

Вопросы к экзамену
по учебной дисциплине «Экскурсионный менеджмент»
для студентов 4 курса специальности «География»
2018/2019 учебный год
(объем лекционной нагрузки – 40 ч.)

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.

Вопросы разработала ст. преподаватель кафедры экономической и социальной географии Решетникова А.Н.

Вопросы утверждены на заседании кафедры 21.03.2019 г., протокол № 8

Зав. кафедрой экономической и социальной географии,
профессор
Антипова

Е.А.