

PYTANIA II STOPIEŃ

egzamin magisterski / kierunek turystyka i rekreacja
od roku akademickiego 2015/2016

1. Wymień podmioty i cele polityki turystycznej.
2. Jaka jest rola państwa, jako podmiotu polityki turystycznej, na poszczególnych etapach cyklu turystycznego?
3. Omów instrumenty polityki turystycznej.
4. Dokonaj podziału inwestycji turystycznych.
5. Omów koncepcje zrównoważonego rozwoju obszaru recepcyjnego.
6. Scharakteryzuj koncepcje turystyki zrównoważonej.
7. Na czym polega działalność Polskiej Organizacji Turystycznej?
8. Scharakteryzuj Światową Organizację Turystyki.
9. Omów najważniejsze tendencje rozwoju turystyki na świecie.
10. Jakie są cele funkcjonowania przedsiębiorstwa turystycznego?
11. Wymień funkcje przedsiębiorstwa turystycznego.
12. Dokonaj podziału przedsiębiorstw turystycznych według kryterium przedmiot działalności.
13. Omów funkcje zarządzania przedsiębiorstwem turystycznym.
14. Scharakteryzuj zasoby przedsiębiorstwa turystycznego.
15. Omów produkt turystyczny w ujęciu wąskim i szerokim.
16. Scharakteryzuj cykl życia produktu turystycznego.
17. Scharakteryzuj etapy procesu zarządzania strategicznego w przedsiębiorstwie turystycznym.
18. Opisz wybraną koncepcję zarządzania przedsiębiorstwem turystycznym.
19. Jakie rodzaje struktur organizacyjnych wyróżniamy w przedsiębiorstwie turystycznym?
20. Na czym polega działalność biur podróży?
21. Opisz usługi świadczone przez przedsiębiorstwa hotelarskie.
22. Dokonaj podziału przedsiębiorstw gastronomicznych.
23. Przedstaw klasyfikację transportu według WTO.
24. Wymień wybrane funkcje logistyczne na przykładzie branży turystycznej.
25. Wymień elektroniczne systemy rezerwacji w turystyce.
26. Do czego służy marketing mix? Scharakteryzuj jego poszczególne elementy.
27. Cykl życia produktu oraz wykorzystanie elementów marketingu mix w poszczególnych fazach cyklu. Różnice pomiędzy produktem a usługą. Cechy usług.
28. Cena jako element marketingu mix. Metody ustalania cen.

29. Dystrybucja produktów / usług, w tym: rola i znaczenie pośredników w kanałach dystrybucji; związki marketingu i logistyki w systemach dystrybucji.
30. Elementy promocji mix (promocja, reklama, public relations) charakterystyka zagadnienia.
31. Marketing partnerski (relacji); zarządzanie relacjami z klientami, w tym systemy CRM.
32. Budowa jednostki zajęciowej dla osób starszych.
33. Wskazania metodyczne dotyczące aktywności ruchowej osób starszych.
34. Przeciwwskazania metodyczne dotyczące aktywności ruchowej osób starszych.
35. Rola spełnia rekreacja ruchowa i turystyka aktywna w profilaktyce starzenia się.
36. Aspekt psychologiczny starzenia się.
37. Wpływ starzenia się na funkcjonowanie aparatu ruchu człowieka.
38. Rola imprez turystycznych i rekreacyjnych w promocji zdrowego stylu życia.
39. Imprezy, jako produkt turystyczny i rekreacyjny.
40. Najważniejsze zadania w poszczególnych etapach organizacji imprez.
41. Zasady bezpieczeństwa podczas organizacji imprez.
42. Marketing, jako ważny element organizacji imprez.
43. Jaką rolę w kulturze średniowiecza odegrał Kościół ?
44. Horyzonty i kultura mieszkańców średniowiecznej wsi.
45. Wkład i dzieła Williama Shakespeare w kulturę europejską.
46. Jaką rolę odegrali w XVIII wieku we Francji encyklopedyści ?
47. Zmiany w życiu codziennym w Europie Zachodniej w XIX wieku.
48. Wybitni XIX-wieczni powieściopisarze angielscy i ich dzieła.
49. Istota produktu turystycznego.
50. Kategorie produktów turystycznych.
51. Tworzenie produktu turystycznego.
52. Przepisy prawne dotyczące organizacji krajoznawstwa i turystyki szkolnej.
53. Formy organizowania krajoznawstwa i turystyki w współczesnej szkole.
54. Zadania i funkcje turystyki w działalności szkoły.
55. Cele turystyki w różnym wieku szkolnym.
56. Metodyka programowania, organizowania i realizacji wycieczek szkolnych.
57. Metodyka programowania, organizowania i realizacji obozów wędrownych.
58. Jakie działania podjąłbyś jako concierge, aby usatysfakcjonować dostojnego profesora, biorącego udział w międzynarodowej konferencji naukowej?
59. Trendy w turystyce europejskiej.
60. Jakie działania podejmuje concierge i jakie cechy charakteru powinien posiadać, aby usatysfakcjonować gości hotelowych z grupy biznesowej?