

КАРАГАНДИНСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
КАЗПОТРЕБСОЮЗА

Кафедра туризма и ресторанного дела

УТВЕРЖДАЮ

Ректор Карагандинского
экономического университета
д.э.н., профессор
Аймагамбетов Е.Б.



«15» марта 2019г.

ВОПРОСЫ

комплексного Государственного экзамена
по специальности
6М090200 «Туризм»
(научно-педагогическое направление)

2018-2019 учебный год

Обсуждено и одобрено
на заседании кафедры
туризма и ресторанного дела
«22» февраля 2019 г., протокол №7
и.о.зав.кафедры Матаева Б.Т.

Вопросы по дисциплине
**«Современные тенденции и прогнозирование развития
туристского рынка»**

1. Жизненный цикл развития туристского продукта и туристский рынок.
2. Пути оптимизации жизненного цикла туристского продукта.
3. Концепция жизненного цикла туристского продукта в анализе рынка туристских услуг.
4. Компьютерные системы резервирования CRS (Computer Reservation System).
5. Географические тенденции развития туристских потребностей.
6. Динамика спроса, географические факторы формирования спроса, зависимость формирования спроса от структуры и объема природно-оздоровительных и культурно-исторических рекреационных ресурсов.
7. Географические сдвиги в развитии спроса в сфере туризма.
8. Коэффициент эластичности спроса в сфере туризма. Коэффициент эластичности предложения в сфере туризма.
9. Соотношение спроса и предложения, эластичность предложения.
10. Механизм формирования равновесной цены в концепции А. Маршалла.
11. Общая характеристика рынка въездного туризма на современном этапе и перспективы его развития по оценкам международных туристских организаций.
12. Страны-конкуренты Казахстана на туристском рынке. Характеристика их продукта.
13. Особенности массового сознания различных национальных групп как фактор формирования привлекательного (отталкивающего) образа Казахстана
14. Ведущие туроператоры – отечественные рецептивные фирмы. Критерии оценки эффективности.
15. Системы стимуляции спроса и продвижения казахстанского турпродукта за рубежом.
16. Маркетинговые исследования, маркетинговое планирование, маркетинговые воздействия.
17. Личный опрос, наблюдение, анкетирование, эксперимент и др.
18. Комплексный анализ рынка туристских услуг. Анализ материально-технической базы туризма. Анализ валютных поступлений. Коэффициент туристской плотности.
19. Территориальные и структурные сдвиги в развитии туристского рынка.
20. Территориальные различия в уровне развития туристского рынка.
21. Оценка и прогнозирование развития рынка познавательного туризма.
22. Географические ареалы и узлы познавательного туризма.
23. Прогнозирование развития рынка познавательного туризма.
24. Оценка и прогнозирование развития рынка оздоровительного туризма.
25. Географические ареалы и узлы оздоровительного туризма.

26. Моделирование и прогнозирование развития рынка оздоровительного туризма.
27. Оценка и прогнозирование развития рынка сельского и экологического туризма.
28. Географические ареалы и узлы сельского и экологического туризма.
29. Оценка и прогнозирование развития рынка делового туризма.
30. Географические ареалы и узлы делового туризма.
31. Оценка и прогнозирование развития рынка специальных видов туризма.
32. Географические ареалы и узлы специальных видов туризма.
33. Прогнозирование и моделирование развития рынка специальных видов туризма.
34. Проблемы прогнозирования развития рынка туристских услуг в Республике Казахстан
35. Экономические функции туристского рынка.
36. Рынок туристских услуг в современном мире, туристские услуги в их современном понимании.
37. Географическое изучение рынка туристских услуг.
38. Исторические этапы развития туристского рынка.
39. Социодемографические, лично-поведенческие, культурные и общественно-психологические факторы развития рынка туристских услуг.
40. Модели развития стран в зависимости от уровня развития сегмента туризма.
41. Основные тенденции развития мирового и региональных рынков туруслуг.
42. Особенности развития рынка туруслуг в различных регионах мира.
43. Глобализация и развитие рынка туристских услуг.
44. Сегментация рынка по признакам: по региональному признаку по уровню урбанизации по профессиональным признакам, по возрастному признаку, по уровню доходов, по интересам.
45. Структура туристского рынка по географическому положению, по уровню насыщения, по степени зрелости, по ведущей функции и др.
46. Инфраструктура туристского рынка, ее основные элементы, основные функции инфраструктуры.
47. Географические аспекты развития механизмов функционирования туристского рынка.
48. Конъюнктура туристского рынка. Совершенная и несовершенная конкуренции.
49. Структура, функции и методы изучения территориальных рекреационных систем.
50. Рекреационно-географическое положение и экономико-географическое положение: сходства и различия.
51. Особенности оценки рекреационно-географического положения региона (ресурса)
52. Структура туристского продукта как совокупность туристских услуг, работ и товаров.
53. Подходы и принципы создания туристского продукта, этапы разработки.

