



SZKOŁA GŁÓWNA GOSPODARSTWA WIEJSKIEGO W WARSZAWIE

WYDZIAŁ EKONOMICZNY

Turystyka i rekreacja (egzamin dyplomowy – stopień I)

1. Czynniki i uwarunkowania rozwoju turystyki
2. Kryteria wyodrębnienia i rodzaje turystyki
3. Ekonomiczne i społeczne funkcje rozwoju turystyki
4. Rodzaje i specyfika usług turystycznych
5. Składniki i cechy charakterystyczne produktu turystycznego
6. System organizacji turystyki w Polsce
7. Przejawy polityki turystycznej Unii Europejskiej
8. Mapa i podstawowe metody kartograficzne
9. Definiowanie i kryteria wyodrębniania regionów
10. Oddziaływanie turystyki i rekreacji na środowisko: wody, lasy, tereny otwarte
11. Możliwości ograniczania negatywnego oddziaływania turystyki i rekreacji na środowisko
12. Współczesne przemiany kulturowe a sposoby spędzania czasu wolnego
13. Cele i metodyka rekreacji ruchowej
14. Funkcje i zasady zarządzania organizacją
15. Charakterystyka zarządzania zasobami ludzkimi w przedsiębiorstwie turystycznym
16. Istota pracy kierowniczej, style kierowania
17. Style w architekturze europejskiej
18. Dziedzictwo kulturowe wykorzystywane na potrzeby turystyki
19. Czynniki kształtujące atrakcyjność turystyczną regionu
20. Podział, charakterystyka i przykłady walorów turystycznych Polski
21. Formy ochrony walorów turystycznych Polski - podstawy prawne i przykłady
22. Usługi hotelarskie - definicja, specyficzne cechy, kryteria podziału obiektów
23. Metody oceny jakości usług hotelarskich
24. Klasyfikacja i kategoryzacja obiektów hotelarskich w Polsce
25. Stan, dynamika i kierunki rozwoju hotelarstwa w Polsce
26. Zależność między rekreacją a turystyką

27. Funkcje i znaczenie rekreacji fizycznej w różnych okresach życia człowieka
28. Bariery udziału w rekreacji
29. Zadania i funkcje rekreacji ruchowej osób niepełnosprawnych
30. Inwentaryzacja krajoznawcza: definicja, przedmiot, wnikliwość, zakres i rodzaje inwentaryzacji
31. Charakterystyka głównych szlaków turystycznych Polski: przebieg i główne atrakcje
32. Pojęcie podaży turystycznej, jej składniki i uwarunkowania rozwoju
33. Mierniki podaży turystycznej i ich wartości dla Polski
34. Zmiany na rynku biur podróży w Polsce
35. Popyt turystyczny - jego wielkość (w Polsce i na świecie) i cechy charakterystyczne
36. Cechy charakterystyczne rynku turystycznego
37. Wpływ turystyki na gospodarkę narodową
38. Wpływ turystyki na gospodarkę lokalną i regionalną
39. Korzyści i zagrożenia monokultury turystycznej dla rozwoju gospodarczego
40. Formy działalności biur podróży
41. Impreza turystyczna jako produkt turystyczny
42. Zasady kalkulacji ceny imprezy turystycznej
43. Znaczenie pilotażu i przewodnictwa w turystyce
44. Etapy przygotowania imprezy turystycznej
45. Rodzaje i formy obsługi ruchu turystycznego na poszczególnych etapach podróży
46. System informacji turystycznej – warstwa analogowa i cyfrowa
47. Uwarunkowania geograficzno-przyrodnicze rozwoju turystyki na wybranych przykładach regionów w Europie
48. Uwarunkowania ekonomiczne i polityczne rozwoju turystyki na wybranych przykładach regionów w Europie
49. Uwarunkowania społeczno-kulturowe rozwoju turystyki na wybranych przykładach regionów w Europie
50. Atrakcyjność turystyczna – definiowanie, mierniki atrakcyjności
51. Podstawy prawne prowadzenia działalności turystycznej i wymogi jej zabezpieczenia finansowego
52. Znaczenie ustawy o imprezach turystycznych oraz powiązanych usługach turystycznych dla przedsiębiorcy turystycznego i klienta
53. Znaczenie ustawy o usługach hotelarskich oraz usługach pilotów wycieczek i przewodników turystycznych w funkcjonowaniu rynku turystycznego

