

Вопросы к экзамену
по учебной дисциплине «**Экскурсионный менеджмент**»
для студентов 4 курса
специальности 1-31 02 01 География (по направлениям), направление
специальности 1-31 02 01-02 География (научно-педагогическая
деятельность)

Дневная форма получения образования

2022/2023 уч. год

(Количество лекционных часов – 42)

1. Понятие «экскурсионный менеджмент» как система форм и методов управления в экскурсионной сфере деятельности.
2. Цели и задачи экскурсионного менеджмента.
3. Функции экскурсионного менеджмента.
4. Методы экскурсионного менеджмента: сущность понятия и классификация.
5. Критерии, определяющие понятие «туризм». Виды познавательного туризма.
6. Признаки экскурсии и современная трансформация функций экскурсии.
7. Экскурсионные объекты: типология и методы оценки.
8. Современные тенденции развития туристского рынка.
9. Система управления туризмом. Основные факторы, влияющие на туризм.
10. Современные тенденции развития познавательного туризма в мире.
11. Современные особенности развития экскурсионного продукта Республики Беларусь.
12. Тематическая структура экскурсионного предложения в Республике Беларусь. Важнейшие экскурсионные маршруты.
13. Анализ структуры предложения экскурсий и туров природоведческой тематики на туристском рынке Беларуси.
14. Анализ структуры предложения производственных экскурсий на туристском рынке Беларуси.
15. Анализ структуры предложения искусствоведческих экскурсий на туристском рынке Беларуси.
16. Анализ структуры предложения экскурсий и туров исторической тематики на туристском рынке Беларуси.
17. Инновации на рынке экскурсионных услуг: зарубежный и национальный опыт.
18. Виды туристско-экскурсионных предприятий, их задачи и функции.
19. Организационно-управленческая структура экскурсионной фирмы.
20. Понятие «туристский продукт» и его структура. Роль экскурсионных услуг в структуре туристского продукта.
21. Формирование туристского продукта. Виды туров.
22. Структура и специфичность экскурсионного продукта.
23. Отличительные особенности экскурсионных услуг.

24. Требования, предъявляемые к экскурсионному продукту.
25. Стадии разработки экскурсионного продукта.
26. Жизненный цикл экскурсионного продукта.
27. Экскурсия как продукт туризма. Экскурсионные программы обслуживания.
28. Методы маркетинговых исследований спроса в экскурсионном туризме.
29. Характеристика основных сегментов спроса в познавательном туризме.
30. Портрет потребителя экскурсионных услуг (на примере результатов исследований ведущих белорусских туристских компаний).
31. Развитие экскурсионного продукта с учетом теории поколений.
32. Особенности управления экскурсионным продуктом на национальном рынке.
33. Технология разработки нового экскурсионного тура.
34. Программа и маршрут экскурсионного тура. Принципы построения.
35. Плановая калькуляция стоимости экскурсионного тура.
36. Система маркетинговых коммуникаций в экскурсионном туризме.
37. Внешняя и внутренняя маркетинговая среда туристского предприятия.
38. Дифференцированный подход в работе с потребителем экскурсионных услуг.
39. Особенности и задачи планирования деятельности экскурсионной фирмы.
40. Профессиональные требования к менеджеру экскурсионной фирмы.
41. Бизнес-план как средство эффективного управления (на примере индивидуально разработанного проекта).
42. Бизнес-план как форма планирования (на примере индивидуально разработанного проекта).
43. Теоретические основы бизнес планирования (на примере индивидуально разработанного проекта).
44. Сущность и структура бизнес-плана (на примере индивидуально разработанного проекта).
45. Цель и задачи бизнес-плана (на примере индивидуально разработанного проекта).
46. Этапы создания бизнес плана (на примере индивидуально разработанного проекта).
47. Функции и принципы бизнес планирования (на примере индивидуально разработанного проекта).
48. Специфика бизнес планирования в туризме (на примере индивидуально разработанного проекта).
49. Инвестирование бизнес проекта (на примере индивидуально разработанного проекта).
50. Оценка туристского рынка при составлении бизнес-плана (на примере индивидуально разработанного проекта).
51. Конкурентоспособность бизнес-плана (на примере индивидуально разработанного проекта).

52. Конкурентные преимущества бизнес-плана (на примере индивидуально разработанного проекта).
53. SWOT-анализ бизнес плана (на примере индивидуально разработанного проекта).
54. Структура и содержание бизнес-плана (на примере индивидуально разработанного проекта).
55. Анализ туристского рынка при составлении бизнес плана (на примере индивидуально разработанного проекта).
56. План маркетинговых мероприятий бизнес плана (на примере индивидуально разработанного проекта).
57. Экономическое обоснование бизнес-плана (на примере индивидуально разработанного проекта).
58. Оценка потенциальных рисков бизнес проекта (на примере индивидуально разработанного проекта).
59. Реклама бизнес плана (на примере индивидуально разработанного проекта).
60. Классификация затрат бизнес проекта (на примере индивидуально разработанного проекта).

Вопросы разработала ст. преподаватель кафедры экономической и социальной географии Трифонова И.К.

Вопросы утверждены на заседании кафедры 23.03.2023 г., протокол №8

Заведующий кафедрой
экономической и социальной географии,
доцент



Л.О. Сушкевич