

Вопросы к выпускному государственному экзамену 2023 – 2024 уч. год

Специальность: 1-26 02 02 Менеджмент (по направлениям) Направление специальности 1-26 02 02-06 Менеджмент (в сфере международного туризма)

Раздел 1. Учебная дисциплина «Государственная служба»

1. Основные модели государственной службы.
2. Многоаспектность понимания государственной службы.
3. Задачи и основные функции государственной службы.
4. Понятие и система принципов государственной службы.
5. Система государственной службы Республики Беларусь, ее виды и взаимосвязи.
6. Реформирование государственной службы в общей системе изменения государственного управления.
7. Понятие и классификация государственных должностей.
8. Реестры государственных должностей и порядок их ведения.
9. Порядок и условия присвоения классов государственным служащим.
10. Резерв и виды резерва.
11. Основания классификации и виды государственных служащих в Республике Беларусь.
12. Основные права государственных служащих.
13. Основные обязанности государственных служащих.
14. Ограничения и запреты для государственных служащих в Республике Беларусь.
15. Поступление на государственную службу: квалификационные требования и документы и сведения, представляемые кандидатами на занятие государственной должности.
16. Понятие и общая характеристика основных способов замещения государственных должностей.
17. Основания для отказа в приеме на государственную службу.
18. Конкурс как способ замещение должностей: понятие, правовая природа, процедура, юридическое оформление.
19. Порядок и условия заключения контрактов с государственными служащими.
20. Квалификационный экзамен для впервые поступающих на государственную службу.
21. Прекращение действия контракта с государственными служащими.
22. Понятие и порядок прохождения аттестации государственных служащих.
23. Система поощрений государственных служащих в Республике Беларусь.
24. Материальное и социальное обеспечение государственных служащих.
25. Проблема конфликта интересов на государственной службе и порядок его разрешения.
26. Правовые основания для прекращения государственной службы.
27. Порядок и условия отставки государственных служащих.

28. Понятие и основные черты дисциплинарной ответственности
29. Основные стадии дисциплинарного производства.
30. Понятие коррупционного правонарушения. Уголовная ответственность государственных служащих.
31. Органы государственного управления и национальное планирование в сфере туризма.

Раздел 2. Учебная дисциплина «Стратегический менеджмент»,

1. Цели и задачи стратегического менеджмента.
2. Классические модели стратегического менеджмента С.А.Попова, Р.Линча, Ф.Р.Дэвида.
3. Формирование стратегического видения и миссии компании.
4. Стратегический ситуационный анализ как этап стратегического менеджмента.
5. Инструменты стратегического анализа внутренней ресурсной и внешней конкурентной среды.
6. Иерархия стратегий диверсифицированной компании.
7. Корпоративные стратегии (роста, поддержания, ухода, комбинирования).
8. Базовые стратегии конкуренции.
9. Функциональные стратегии.
10. Структура и функции продуктово-маркетинговой стратегии.
11. Матрицы Мак-Кинсей и Хоуффера как инструменты оценки конкурентной позиции компании/туристской дестинации.
12. Матрица И.Ансоффа. Стратегии развития продукта и рынка.
13. Алгоритм разработки и основные структурные элементы эффективной стратегии.
14. Источники приобретения конкурентных преимуществ.
15. Модель SWOT-Clock как инструмент выбора направления стратегического развития компании/туристской дестинации.
16. Типы контрольных систем и их содержание.
17. Элементы системы и инструменты стратегического контроллинга.
18. Анализ влияния пандемии COVID-19 на состояние туристской индустрии в регионах мира.
19. Стратегические направления преодоления последствий пандемии COVID-19 в Европейском туристском макрорегионе, предложенные Альянсом Европейского туристического Манифеста.
20. Инновационные модели стратегического менеджмента: адаптационная, визионерская, формирования, восстановления.

