

KIERUNEK – GOSPODARKA TURYSTYCZNA

ZAGADNIENIA EGZAMINACYJNE

KIERUNKOWE

STUDIA II STOPNIA

egzamin dyplomowy – magisterski

1. Koncepcja turystyki zrównoważonej na tle koncepcji rozwoju zrównoważonego.
2. Zakresy pojęć: turystyka zrównoważona, ekoturystyka i turystyka alternatywna.
3. Cechy i cele rozwoju zrównoważonego.
4. Podstawowe aspekty wpływu globalizacji na sferę podaży turystycznej.
5. Omów podstawowe zalety i wady, wynikające ze współistnienia przedsiębiorstw hotelarskich w ramach Międzynarodowych Systemów Hotelowych.
6. Czynniki internacjonalizacji przedsiębiorstw turystycznych.
7. Struktura bilansu obrotów bieżących i kapitałowych.
8. Organizacja turystyki na szczeblu centralnym – Narodowa Administracja Turystyczna i Narodowa Organizacja Turystyczna – rola, funkcje, zadania.
9. Zakres i forma zaangażowania Unii Europejskiej w politykę turystyczną.
10. LOT a ROT – rola, zadania, forma prawna, organizacja – podobieństwa i różnice.
11. Czynniki rozwoju lokalnego.
12. Pojęcie strategii rozwoju regionu.
13. Konkurencyjność regionalna jako termin w ekonomii.
14. Jakie czynniki mogą decydować o przewadze konkurencyjnej.
15. Klaster turystyczny – definicje i przykłady.
16. Typy konsumentów ze względu na postawy etnocentryczne i wpływ tych postaw na decyzje w zakresie marketingu produktów.
17. Efekt kraju pochodzenia i sposoby ograniczania jego negatywnego oddziaływania.
18. Istota, wady i zalety standaryzacji i adaptacji w działalności marketingowej.
19. Zagadnienie brandingu narodowego z uwzględnieniem zaangażowanych podmiotów i wykorzystywanych środków przekazu.
20. Istota i przyczyny powstawania „błędnego koła” rozwoju turystyki w mieście bogatym w walory kulturowe.
21. Rola i zadania miejskiej Destination Management Organisation.
22. Charakterystyka popytu na podróże służbowe.
23. Struktura rynku spotkań – kluczowi gracze, relacja, uwarunkowania decyzyjne.
24. Najczęściej wykorzystywane instrumenty polityki turystycznej na szczeblu centralnym.
25. Przykład bieżących działań rządu lub parlamentu Rzeczypospolitej Polski, które miały wpływ na turystykę – analiza przyczyn i następstw wybranych działań.

KIERUNEK – GOSPODARKA TURYSTYCZNA

ZAGADNIENIA EGZAMINACYJNE

SPECJALNOŚCIOWE

SPECJALNOŚĆ: MIĘDZYNARODOWY BIZNES TURYSTYCZNY

STUDIA II STOPNIA

egzamin dyplomowy – magisterski

1. Omów jakościowe zmiany wśród turystów (wykształcenie, poczucie bezpieczeństwa, doznania, styl życia).
2. Wpływ trendów demograficznych na rozwój turystyki.
3. Nowe trendy rozwoju transportu lotniczego w Polsce.
4. Pojęcie i trendy rozwoju turystyki kulturowej.
5. Turystyka postindustrialna i możliwości jej rozwoju w Polsce i na świecie.
6. Ewolucja systemów dystrybucji w turystyce.
7. Przesłanki po stronie konsumenta wykorzystania Internetu i technologii internetowych w dystrybucji produktów turystycznych.
8. Wykorzystanie internetowych kanałów dystrybucji przez wytwórców usług turystycznych.
9. Wykorzystanie internetowych kanałów dystrybucji przez pośredników w turystyce.
10. Źródła informacji wykorzystywane w analizach rynku turystycznego.
11. Rodzaje międzynarodowych badań rynku turystycznego.
12. Jakie są wartości użytkowe Internetu dla konsumenta i producenta usług turystycznych.
13. Porównaj komputerowe systemy rezerwacyjne (CRS) z globalnymi systemami dystrybucji (GDS).
14. Analiza udziału i konkurencyjności podmiotów na rynku turystycznym. Metody portfelowe.
15. Znaczenie komunikacji w obsłudze klienta na rynku turystycznym.
16. Sposoby komunikacji z trudnym klientem.
17. Metody skutecznej komunikacji w pracy zespołowej.
18. Kryteria podziału rynku nieruchomości i umiejscowienie w nim nieruchomości turystycznych.
19. Determinanty rozwoju rynku nieruchomości turystycznych.
20. Rynek nieruchomości jako system i jego powiązania z otoczeniem.
21. Obowiązki zarządcy i właściciela w zakresie bieżącego administrowania nieruchomością.
22. Zalety i wady finansowania działalności przedsiębiorstw turystycznych kapitałem własnym.
23. Kształtowanie polityki kredytowej przez przedsiębiorstwa turystyczne.
24. Znaczenie zapasów w strukturze aktywów przedsiębiorstw turystycznych.
25. Formy rozliczania podatku dochodowego w działalności turystycznej.