

ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСІЛКИ
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»

Кафедра туристичного та готельного бізнесу

**ПИТАННЯ, ЗАВДАННЯ ДЛЯ ПОТОЧНОГО ТА ПІДСУМКОВОГО
КОНТРОЛЮ ЗНАНЬ І ВМІНЬ СТУДЕНТІВ
з навчальної дисципліни
«ОРГАНІЗАЦІЯ ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ ТА ВИСТАВКОВОЇ
ДІЯЛЬНОСТІ»
для студентів напряму підготовки 6.14103 «Туризм»**

Укладач: Тараненко О.О., к.е.н., доцент кафедри туристичного та готельного бізнесу Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавського університету економіки і торгівлі».

ЗМІСТ

Питання для поточного контролю знань і вмінь студентів	4
Завдання для поточного контролю знань і вмінь студентів	6
Питання для підсумкового контролю знань і вмінь студентів	7
Завдання для підсумкового контролю знань і вмінь студентів	8

ПИТАННЯ ДЛЯ ПОТОЧНОГО КОНТРОЛЮ ЗНАНЬ І ВМІНЬ СТУДЕНТІВ

1. Сутність та характеристика ділового туризму.
2. Елементи ділового туризму.
3. Умови та фактори розвитку ділового туризму.
4. Конференц-зали і бізнес-центри.
5. Обладнання для ділових заходів.
6. Сучасні інформаційні ресурси для ділового туризму.
7. Travel-політика корпоративних клієнтів.
8. Страхування ділових подорожей.
9. Структура та умови договору про надання послуг організації ділових поїздок.
10. Порядок розробки інсентив-програм.
11. Транспортні послуги у діловому туризмі.
12. Програми лояльності у діловому туризмі.
13. Географія ділового туризму.
14. Світовий ринок ділового туризму.
15. Міжнародні та національні організації у сфері ділового туризму.
16. Сутність та суб'єкти виставкової діяльності.
17. Класифікація виставкових заходів.
18. Сучасні тенденції виставкової діяльності.
19. Інфраструктура виставкової діяльності.
20. Виставкове обладнання і виставковий дизайн.
21. Підбір і підготовка персоналу.
22. Вимоги до проведення виставок.
23. Основні критерії оцінки та вибір виставки.
24. Види участі у виставкових заходах.
25. Визначення цілей участі у виставці.
26. Позичування на виставці.
27. Імідж фірми та його формування на виставці.
28. Методи оцінки ефективності участі у виставці.
29. Світовий ринок виставкових послуг.
30. Міжнародні та національні виставкові асоціації.
31. Державна підтримка виставкової діяльності: вітчизняний та зарубіжний досвід.
32. Підготовка виставкового стенду.
33. Проектування експозиції.
34. Підготовка рекламно-інформаційних матеріалів.
35. Технічне забезпечення заходів.
36. Заклади обслуговування ділових зустрічей.
37. Особливості обслуговування ділового сегменту споживачів готельними і туристськими підприємствами.
38. Вимоги до готелів для ділових заходів.

39. Матеріально-технічне забезпечення інсентив-туризму.
40. Сучасні інформаційні ресурси для ділового туризму.
41. Інвестиційна привабливість розвитку інфраструктури для ділового туризму.
42. Особливості організації в'їзних та виїзних ділових подорожей.
43. Цільові групи ділових туристів.
44. Асортимент послуг у діловому туризмі.
45. Формування маршруту ділової подорожі.
46. Формування ділової програми.
47. Анімація у діловому туризмі.
48. Сюжетний корпоративний туризм.
49. Формування інсентив-програм.
50. Діловий етикет у діловому туризмі.
51. Міжнародні виставки ділового туризму.
52. Національні та міжнародні організації у сфері ділового туризму.
53. Основні світові оператори сфери ділового туризму.
54. Виставка як інструмент маркетингових досліджень.
55. Формати виставкових заходів.
56. Законодавчі умови провадження виставкової діяльності.
57. Рекламна підтримка виставкових заходів.
58. Маркетингові дослідження на виставці.
59. Промо-акції на виставкових заходах.
60. Типи відвідувачів з точки зору їх поведінки і робота з ними.
61. Вимоги до комунікацій на стенді. Фактори успіху комунікації.
62. Культура і техніка мовлення.

