

**УНИВЕРСИТЕТ „ПРОФ. Д-Р АСЕН ЗЛАТАРОВ“ – БУРГАС
КОЛЕЖ ПО ТУРИЗЪМ**

Утвърждавам,

Ректор:

(проф. д-р М. Миткова)



ВЪПРОСНИК

**за Държавен комплексен изпит
випуск 2019 година**

1. Маркетинг в туризма – същност, съдържание и особености.
2. Видове маркетингови концепции: класически и съвременни.
3. Маркетингова (външна и вътрешна) обкръжаваща среда в туризма.
4. Туристически пазар – същност и характеристика на туристическия пазар в маркетингов контекст. Видове туристически пазари. Сегментиране на пазара. Избор на целеви пазар.
5. Информационно осигуряване на маркетинговата дейност в туризма: Маркетингова информационна система; Маркетингово проучване (етапи).
6. Маркетинг микс – концептуална същност и елементи на маркетинговия микс. Туристическият продукт като елемент на маркетинговия микс (макро- и микро продукт). Концепция за жизнен цикъл на туристическия продукт. Продуктово позициониране.
7. Маркетинг-микс – Цена. Същност на цената като маркетингов елемент. Ценови стратегии и видове цени в туризма.
8. Маркетинг микс – Дистрибуция. Същност и особености на дистрибуцията. Електронна дистрибуция в туризма. Дистрибуционни системи в туризма.

9. Маркетинг микс – Комуникационна система. Същност и елементи на комуникацията: реклама, пропаганда, връзки с обществеността, стимулиране на продажбите, брандинг, директен маркетинг. Характеристика на всеки елемент от комуникационната система. Интегрирани маркетингови комуникации в туризма – същност и характеристика. Предпоставки и тенденции за развитието им.
10. Реклама – същност и особености на рекламата в туризма. Етапи на рекламната кампания. Видове реклама. Видове рекламни канали, рекламоносители и средства за реклама в туризма. Интернет реклама в туризма – същност и особености. Рекламни интернет формати.
11. Управление – същност и основни управленски функции. Организация – определение, същност. Фактори и елементи на преобразователната дейност на организацията. Институционална и полева организация – основни параметри. Полева производствена организация – същност и динамика на развитие.
12. Планиране. Функции на планирането. Класификация на видовете планове и планиране. Недискретно планиране. Стратегическо и тактическо планиране.
13. Организиране и координиране – същност и особености. Формиране на организационна структура. Принципи на организационното структуриране. Управленски контрол – видове и особености.
14. Управление на индивида и груповите взаимодействия.
15. Мотивация и мотивационен процес. Лидерство – определение и същност. Група и групова динамика. Организационна култура
16. Същност и значение на управлението на човешките ресурси (УЧР). Модели на УЧР.
17. Функционална и структурна характеристика на системата на УЧР.
18. Характеристика на труда в сферата на туризма. Установяване и поддържане на трудовите отношения в туристическата организация.
19. Планиране на потребностите от човешки ресурси в туристическите организации. Същност, цели и методи.
20. Ефективното използване на човешките ресурси и туристическата организация – набиране, подбор, оценяване и усъвършенстване на човешките ресурси. Същност,

ЗА СПЕЦИАЛНОСТ „ОУХР“

21. Диференциране и типизиране на заведенията. Дълготрайни материални активи на хотела и ресторанта. Създаване, поддържане и ефективност на ДМА. Показатели за измерване.
22. Предпоставки за изграждане на заведения за хранене и пребиваване. Избор на място за изграждане на заведение.
23. Бизнес-план. Проект за инвестиране. Проект за развитие на хотел. Етапи при изграждането на хотела.
24. Планово задание. Разположение и функционална връзка между помещенията в хотела. Основни изисквания, видове обзавеждане и технически инсталации.
25. Предпоставки за съставяне на оперативния план в Х и Р. Раздели и показатели за планиране.
26. Управление на възнаграждението. Организация, форми и видове РЗ. Производителност на труда.
27. Същност и групиране на разходите в Х и Р. Показатели за измерване. Фактори, влияещи върху размера и равнището на разходите.
28. Същност и роля на цената. Видове цени в Х и Р. Методи на ценообразуване.
29. Икономическа същност и характер на бруто дохода и печалбата. Образуване и разпределение на печалбата.
30. Икономическа ефективност. Показатели за измерване. Рентабилност. Граница на рентабилност. Анализ на съотношението цени-приходи – разходи-печалба.
31. Хотелиерско обслужване – същност, особености, организация и технология. Качество на хотелиерското обслужване.
32. Технология на обслужване в хотелиерски Фронт офис – функции и връзки на фронт офиса с други отдели и звена в хотела. Основни операции на Фронт офис – резервации, посрещане, настаняване и изпращане на гости. Допълнителни услуги.
33. Заведения за хранене и развлечения – възникване, развитие, класификация, характеристика и категоризация. Нормативни документи.

34. Организация и технология на производството и обслужването в ЗХР. Етапи на общия технологичен процес при производството на кулинарна продукция и на процесите на обслужване. Форми на обслужване в ЗХР.
35. Хигиена на ЗХР. Хигиенни изисквания към транспорта, приемането и съхранението на хранителни продукти. Хигиена на кулинарната продукция и хигиенни изисквания при реализацията ѝ. Хигиенен режим в ЗХР.
36. Функционални характеристики и приложимост на технологичното оборудване в хотела и ресторанта. Изисквания за здравословни и безопасни условия на труд.
37. Организация на производствените операции в студена кухня в ЗХР. Технологични характеристики на ястията, включени в производствената програма. Стандарти за поднасяне на ястия, приготвени в студена кухня.
38. Организация на производствените операции в топла кухня. Производствена програма и технологични характеристики на ястията. Стандарти за поднасяне на ястията, приготвени в топла кухня.
39. Организация на обслужване с напитки в ЗХР. Видове напитки, стандарти за съхранение и поднасяне. Основни правила при съчетаване на храни и напитки.
40. Организация на операциите при обслужване на специални събития. Планиране и организиране на банкети и приеми.

Директор:

(Проф/д-р Бр/Кодринаров)