54. Продвижение (promotion) туристского продукта на национальный и международный рынок туристских услуг.
55. Конкурентоспособность туристского продукта.
56. Географические факторы формирования конкурентоспособного туристского продукта.
57. Современные подходы к оценке объемов и структуры рекреационных ресурсов для формирования рынка туристских услуг.
58. Туристские связи с РК. Место РК в индустрии путешествий.
59. Сегментация спроса на турпоездки в РК: оценка действительного и потенциального состояния.
60. Ограниченность мощности туристической индустрии и пропускной способности туристических ресурсов как лимитирующие факторы въездного туризма

Вопросы по дисциплине
«Технология въездного туризма»

1. Инкаминг как вид туристической деятельности.
2. Экономическое значение въездного туризма: отраслевые и макроэкономические критерии оценки.
3. Ведущие тенденции и принципы развития международного туризма; определяющие принципы развития въездного туризма.
4. Место Казахстана в индустрии мирового въездного туризма; прогнозы международных экспертов по развитию въездного туризма в Казахстане.
5. Концептуальные направления развития индустрии туризма в Казахстане
6. Основные функции туроператора выездного туризма.
7. Технология организации туров казахстанских туристов за рубеж.
8. Формы работы с иностранными партнерами.
9. Услуги, оказываемые meet-компаниями.
10. Международный туристский рынок. Страны-доноры, страны-реципиенты.
11. Международные туристские организации, их классификация и назначение.
12. Проблемы въездного туризма в Казахстане; причины, препятствующие развитию въездного туризма. Основные меры по их преодолению.
13. Формы сотрудничества туроператора с предприятиями гостиничной индустрии.
14. Разовые заявки, комитмент, элотмент, безотзывное бронирование, повышенная комиссия, приоритетное бронирование.
15. Организация выездных групповых и индивидуальных туров массовых направлений.
16. Основные функции и задачи туроператора. Особенности профессиональной деятельности туроператора выездного туризма.
17. Особенности организации и деятельности флайтеров и нон-флайтеров.
18. Нормативно-правовая база Казахстана в сфере въездного туризма.

19. Туроператорское лобби. Предпосылки возникновения.
20. Интернет-бронирование гостиниц и других средств размещения, аренда автомобилей, самолётов, яхт и др. Услуга on-line-бронирования.
21. Природные, культурно-исторические и социальные предпосылки развития въездного туризма в Казахстане: общая характеристика туристских ресурсов.
22. Характеристика доминантных для въездного туризма туристских ресурсов Казахстана: природно-климатических, этнографических, исторических, культурных.
23. Доминантные для въездного туризма туристские регионы Казахстана, основные туристические маршруты, объекты и специальные программы.
24. Маркетинговая среда рынка туруслуг
25. Технология организации приема и обслуживания иностранных туристов.
26. Анализ современного туристического имиджа Казахстана и проблемы его корректировки
27. География авиаперевозок. Казахстанские и зарубежные авиакомпании. Авиационные альянсы.
28. Формы сотрудничества туроператора с авиакомпаниями. Регулярные и чартерные перевозки, фрахт воздушного судна. Выписка и реализация авиабилетов.
29. Основные инкам-туры в Казахстане
30. Организация продвижения национального турпродукта на зарубежных рынках.
31. Правила экскурсионного обслуживания на территории Казахстана.
32. Особенности размещения иностранных туристов на территории Казахстана.
33. Технология организация автотранспортных перевозок. Услуги автотранспортных хозяйств. Международная классификация автобусов.
34. Ограниченность мощности туристической индустрии и пропускной способности туристических ресурсов как лимитирующие факторы въездного туризма
35. Негативные экономические, социальные, культурные и политические последствия развития въездного туризма
36. Особенности организации туров для несовершеннолетних людей(детей). Визовые формальности. Особенности размещения.
37. Профессионально-квалификационные требования к экскурсоводу, гиду-переводчику. Права и обязанности экскурсовода, гида-переводчика.
38. Взаимодействие туроператора со страховой компанией и туристом. Оформление страхового полиса.
39. Современное состояние инкамингового туроперейтинга в Казахстане
40. Государственное регулирование инкам-туроперейтинга
41. Действия туроператора при наступлении страхового случая.
42. Оценка составляющих туристического имиджа страны
43. Современные способы продвижения туристской продукции; значение участия в международных туристских организациях и международных

туристских мероприятиях.