Раздел 3. Учебная дисциплина «Экономика международного туризма»

1. Теории мировой экономики в развитии международного туризма
2. Воздействие международного туризма на государственный бюджет. Поступление от международного туризма и доходная часть бюджета. Расходная часть бюджета и финансирование развития туристического сектора

3. Туристские доходы и их влияние на торговый и платежный баланс страны
4. Рынок международного туризма: основные тенденции развития, сегментация, субъекты
5. Туристический спрос. Факторы формирования туристического спроса. Предложение туристического продукта. Факторы, влияющие на формирование туристического предложения
6. Гостиницы: понятие, основные типы, международные гостиничные цепи. Показатели эффективности функционирования гостиниц
7. Предприятия питания: понятие, основные типы, ресторанные цепи. Показатели эффективности функционирования предприятий питания
8. Особенности страхования в туризме. Виды страхования. Обязательное, добровольное[^] индивидуальное, групповое страхование. Специфические виды страхования
9. Основные экономические показатели деятельности предприятий индустрии туризма и гостеприимства
10. Системы взаимоотношений турфирм и авиакомпаний, тарифная и ценовая политика. Транзитные и чартерные перевозки, договор чартера
11. Основные организационно-правовые формы туристических предприятий: характеристика и отличительные черты
12. Экономическая сущность и состав основных фондов туристического предприятия. Оценка, износ основных фондов. Амортизация основных фондов, ее сущность
13. Экономическая сущность, состав и структура оборотных средств предприятия. Показатели уровня эффективности использования оборотных средств туристического предприятия
14. Нематериальные активы туристического предприятия, источники приобретения, особенности амортизация
15. Количественная характеристика трудовых ресурсов туристического предприятия. Расчет коэффициентов оборота, текучести кадров, постоянства кадров
16. Основные виды затрат и себестоимость туристического продукта. Группировка затрат на производство и продвижение туристического продукта по экономическому признаку
17. Цена как экономическая категория. Виды цен в туризме. Возможность применения наценок, скидок, компенсаций.
18. Методы управления затратами на туристическом предприятии (direct-костинг, standart-костинг, target-костинг, функционально-стоимостной анализ и др.)
19. Экономическая сущность прибыли, порядок и направления ее использования туристическим предприятием. Рентабельность деятельности туристического предприятия
20. Понятие финансовой устойчивости туристического предприятия. Определение и характеристика основных показателей платежеспособности и ликвидности.

Раздел 4. Учебная дисциплина «Маркетинг в туризме»

1. Особенности маркетинга в туризме.
2. PR в туризме. Функции, основные средства и приемы. Традиционные этапы PR кампании.
3. Особенности рекламы в туризме. Виды, функции, основные средства распространения рекламы
4. Стимулирование сбыта в туризме
5. Концепция интегрированных маркетинговых коммуникаций и ее использование в туризме
6. Основные концепции маркетинга (производственная, товарная, сбытовая, маркетинговая, социальная)
7. Маркетинговый комплекс в туризме (7Ps и 7Cs). Особенности туристических услуг
8. Брендинг - центральное звено маркетинговых коммуникаций. Особая роль брендинга в туризме. Формирование фирменного стиля
9. Национальный туристический продукт. Стратегия выхода на международный туристический рынок
10. Выбор целевых рынков. Недифференцированный, дифференцированный и концентрированный маркетинг. Позиционирование туристического продукта.
11. Инструменты делового общения в туристической деятельности (пресс-конференция, интервью для прессы, пресс-релиз, брифинг).
12. Проведение рекламной кампании на туристическом предприятии (рекламные исследования, цели, обращение, выбор средств, бюджет, эффективность)
13. Основные формы, цели, характеристики прямого маркетинга на туристическом предприятии. «Direct marketing» кампании
14. SWOT анализ и его применение в туристическом бизнесе.
15. Позиционирование туристического продукта. Основные стратегии. Карта восприятия.
16. Этапы принятия решения о покупке туристических услуг. Основные факторы, определяющие решение клиента-индивидуала. Основные факторы, определяющие решение компании-покупателя. Модель покупательского центра
17. Маркетинговый план туристической фирмы. Основные разделы.
18. Стратегии вхождения на рынки в международном туризме (приобретение бизнеса, создание нового предприятия, лицензирование, совместное предприятие и др.).
19. Стратегии вхождения на рынки в международном туризме (приобретение бизнеса, создание нового предприятия, лицензирование, совместное предприятие и др.).
20. Использование концепции жизненного цикла продукта в туристских дестинациях.