

KIERUNEK – GOSPODARKA TURYSTYCZNA, MIĘDZYNARODOWE STOSUNKI GOSPODARCZE ZAGADNIENIA EGZAMINACYJNE MIKRO- I MAKROEKONOMIA

STUDIA I STOPNIA egzamin dyplomowy – licencjacki

1. Rzadkość, wybór i koszt alternatywny w ekonomii.
2. Systemy gospodarcze: gospodarka wolnorynkowa, rynkowa, regulowana i planowa.
3. Cyrkulacja na rynku dóbr i czynników wytwórczych.
4. Popyt, podaż i równowaga na rynku dóbr i czynników wytwórczych.
5. Elastyczność czynnikowa popytu i podaży dóbr i czynników wytwórczych.
6. Zasada maksymalizacji użyteczności i zasada optymalizacji konsumenta.
7. Efekt substytucyjny i efekt dochodowy zmiany ceny.
8. Zmiana kompensacyjna i ekwiwalentna dochodu.
9. Postępowanie przedsiębiorstwa maksymalizującego zysk.
10. Krótkookresowe koszty przedsiębiorstwa.
11. Decyzje podażowe: przychody, koszty i maksymalizacja zysku w przedsiębiorstwie doskonale konkurencyjnym.
12. Graniczne punkty rentowności przedsiębiorstwa w krótkim i długim okresie.
13. Koszty długookresowe: pozytywne i negatywne efekty skali przedsiębiorstwa; pozytywne i negatywne efekty zewnętrzne branży.
14. Długookresowa krzywa podaży branży.
15. Wybory wielookresowe konsumenta.
16. Rynek kapitałowy: funkcja popytu i decyzje inwestycyjne przedsiębiorstwa.
17. Istota monopolu i przyczyny monopolizacji.
18. Mierzenie dochodu narodowego.
19. Determinanty wzrostu gospodarczego.
20. Przyczyny wahań koniunkturalnych.
21. Przyczyny i rodzaje bezrobocia.
22. Zależność między inflacją a bezrobociem – krótkookresowa i długookresowa krzywe Phillipsa.
23. Instrumenty polityki stabilizacji makroekonomicznej.
24. Funkcje i rodzaje polityki fiskalnej.
25. Ekonomiczne funkcje pieniądza. Równowaga rynku pieniężnego.

KIERUNEK – GOSPODARKA TURYSTYCZNA

ZAGADNIENIA EGZAMINACYJNE

PRZEDMIOTY SPECJALNOŚCIOWE

SPECJALNOŚĆ: ZARZĄDZANIE PRZEDSIĘBIORSTWEM TURYSTYCZNYM

STUDIA I STOPNIA

egzamin dyplomowy – licencjacki

1. Społeczno-kulturowe funkcje turystyki.
2. Istota kryterium niezarobkowania w definiowaniu zjawiska turystyki.
3. Rynek turystyczny i odmiennność jego definiowania w stosunku do innych rynków w gospodarce narodowej.
4. Sezonowość w gospodarce turystycznej — skutki i metody przeciwdziałania.
5. Elastyczność popytu turystycznego.
6. Ekonomiczne znaczenie turystyki międzynarodowej.
7. Ekonomiczne znaczenie turystyki w miejscu recepcji turystycznej.
8. Bilans turystyczny a bilans handlowy.
9. Istota i determinanty mnożnika turystycznego.
10. Produkt turystyczny *sensu largo i sensu stricto* — implikacje dla działań marketingowych.
11. Analiza otoczenia przedsiębiorstwa turystycznego.
12. Struktura kosztów w przedsiębiorstwie turystycznym.
13. Podział i charakterystyka walorów krajoznawczych.
14. Mniejszości narodowe, etniczne i religijne i wykorzystywanie ich dziedzictwa w turystyce.
15. Główne obszary krajobrazu naturalnego w Polsce i ich rozmieszczenie przestrzenne.
16. Istota czynnika ludzkiego w gospodarce turystycznej.
17. Rodzaje i istota umów pomiędzy tourooperatorem a wytwórcami usług częściowych
18. Wymień i krótko scharakteryzuj globalne trendy w popycie turystycznym jako determinanty konsumpcji współdzielonej.
19. Metody nielosowego doboru próby w badaniach rynku turystycznego.
20. Klasyfikacja źródeł informacji w badaniach rynku turystycznego.
21. Technologie informacyjne we wspomaganiu przedsiębiorczości w turystyce – przykłady i konsekwencje.
22. Wpływ nowoczesnych technologii na zmiany relacji na rynku B2B i B2C.
23. Determinanty podejmowania działalności inwestycyjnej w podmiotach gospodarki turystycznej.
24. Metody oceny opłacalności inwestycji w gospodarce turystycznej.
25. Partnerstwo i współpraca na rzecz tworzenia produktu turystycznego w przedsiębiorstwie i regionie.