44. Особенности кросс-культурного поведения в туристском бизнесе.
45. Популярные туристские объекты, маршруты и программы. Неизвестные туристские маршруты.
46. Оформление и получение заграничного паспорта, визы (при необходимости). Таможенные формальности.
47. Инфраструктура и структура въездного туризма Казахстана
48. Организация детско-юношеского туризма в Казахстане.
49. Консульские службы и посольства в Казахстане, специфика работы с ними.
50. Требования санитарно-эпидемиологических служб к туристам, выезжающим за рубеж.
51. Характеристики демографических, социально-профессиональных, этнических и национальных особенностей как факторов формирования туристского спроса.
52. Факторы, средства и технологии производства национального туристического продукта
53. Методология определения экономического эффекта въездного туризма
54. Специальные процедуры контроля на воздушном транспорте.
55. Ведущие мотивации и предпочтения по видам туризма при организации поездок туристов основных стран-доноров.
56. Особенности приема туристов из Европы.
57. Особенности приема туристов пограничных стран-доноров.
58. Выработка стратегии и тактики маркетинга сбытовых территорий во въездном туризме.
59. Сравнительный анализ систем инкаминга стран-конкурентов Казахстана.
60. Разработка казахстанского туристического брэнда и ее проблемы.

Вопросы по дисциплине
«Современные исследования индустрии туризма»

1. Предмет исследований в индустрии туризма.
2. Роль исследований в выявлении проблем функционирования предприятия индустрии туризма.
3. Определение проблемы и целей исследования индустрии туризма.
4. Направления исследований в области индустрии туризма.
5. Выявление объектов и целей исследований.
6. Основные принципы организации службы исследований.
7. Информационная составляющая исследования индустрии туризма.
8. Выбор источников информации, сбор информации.
9. Специфика и свойства информации для исследований.
10. Разработка требований к содержанию информации и определение ее источников.
11. Информационная система, ее компоненты.
12. Проектирование исследований.
13. Этапы исследований индустрии туризма.
14. Методы исследований на отдельных этапах.
15. Разработка выборочного плана в исследованиях индустрии туризма.
16. Процесс сбора маркетинговой информации.
17. Процесс проведения количественных и качественных исследований.
18. Критерии выбора метода проведения опроса.
19. Правила разработки вопросника для исследований.
20. Виды и способы проведения наблюдения.
21. Панельный метод обследования.
22. Методы измерения достоверности экспериментальных данных и границы их использования.
23. Основные этапы статистического моделирования.
24. Метод Монте-Карло в маркетинговых исследованиях.
25. Методика проведения фокус-групп.
26. Область применения фокус-групп.
27. Анализ данных и представленных результатов в фокус-группе.
28. Ключевые вопросы к применению метода экспертных оценок.
29. Порядок проведения экспертных опросов и содержание их отдельных этапов.
30. Основные методы банка статистических процедур, применяемые в анализе информации.
31. Редактирование и преобразование данных.
32. Аналитическая система и предоставление результатов.
33. Презентация результатов исследования.
34. Принципы организации изучения конъюнктуры рынка в системе исследования.
35. Анализ взаимодействия спроса, предложения и цен.
36. Роль и значение исследований конъюнктуры в оперативном управлении

рынком.

37. Изучение емкости рынка туристских услуг.
38. Факторы формирования емкости рынка.
39. Исследование доли турфирмы на рынке.
40. Прогнозирование, основанное на методах математической статистики.
41. Основные факторы, определяющие оценку и поведение потребителей.
42. Отношения и подходы к изучению потребителей услуг индустрии туризма.
43. Основные направления исследования потребителей услуг индустрии туризма.
44. Исследование особенностей организации обслуживания клиентов в индустрии туризма.
45. Основные направления и способы изучения турпродукта.
46. Исследование вывода на рынок нового турпродукта.
47. Социологические исследования потребностей туристов в новом туристском продукте.
48. Схема изучения конкуренции.
49. Особенности изучения форм и методов конкуренции.
50. Последовательность изучения условий конкуренции на рынке.
51. Исследование конкурентоспособности предприятий индустрии туризма.
52. Исследование продвижения услуг предприятий индустрии туризма.
53. Особенности методов изучения и анализа информации по стимулированию сбыта.
54. Основные направления исследования рекламы в туризме.
55. Испытание рекламы, планируемой к выпуску.
56. Исследование эффективности рекламной деятельности на туристских предприятиях
57. Современные тенденции развития туристской индустрии.
58. Проблемы в формировании и развитии индустрии туризма Казахстана.
59. Особенности организации исследований тенденции развития международной индустрии туризма.
60. Исследование тенденции развития мировой индустрии туризма.