ЗАВДАННЯ ДЛЯ ПОТОЧНОГО КОНТРОЛЮ ЗНАНЬ І ВМІНЬ СТУДЕНТІВ

Теми рефератів:

1. Сучасна географія інсентив-туризму.
2. Основні та додаткові цілей інсентив-туризму.
3. Сучасні види інсентив-програм.
4. Основні специфічні вимоги до інсентив-турів.
5. Міжнародні Business Travel асоціації і професійні спілки.
6. Світовий досвід і особливості кадрової політики в діловому туризмі.
7. Аасоціації та об'єднання ділового туризму в Україні.
8. Вітчизняний досвід організації ділового туризму.
9. Використання електронних баз даних, інформаційних електронних видань та інформаційних сайтів для функціонування і розвитку ділового туризму.
10. Психологічні аспекти виставкової діяльності.
11. Сутність і значення виставкової діяльності.
12. Термінологія та класифікація виставкової діяльності.
13. Виставкова діяльність як інструмент маркетингу.
14. Економічні аспекти виставкової діяльності.
15. Реклама і зв'язки з громадськістю. Їх роль в організації виставкової діяльності.
16. Значення та організація ділових зустрічей дирекції виставки.
17. Проблеми координації виставкової діяльності.
18. Характеристика початку радянського періоду виставкової діяльності.
19. Характеристика базових методів планування у виставковій діяльності.
20. Охарактеризувати роль сучасних систем управління ресурсами виставкових організацій і органи координації виставковою діяльністю.
21. Формати виставкових заходів.
22. Законодавчі умови провадження виставкової діяльності.
23. Розвиток ділового туризму у Європі, Північній та Латинській Америці, Африці, Азії і Тихоокеанському регіоні.
24. Промо-акції на виставкових заходах.
25. Інвестиційна привабливість розвитку інфраструктури для ділового туризму.

ПИТАННЯ ДЛЯ ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ ЗНАНЬ І ВМІНЬ СТУДЕНТІВ

1. Сутність та характеристика ділового туризму.
2. Елементи ділового туризму.
3. Умови та фактори розвитку ділового туризму.
4. Сучасні інформаційні ресурси для ділового туризму.
5. Travel-політика корпоративних клієнтів.
6. Страхування ділових подорожей.
7. Порядок розробки інсентив-програм.
8. Транспортні послуги у діловому туризмі.
9. Програми лояльності у діловому туризмі.
10. Міжнародні та національні організації у сфері ділового туризму.
11. Сутність та суб'єкти виставкової діяльності.
12. Класифікація виставкових заходів.
13. Сучасні тенденції виставкової діяльності.
14. Інфраструктура виставкової діяльності.
15. Підбір і підготовка персоналу.
16. Вимоги до проведення виставок.
17. Основні критерії оцінки та вибір виставки.
18. Види участі у виставкових заходах.
19. Позичування на виставці.
20. Імідж фірми та його формування на виставці.
21. Методи оцінки ефективності участі у виставці.
22. Світовий ринок виставкових послуг.
23. Міжнародні та національні виставкові асоціації.
24. Підготовка рекламно-інформаційних матеріалів.
25. Технічне забезпечення заходів.
26. Заклади обслуговування ділових зустрічей.
27. Вимоги до готелів для ділових заходів.
28. Матеріально-технічне забезпечення інсентив-туризму.
29. Сучасні інформаційні ресурси для ділового туризму.
30. Цільові групи ділових туристів.
31. Асортимент послуг у діловому туризмі.
32. Формування маршруту ділової подорожі.
33. Формування ділової програми.
34. Анімація у діловому туризмі.
35. Формування інсентив-програм.
36. Діловий етикет у діловому туризмі.
37. Міжнародні виставки ділового туризму.
38. Національні та міжнародні організації у сфері ділового туризму.
39. Виставка як інструмент маркетингових досліджень.
40. Формати виставкових заходів.

ЗАВДАННЯ ДЛЯ ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ ЗНАНЬ І ВМІНЬ СТУДЕНТІВ

1. Обґрунтуйте переваги користування послугами корпоративних travel-агентств порівняно із послугами звичайних туристичних фірм для організації ділових подорожей.
2. Складіть перелік заходів з їх характеристикою, які можуть бути об'єктом організації ділових подорожей та наведіть їх приклади в Україні та світі.
3. Запропонуйте анімаційну програму для бізнесменів, лікарів, інженерів, педагогів, працівників сільського господарства.
4. Складіть анкету для визначення особистих вподобань працівників фірм з метою формування інсентив-програм.
5. Охарактеризуйте основні відмінності вітчизняного та міжнародного підходів до класифікації виставкових заходів
6. Підготуйте комплекс інформації, що має включатися до рекламно-інформаційних матеріалів туристичної фірми.
7. Підготуйте комплекс вимог до працівника на стенді виставки.
8. Сформууйте та охарактеризуйте комплекс методів для збору інформації на туристичній виставці.
9. Обґрунтуйте підходи до формування культури та техніки мови для роботи на стенді.
10. Сформууйте комплекс методів для виявлення різних категорій споживачів на виставці.
11. Охарактеризуйте найбільші виставкові заходи у сфері туризму, що проводяться в Україні.
12. Охарактеризуйте завдання органів державної влади щодо регулювання виставкової діяльності в Україні
13. Сформууйте комплекс критерії для визначення інвестиційної привабливості розвитку інфраструктури для ділового туризму у регіоні регіону.
14. Охарактеризуйте бізнес-центри категорій «А», «В» і «С».
15. Обґрунтуйте критерії оцінки ділової привабливості виставкових заходів.