

КАРАГАНДИНСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ  
КАЗПОТРЕБСОЮЗА

Кафедра туризма и ресторанного дела

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



«15» февраль 2019г.

**ВОПРОСЫ**

комплексного Государственного экзамена  
по специальности  
6М090200 «Туризм»  
(Профильное 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:  
**«Экономика туризма»**

1. Экономическое содержание туризма.
2. Туризм как крупнейший сектор экономики мирового хозяйства.
3. Основные проблемы экономики туриндустрии.
4. Основные цели экономики туризма.
5. Лимитирующие факторы экономики туризма: сезонность, политические факторы, экономические факторы, природные факторы.
6. Осязаемые и неосязаемые туристские продукты.
7. Прямые и косвенные туристские затраты.
8. Туристский экспорт и импорт.
9. Туристский рынок как система экономических, юридических, социальных отношений
10. Структура туристского рынка и его особенности.
11. Прогнозирование спроса на продукцию туриндустрии
12. Видимая и невидимая торговля. Торговый баланс
13. Прямое и косвенное влияние туризма
14. Факторы формирования платежеспособного спроса: экономически, социальные, демографические и др.
15. Реализованный спрос в туризме.
16. Прогнозирование спроса на продукцию туриндустрии.
17. Факторы предложения на туристском рынке.
18. Статистика туристских доходов
19. Тенденции развития современного туризма
20. Экономическое значение иностранного туризма
21. Экономический смысл мультипликатора. Основные источники дохода, получаемого от туризма
22. Статистика прибытия в страну туристов
23. Инвестиции в туристскую экономику
24. Цикличность развития экономики страны
25. Структурные сдвиги в экономике страны
26. Туристская отрасль как приоритетная сфера развития экономики Казахстана
27. Историческое развитие концепции конкурентоспособности
28. Индекс конкурентоспособности туризма «Travel & Tourism Competitiveness Index»
29. Мониторинг соотношения конкурентных позиций на мировом туристском рынке
30. Казахстанский туризм в системе мирового рейтинга конкурентоспособности
31. Конкурентные позиции туристской индустрии
32. Основные критерии разработки программ развития
33. Экономическая оценка туристского потенциала региона

34. Совершенствование структурных аспектов в межотраслевых региональных программах
35. Этапы разработки региональной программы развития туризма
36. Анализ и ранжирование туристского потенциала
37. Экспертная оценка туристского потенциала региона
38. Теоретические основы государственного регулирования рынка услуг
39. Методы прямого и косвенного государственного регулирования экономических процессов
40. Опыт государственного регулирования туристского бизнеса в странах с высоким уровнем развития туризма
41. Классификация экономических функций государства
42. Экономические и административные инструменты государственного регулирования туристского рынка
43. Государственно-частное партнерство в сфере туризма
44. Инвестиции, как процесс использования ресурсов, направленный на расширение туристской деятельности
45. Инвестиционные процессы в туризме
46. Направления привлечения инвестиционных ресурсов в туризме.
47. Капитал, как совокупность денежных средств, предназначенных для инвестирования в сферу туризма.
48. Основные и оборотные производственные фонды
49. Группы оборотных активов
50. Оборачиваемость оборотных средств
51. Роль собственных средств.
52. Формирование запасов на предприятиях индустрии туризма
53. Издержки производства
54. Метод директ-костинг
55. Рыночные или маркетинговые методы установления цены
56. Показатель экономической эффективности функционирования туристского предприятия
57. Коэффициент заполняемости гостиниц
58. Определение общего количества персонала гостиничного предприятия.
59. Качественные характеристики трудовой деятельности туристского предприятия.
60. Оценка результатов деятельности персонала туристского предприятия.

Вопросы по дисциплине:  
**«Технология и практика туроперейтинга»**

1. Законодательство РК в области туризма как основа правовых отношений.
2. Специфика деятельности отечественных туроператорских фирм в отдельных видах туризма.
3. Порядок создания, регистрации туристской компании.
4. Современные технологии туроперейтинга.
5. Особенности взаимодействия туроператоров и турагентов.
6. Система комиссионных как основа взаимоотношений между турагентом и туроператором.
7. Туры по специальным программам – основное направление развития рынка туристских услуг.
8. Туры по профессиональным и любительским мотивам.
9. Потребительские свойства турпродукта.
10. Выявление нужд, приоритетов, тенденций спроса.
11. Структура туристского рынка.
12. Конъюнктура туристского рынка.
13. Подходы и принципы создания туристского продукта, этапы разработки.
14. Характеристика ведущих туроператоров выездного, въездного и внутреннего туризма, анализ ассортимента их туристских услуг и продуктов.
15. Политическая стабильность в стране назначения как один из факторов влияющих на создание туристского продукта.
16. Уровень развития туризма в стране назначения как один из факторов влияющих на создание туристского продукта.
17. Изучение типологии туров и профилей работы туроператора.
18. Туристский продукт и туристская дестинация.
19. Использование природно-климатических ресурсов в создании турпродукта.
20. Использование историко-культурных достопримечательностей в создании турпродукта.
21. Использование инфраструктурных ресурсов для создания турпродукта.
22. Факторы, способствующие реализации туристских услуг.
23. Классификация туроператоров в зависимости от направления деятельности, степени специализации, профиля работы.
24. Туристские формальности: паспортные, визовые, валютные, таможенные, медицинский контроль.
25. Конкурентоспособность туристского продукта.
26. Конкурентные преимущества казахстанского турпродукта.
27. Специфика продвижения отечественного турпродукта на малоизвестных рынках.
28. Маркетинг как действия, направленные на анализ рынка для обеспечения разработки и сбыта турпродукта.
29. Система исследования зарубежных туррынков. Источники актуальной

