

УТВЕРЖДЕНО на заседании
кафедры «Информатика,
математика и общегуманитарные
науки» протокол № 8 от «27»
марта 2025 г.

**Примерный перечень вопросов для подготовки к ГИА
по программе бакалавриата, направление подготовки
43.03.02 «Туризм»,
ОП "Международный и национальный туризм"
Профиль: Международный и национальный туризм
2025-2026 учебный год**

**1.1. Вопросы на основе содержания общепрофессиональных и
профессиональных дисциплин направления подготовки.**

1. Рыночный спрос. Закон спроса и его детерминанты. Рыночное предложение. Закон предложения и его детерминанты.

2. Экономическая роль рекламы, ее воздействие на функцию спроса фирмы и конкурентоспособность фирмы. Значение рекламы на рынке монополистической конкуренции.

3. Основные формы и цели корпоративной интеграции в международном бизнесе. Интегрированные корпоративные структуры.

4. Формы торговых операций в международном туристском бизнесе. Экспорт и импорт услуг в международном туризме.

5. Особенности продвижения туристских и гостиничных компаний в цифровой среде. Методические подходы к разработке digital-стратегий.

6. Финансово-экономические показатели развития бизнеса в индустрии туризма и гостеприимства. Понятие эффективности бизнеса. Показатели оценки эффективности бизнеса в туризме и гостеприимстве.

7. Оценка стратегического положения предприятия индустрии туризма и гостеприимства на основе SWOT-анализа. Стратегические и тактические бизнес-решения в туризме и гостеприимстве.

8. Роль кредита в современной рыночной экономике. Формы и виды кредита и их характеристики. Роль банковской системы в развитии реальной экономики.

9. Финансовые ресурсы, их состав и структура. Виды финансовых ресурсов экономических субъектов. Основные направления формирования и использования финансовых ресурсов.

10. Статистика туристских потоков. Важнейшие показатели. Использование статистических данных для оценки развития индустрии туризма и гостеприимства.

11. Прямое и косвенное влияние туризма на экономику страны. Туристский мультипликатор: понятие и типы. Иностраннные инвестиции как условие развития международного туризма и стимулирования экономического роста.

12. Правовые условия осуществления туроператорской деятельности. Банковская гарантия как способ финансового обеспечения туристской деятельности.

13. Договор страхования ответственности туроператора как способ финансового обеспечения туристской деятельности. Формирование фонда персональной ответственности туроператора: цели, размер, порядок использования.

14. Особенности туроперейтинга во внутреннем, въездном и выездном туризме. Инициативный и рецептивный туроперейтинг.

15. Монопрофильные и многопрофильные туроператоры. Классификация туроператоров по видам деятельности, по размерам, регионам деятельности и экономическим функциям.

16. Туроператор как составитель турпакета. Основные аспекты подбора туроператорами поставщиков услуг.

17. Динамическое и классическое пакетирование, бронирование на мета-поисковиках и ОТА. Использование B2B-платформ поставщиков

(авиакомпаний, отелей, ресторанов) для формирования туристских предложений.

18. Психологические аспекты работы с клиентами. Мотивация туристского спроса. Психология туристских потребностей.

19. Особенности покупательского поведения на рынке туристских услуг. Стимулирование потребителей в индустрии туризма и гостеприимства.

20. Национальное законодательство как источник правового регулирования отношений в сфере осуществления туристской и гостиничной деятельности.

21. Цели, направления, принципы и способы государственного регулирования туристской деятельности. Классификация объектов туристской индустрии.

22. Понятие, содержание и виды режимов обеспечения безопасности туризма. Обеспечение безопасности при проектировании тура, туристических услуг и их осуществлении.

23. 3. Понятие и структура туристского потенциала территорий. Методики оценки туристского потенциала территорий.

24. Основные туристские регионы и районы России, их особенности.

Вопросы на основе содержания профиля «Международный и национальный туризм»

1. Сущность и содержание туризма как вида экономической деятельности. Классификация видов туризма. Типы ресурсов для разных видов туризма

2. Субъекты и объекты предпринимательской деятельности в сфере туризма. Экономическая сущность туристского продукта.

3. Понятие туристской дестинации и основные методы анализа ее состояния. Туристско-рекреационные особенности дестинации (ресурсы и условия развития туризма).

4. Турфирма как организатор туристских путешествий и пребывания туристов в дестинациях. Основные отличия операторского и агентского бизнеса в индустрии туризма и гостеприимства.

5. Специфика экономики туроператора и турагента. Основные виды доходов и расходов турагентства.

6. Рынок туристских услуг, сегменты рынка. Роль и значение туроператора и турагента на туристском рынке.

7. Основные функции и методы управления предприятием туристской индустрии.

8. Информационное обеспечение управления предприятием туристской индустрии. Характеристика мобильных инструментов продвижения услуг, продуктов, территорий.

9. Раскройте особенности применения цифровых технологий в гостиничном и ресторанном бизнесе

10. Концепция, функции, цели коммуникаций в индустрии туризма и гостеприимства. Трансформация коммуникаций в условиях цифровой экономики.

11. Особенности использования искусственного современными компаниями туристской индустрии.

12. интеллекта Сущность и особенности динамического пакетирования туров. Отличие динамического турпакета от классического.

13. Преимущества и недостатки динамического пакетирования туров для индустрии туризма. Специфика специального программного обеспечения, используемого в процессе создания динамических турпакетов

14. Электронная коммерция в туризме – понятие, характеристика, назначение. Особенности регулирования электронной коммерции. Проблемы и перспективы развития.

15. Рекламные методы продаж туристских услуг, продвижение турпродукта в онлайн пространстве. Сущность связей с общественностью

(PR) как элемента маркетинговых коммуникаций предприятия индустрии туризма и гостеприимства.

16. Что представляет собой таргетированная реклама, в её особенности и отличительные черты от других видов реклам?

17. Раскройте понятие, виды и особенности развития брендинга территорий. Как событийный туризм влияет на бренд территории. Понятие фирменного стиля, его особенности в индустрии туризме. Имидж туристского региона.

19. Критерии эффективности управления предприятиями индустрии туризма и гостеприимства. Подходы и методы оценки эффективности.

20. Событийный туризм. Принципы успеха различных видов событий. Сущность и отличительные признаки специального события.

21. Охарактеризуйте особо ценные объекты культурного наследия народов Российской Федерации.

22. Основные направления инновационно-инвестиционной деятельности организаций сферы туризма. Раскройте показатели их характеризующие.

23. Экологический фактор в туризме. Туристские ресурсы и основные регионы сельского туризма. Перспективы развития.

24. Современное состояние и перспективы развития международного въездного и выездного туризма в РФ.