

КАТЕДРА “ИКОНОМИКА И ОРГАНИЗАЦИЯ НА ТУРИЗМА”

ВЪПРОСНИК ЗА ДЪРЖАВЕН ИЗПИТ,

СПЕЦИАЛНОСТ “МЕЖДУНАРОДЕН ТУРИСТИЧЕСКИ БИЗНЕС”

ФРАНЧАЙЗИНГ В ХОТЕЛИЕРСТВОТО И РЕСТОРАНТЬОРСТВОТО

1. Същност и особености на франчайзинга в хотелиерството и ресторантьорството.
2. Същност и особености на франчайзинговия договор в хотелиерството и ресторантьорството.
3. Характеристика и особености на договарянето за франчайзодателя.
4. Характеристика и особености на договарянето за франчайзополучателя.
5. Съвременни изменения в хотелиерския и ресторантьорски франчайзинг.
6. Същност и особености на договорите за управление в хотелиерството.
7. Характеристика и особености на договарянето за основните субекти при договорите за управление.
8. Съвременни изменения при договорите за управление в хотелиерството.
9. Същност и особености на тайм шеър.
10. Съвременни изменения и възможности за приложение на тайм шеър в България.

МОНИТОРИНГ НА МЕЖДУНАРОДНИЯ ТУРИСТИЧЕСКИ БИЗНЕС

11. Същност и определения за мониторинг на международния туристически бизнес.
12. Предпоставки за мониторинг на международния туристически бизнес.
13. Цели и задачи на мониторинга на международния туристически бизнес.
14. Технология на мониторинга на международния туристически бизнес.
15. Система за мониторинг на международния туристически бизнес на Европейската комисия - Европейска система от показатели за туризма (туристическа дестинация).
16. Система за мониторинг на международните туристически потоци на Световната туристическа организация при ООН.
17. Система за мониторинг на конкурентоспособността на международния туристически бизнес (туристически дестинации) на Световния икономически форум (Давос).
18. Мониторинг на развитието на международния туризъм и туристическия бизнес в дестинация България (система на ЕСТИ).
19. Мониторинг на резултатите от международния туристически бизнес (Световен съвет за пътуване и туризъм и НСИ-България; сателитни сметки).
20. Мониторинг на удовлетвореността на туристите – подходи.

РЕГУЛИРАНЕ И УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ НА МЕЖДУНАРОДНИЯ ТУРИЗЪМ

21. Обща характеристика на регулирането на туристическия бизнес: потребност от регулиране, дефиниция и видове регулиране, основни принципи и цели. Регулиране, саморегулиране и дерегулиране.
22. Особености на международния туризъм като обект на регулиране.
23. Целеполагане и регулиране в туризма – интереси и конфликти.
24. Субекти на регулиране на международния туристически бизнес: дефиниране, типология, взаимодействия.
25. Правни регулатори на международния туристически бизнес.

26. Данъци и други фискални регулатори на международния туристически бизнес.
27. Видове режими като регулатори на международния туристически бизнес (валутен, митнически, визов, граничен и санитарен режим).
28. Развитие на системата за регулиране на туризма в Европейския съюз.
29. Регулиране на международния туристически бизнес в условия на кризи.
30. Опазване и възстановяване на околната среда. Насърчаване на алтернативен и отговорен туризъм.

МЕНИДЖМЪНТ НА ТУРИСТИЧЕСКАТА ДЕСТИНАЦИЯ

31. Понятие за управление на туристическа дестинация.
32. Анализирание на туристическата дестинация.
33. Планиране на туристическата дестинация.
34. Маркетинг на туристическата дестинация.
35. Конкурентно позициониране на туристическата дестинация.
36. Брандинг на туристическата дестинация.
37. Развитие на продукта на туристическата дестинация.
38. Управление на качеството на посетителските преживявания в дестинацията.
39. Новите информационни технологии и управлението на туристическата дестинация.
40. Организационни аспекти на управлението на туристическата дестинация.

ГЕОПОЛИТИКА И ГЕОСТРАТЕГИЯ НА ТУРИЗМА

41. Пространствена същност и интердисциплинарен статут на геополитиката и геостратегията.
42. Геополитическа поляризация на световното туристическо пространство.
43. Туризмът като субект на геополитиката и геостратегията.
44. Транспорт и информационни технологии в геополитиката на туризма.
45. Значение и роля на границите в развитието на международния туризъм.
46. Поливалентни туристически пространства.
47. Еволюция в стратегическата организация на курортните територии.
48. Туристическият образ на пространството като конкурентно геостратегическо преимущество.
49. Туризъм и сигурност: геополитически измерения.
50. Географски аспекти на концепцията за устойчив (отговорен) туризъм и реализация на туристическия оптимум.

МЕНИДЖМЪНТ НА СЪБИТИЯТА

51. Възникване, същност и развитие на специалните събития.
52. Особенности на събитията в туризма.
53. Класификация на събитията в туризма.
54. Специфики в управлението на събития в туризма.
55. Управление на дестинация за MICE туризъм.

ЛИТЕРАТУРА

1. Дъбева, Т., Луканова, Г. (2014). *Франчайзинг в хотелиерството и ресторантьорството*. Варна: Наука и икономика.
2. Великова, Е. (2023). Концептуална рамка на събитийния мениджмънт в туризма. *Научни трудове. УНСС*. бр. 63, с. 57-66.
3. Маринов, С., Янчева, К., Дянков, Т. (2022). *Управление на туризма*. Варна: Наука и икономика.
4. Маринов, С. (2015). *Мениджмънт на туристическа дестинация*. Варна: Наука и икономика.
5. Нешков, М., Казанджиева, В. (2015). *Регулиране на международния туристически бизнес*. Варна: Наука и икономика.
6. Рафаилова, Г., Кадиева, С. (2020). *Мениджмънт и маркетинг на събитията*. Варна: Наука и икономика.

Май 2024 г.

Ръководител катедра: доц. д-р Георгина Луканова