54. Specyfika ryzyka w działalności turystycznej i sposoby jego minimalizacji
55. Rola pracownika liniowego i „zapleczka jakości” w kształtowaniu jakości usług
56. Znaczenie systemu zarządzania jakością według normy ISO 9001 w działalności turystycznej
57. Ryzyko a niepewność w działalności turystycznej; postawy wobec ryzyka
58. Instrumenty doskonalenia jakości i ich znaczenie w działalności turystycznej
59. Metody badania satysfakcji klienta usług turystycznych
60. Elementy rekreacyjnego zagospodarowania terenu
61. Podział urzędzeń rekreacyjnego zagospodarowania terenu
62. Charakterystyka i formy turystyki aktywnej
63. Regiony recepcyjne turystyki aktywnej
64. Swoiste zagrożenia zdrowia turystów spowodowane przez czynniki fizyczne
65. Schorzenia związane z turystyką leśną i łowiecką
66. Importowane choroby tropikalne i pasożytnicze stanowiące zagrożenie dla turystów
67. Instytucje i organizacje chroniące konsumenta na rynku usług turystycznych
68. Nieuczciwe praktyki rynkowe i czyny nieuczciwej konkurencji w działalności przedsiębiorstw turystycznych
69. Koncepcja marketingu mix w turystyce
70. Rola produktu w marketingu turystycznym
71. Rola i znaczenie marki w rozwoju przedsiębiorstw turystycznych i regionów
72. Kierunki działania Polskiej Organizacji Turystycznej
73. Charakterystyka turystyki przyjazdowej do Polski
74. Ocena efektywności funkcjonowania przedsiębiorstwa turystycznego
75. Wielowymiarowość zjawiska przedsiębiorczości
76. Przedsiębiorczość jako czynnik konkurencyjności przedsiębiorstw
77. Rola innowacji w rozwoju przedsiębiorczości
78. Stan rozwoju agroturystyki w Polsce
79. Kierunki rozwoju turystyki wiejskiej w Polsce i na świecie
80. Instytucje i organizacje wspierające rozwój turystyki na obszarach wiejskich
81. Uwarunkowania rozwoju turystyki wiejskiej i agroturystyki w Polsce
82. Korzyści ekonomiczne i społeczne wynikające z rozwoju turystyki wiejskiej
83. Dysfunkcje rozwoju turystyki wiejskiej
84. Formy obszarowe ochrony przyrody w Polsce
85. Ograniczenia w rozwoju turystyki na obszarach prawnie chronionych

86. Systemy informacyjne wykorzystywane w turystyce
87. Zadania i kierunki działania UNWTO
88. Podstawy prawne funkcjonowania przedsiębiorstw turystycznych w Polsce
89. Modele komunikowania społecznego
90. Zakłócenia i szумы w procesie komunikacyjnym
91. Rola i zadania przewodników turystycznych i pilotów wycieczek w Polsce
92. Organizacja pracy przewodnika z różnymi grupami odbiorców
93. Podstawy prawne dotyczące pracy przewodników turystycznych
94. Podstawy prawne realizacji turystyki szkolnej
95. Imprezy turystyczne realizowane w turystyce szkolnej
96. Zmiany w technologii informacyjno-komunikacyjnej w turystyce
97. Zasady i wskazania dotyczące uprawiania turystyki przez osoby starsze i niepełnosprawne
98. Stymulanty oraz bariery rozwoju rynku turystyki osób starszych i niepełnosprawnych
99. Rynek pracy w turystyce
100. Teorie zachowania konsumenta na rynku usług turystycznych