|  |  |
| --- | --- |
| Учреждение образования «Брестский государственный университет имени А.С.Пушкина»Кафедра городского и регионального развития  | УТВЕРЖДЕНОПротокол заседания кафедры от 01.04.2024 № 5 |

ВОПРОСЫ К ЭКЗАМЕНУ

По курсу: «Турагентская и туроператорская деятельность»

Специальность: «Туризм и гостеприимство» (2 курс)

1. Понятие и функции туризма. Классификация туризма по различным признакам.
2. Барьеры к путешествиям.
3. Особенности развития путешествий и туризма в различные исторические периоды.
4. Развитие туризма в СССР, БССР.
5. Международные туристические организации.
6. Понятие туристических услуг, тура и турпродукта.
7. Тур как комплекс туристических услуг.
8. Жизненный цикл туристического продукта.
9. Механизм функционирования рынка. Спрос и предложение. Ценовые и неценовые факторы спроса.
10. Туроператорская и турагентская деятельность.
11. Внешняя и внутренняя среда субъекта туристической деятельности, ее компоненты.
12. Становление и формирование туристического рынка Беларуси, его структура.
13. Модели национальных туристических администраций (НТА), преимущества и недостатки.
14. Нормативно-правовая база регулирования сферы туризма в Беларуси.
15. Национальное агентство по туризму: создание, значение, основные функции.
16. Национальные туристические союзы и ассоциации: цели, задачи, структура.
17. Организационно-правовые формы хозяйственной деятельности в туризме, их преимущества и недостатки.
18. Коммерческие организации.
19. Некоммерческие организации.
20. Индивидуальное предпринимательство.
21. Создание туристического предприятия, основные этапы.
22. Типы организационных структур туристического предприятия.
23. Понятия «сделка» и «договор». Общая характеристика договора.
24. Договорные отношения между субъектами туристической деятельности и поставщиками туристических услуг.
25. Процедура формирования тура, основные этапы.
26. Анимация обслуживания.
27. Цели бронирования и резервирования в системе логистики туристического предприятия.
28. Продвижение туристического продукта: рекламные и нерекламные методы.
29. Классификация выставочных мероприятий в сфере туризма, их характеристика.
30. Реализация тура как один из важнейших компонентов деятельности туристического предприятия.
31. Формы реализации туристического продукта, их преимущества и недостатки.
32. Работа по договору франчайзинга.
33. Подготовка персонала туристического предприятия к реализации туров, услуг.
34. Правовые основы реализации туристического продукта.
35. Типология туристов по стилю жизни, возрастным характеристикам, по активности в течение отпуска.
36. Основные стили поведения сотрудников по продажам с клиентами в межличностных ситуациях и по отношению к клиентам.
37. Качество как объект управления. Факторы качества туристического продукта и обслуживания.
38. Права потребителя туристических услуг. Работа с претензиями и жалобами туристов.
39. Понятие, цели и задачи стандартизации в туризме.
40. Определение понятия «сертификация». Цели и виды сертификации в туризме.
41. Органы стандартизации и сертификации в Беларуси и на международном уровне.
42. Понятие паспортно-визовых формальностей.
43. Порядок выезда белорусских туристов в международные туры.
44. Понятие таможенных формальностей. Таможенная служба.
45. Понятие санитарных и медицинских формальностей. Санитарно-карантинный контроль.
46. Международное и государственное регулирование обеспечения безопасности в сфере туризма и гостеприимства.
47. Обеспечение личной безопасности туристов.
48. Понятие страхования, общая характеристика и значение.
49. Особенности страхования в туризме.
50. Статистические данные. Государственные статистические наблюдения. Статистика туризма.
51. Бухгалтерская отчетность. Форма бухгалтерского баланса. Отчет о прибылях и убытках.
52. Элементы налогообложения. Ключевые налоги и ставки.
53. Виды доходов субъектов туристической деятельности.
54. Затраты субъектов туристической деятельности: постоянные и переменные. Понятие себестоимости.
55. Показатели экономической эффективности функционирования туристического предприятия.
56. Оплата труда сотрудников туристического предприятия.
57. Понятие цены и ценообразования. Структура цены. Цена как маркетинговый инструмент.
58. Современные информационные технологии и их использование в туристической индустрии.
59. Сайт субъекта туристической деятельности, его функции, особенности функционирования и администрирования.
60. Ликвидация и реорганизация субъектов туристической деятельности.

Доцент А.А. Сидорович

Заведующий кафедрой М.А. Богдасаров