РБ 01.10.14. – Минск : Госстандарт, 2014. — 19 с.

26. Услуги туристские. Общие положения = Паслугі турысцкія. Агульныя палажэнні : СТБ 1352-2005 – Взамен СТБ П 1352-2002 ; введ. 01.11.05. – Минск : Госстандарт, 2005. – 9 с.