- маркетинговой информации.
30. Виды туроператоров и характеристика их деятельности.
  31. Особенности познавательных, лечебных, экстремальных и экологических туров в Казахстане
  32. Дифференциация цены при управлении сезонностью туристского потребления.
  33. Информационные технологии, используемые при создании турпродукта.
  34. Принципы формирования туристско-экскурсионных программ обслуживания.
  35. Цели программного туризма с точки зрения туристского менеджмента; туристского маркетинга и технологии обслуживания туристов.
  36. Стратегия развития туристского продукта, качественный и количественный анализ вероятных сценариев развития туристского продукта.
  37. Жизненный цикл развития туристского продукта и туристский рынок.
  38. Разработка максимально привлекательного тур-продукта.
  39. Составление дифференцированных программ обслуживания туристов.
  40. Клубные, развлекательные, познавательные и деловые туры, их инфраструктура и особенности разработки.
  41. Особенности контрактов, обязательств и ответственности автопредприятия и туристской компании.
  42. Основные и сопутствующие виды деятельности туристского предприятия.
  43. Типы маршрутов и их характеристика. Сезонность в организации туров.
  44. Формирование сбытовой сети турпродукта.
  45. Каналы продвижения и реализации турпродукта.
  46. Концепция жизненного цикла туристского продукта в анализе рынка туристских услуг.
  47. Страны-конкуренты Казахстана на туристском рынке. Характеристика их продукта.
  48. Ведущие туроператоры – отечественные рецептивные фирмы.
  49. SWOT – анализ туристского продукта.
  50. Системы стимуляции спроса и продвижения казахстанского турпродукта за рубежом.
  51. Цены, ориентированные на затраты, как наиболее распространенный способ установления цены турпакета.
  52. Порядок работы с жалобой в туристской компании.
  53. Принципы обеспечения качества туристского обслуживания.
  54. Понятие чартерного рейса. Организация чартерных рейсов.
  55. Подготовка встречи туриста. Проверка готовности всех служб к приему туристов.
  56. Характер контрактных отношений между туроператором и турагентством.
  57. Виды и формы договорных отношений между туроператором и средствами размещения.
  58. Договорные отношения между туроператором и транспортными организациями.

59. Информационные технологии, используемые при продвижении турпродукта.
60. Информационные технологии, используемые при реализации турпродукта.

Вопросы по дисциплине:

**«Культурно-досуговая деятельность в индустрии туризма»**

1. Досуговые ценности в индустрии туризма.
2. Международные стандарты и принципы гостеприимства.
3. Значение социокультурного потенциала сферы туризма.
4. Зарождение и развитие туристского досуга.
5. Развитие рекреационно-оздоровительного и познавательно-развлекательного туризма.
6. Туризм как вид досуговой деятельности.
7. Развитие культурно-досуговой деятельности в Казахстане.
8. Принципы и характеристика организации культурно-досуговой деятельности.
9. Цели и мотивы культурно-досуговой деятельности.
10. Культура и этика культурно-досуговой деятельности.
11. Принципы и характеристика организации культурно-досуговой деятельности.
12. Общественный потенциал досуга.
13. Клубное движение как объект туристской анимации.
14. Индустрия развлечений как важнейший элемент индустрии туризма.
15. Современное состояние индустрии развлечений.
16. Театры в культурно-досуговой сфере и их инфраструктура.
17. Многоцелевые залы и их инфраструктура.
18. Организация и проведение дискотек.
19. Игры как вид развлечений в организации досуга.
20. Типы оборудования, применяемого в индустрии развлечений.
21. Виды аттракционного оборудования и его эксплуатация.
22. Игровой бизнес в индустрии развлечений.
23. Перспективы развития индустрии развлечений.
24. Национальные парки в организации культурно-досуговой деятельности.
25. Обеспечение безопасности посетителей национального парка.
26. Карнавал в Рио-де-Жанейро – мировой анимационный праздник.
27. Тенденции в отрасли азартных игр.
28. Анимация как технология и вид туристской деятельности.
29. Спортивно-оздоровительное направление анимации.
30. Культурно-досуговая анимация для детей.
31. Современные направления курортной анимации.
32. Организация анимационных программ в различных видах молодежного туризма.

33. Анимационная программа тура.
34. Структура анимационной службы.
35. Организация работы анимационной команды в туристском комплексе.
36. Качественный подход к персоналу анимационной службы.
37. Методы повышения профессионального мастерства персонала анимационной группы.
38. Понятие и значение анимационных программ в индустрии туризма.
39. Формы и задачи анимационных программ.
40. Международный опыт организации досуга и шоу-программ.
41. Анимация в Казахстане и зарубежный опыт.
42. Разработка и осуществление национальных проектов в области культуры и досуга.
43. Сценарии торжеств, балов и презентаций в организации досуга.
44. Правила разработки сценария, подготовка и проведение анимационной программы.
45. Понятие и назначение ресторанной анимации.
46. Тематические столы, их оформление и назначение.
47. Разнообразие и тематичность анимационных программ в индустрии питания.
48. Кухня для гурманов и организация их досуга.
49. Развлекательные программы для семейного досуга.
50. Организация отдыха пожилых людей.
51. Организация отдыха инвалидам.
52. Студенческий туризм как социально-культурное явление.
53. Деятельность культурно-досуговых центров.
54. Значение маркетинга в культурно-развлекательной деятельности.
55. Понятие и значение сегментации рынка анимационных услуг.
56. Дифференциация рынка развлечений.
57. Сегментация потребителей услуг культурно-досуговой деятельности с учетом их возрастных особенностей.
58. Значение маркетинга в анимационной деятельности.
59. Специализация культурно-досуговых учреждений и туристских фирм.
60. Музеи, центры интерпретации культурного наследия в индустрии досуга.