

“ტურიზმი”ს სამაგისტრო პროგრამა
სპეციალობაში მისაღები გამოცდის საკითხები

1. ტურიზმის არსი და ძირითადი ტურისტული ტერმინები (მოგზაურობა, ვიზიტორი, ტურიზმი, ტურისტი, ექსკურსანტი, ტურისტული რესურსი, ტურისტული ინდუსტრია, ტური, ტურისტული პროდუქტი, ვაუჩერი, ტუროპერატორი, ტურისტული აგენტი, დესტინაცია), [1], გვ.28-34
2. ტურიზმის ძირითადი სახეობები და მიმართულებები (სოციალური, სათავგადასავლო, სასოფლო ტურიზმი, აგროტურიზმი) [1], გვ. 36–62
3. ტურიზმის ძირითადი სახეობები და მიმართულებები (ეკოტურიზმი, რაფტინგი, რელიგიური ტურიზმი, ახალგაზრდული ტურიზმი, კულტურული ტურიზმი)[1], გვ. 36–62
4. ტურიზმის ძირითადი სახეობები და მიმართულებები (თაიშმერი, MICE ტურიზმი, ექსტრემალური ტური, შოპინგ ტური)[1], გვ. 36–62
5. ტურიზმის მოტივაცია [1], გვ. 64- 73
6. საქართველოს ტურისტული რესურსები და ინფრასტრუქტურა, [1], გვ.76-80
7. ტურისტული ატრაქციები და ანიმაცია [1], გვ. 131–142
8. განთავსების საშუალებები და ძირითადი მომსახურებები, [1], გვ. 93, 97-101
9. სასტუმროების კლასიფიკაციის გავრცელებული სისტემები და მართვის სტრუქტურა, [1], გვ. 106–112
10. კვების ორგანიზაცია ტურიზმში, [1], გვ.112-113, [6], გვ. 42-47
11. სატრანსპორტო საშუალებები ტურიზმში, [1], გვ. 117– 121
12. რეკლამა ტურიზმში, [1], გვ. 161–166
13. ტურისტული პროდუქტის სტრუქტურა და სასიცოცხლო ციკლი. [4], გვ.195-198
14. მარკეტინგის თავისებურებანი ტურისტულ მომსახურებაში, [4], გვ. 25-41
15. ტურისტული ბაზრის არსი, სპეციფიკა, მონაწილეები [4], გვ.95–103, [1], გვ.240-241
16. ტუროპერატორისა და ტურისტული სააგენტო საქმიანობის არსი, [1], გვ. 143-151, [2], გვ. 86-88
17. მარკეტინგული კომპლექსი ტურისტულ მომსახურებაში, [4], გვ. 73- 84
18. ტურიზმის ადგილი და როლი მსოფლიო ქვეყნების ეკონომიკაში, [1], გვ. 224-233
19. ტურისტული ორგანიზაციების სამეწარმეო საქმიანობა, [1], გვ. 79-84
20. ტურიზმი და გარემოს დაცვა, [1], გვ. 273-286
21. ინფორმაციული ტექნოლოგიების გავლენა ტურიზმის განვითარებაზე, [5], გვ. 16-21
22. მოთხოვნა, მიწოდება ტურისტულ ბაზარზე, [1], გვ.237-251
23. ტურისტული საწარმოების ფინანსური ურთიერთობები, [3], გვ.195-201
24. ტურისტული მომსახურების დაჯავშნისა და რეზერვირების გლობალური სისტემები, [5], გვ.128-141
25. ტურიზმის სახელმწიფო რეგულირება, [1], გვ.198-209
26. მსოფლიოს ტურისტული რეგიონები, [1], გვ. 254-271
27. საერთაშორისო ტურისტული ორგანიზაციები, [1], გვ. 305-314
28. ტურიზმის მენეჯმენტის ძირითადი ცნებები და მმართველობითი კატეგორიები; [6], გვ 5-12
29. ტურიზმის მენეჯმენტის სისტემა [6], გვ.25-32
30. მართვის პრინციპები, რომლებიც უზრუნველყოფენ მენეჯმენტის ობიექტს. [6], გვ. 47-51

31. ხელმძღვანელობის სტილის არსი და მმართველის ელემენტები. ტურისტული ფირმის ხელმძღვანელობის სტილი. [6], გვ. 51-60
32. ტურისტული ფირმის იმიჯი, [6], გვ. 115-123

ლიტერატურა:

1. მ.მეტრეველი. ტურიზმისა და სტუმარმასპინძლობის საფუძვლები. თბილისი, 2011
2. მ. ბირჟაკოვი. ტურიზმის თეორია. თბილისი, 2012
3. ი. სოხაძე, მ. ლომთაძე. ტურიზმის ეკონომიკა. აწსუ ქუთაისი, 2007
4. გ. შუბლაძე, ლ. დოლიკაშვილი, ა. ქიტაშვილი, ტურიზმის მარკეტინგი, თბ. 2007წ.
5. ი. ხასაია. ინფორმაციული სისტემები ტურიზმში. ქუთაისი, 2015
6. ე. გველესიანი. ტურიზმის მენეჯმენტი. ლექციების კურსი. ქუთაისი, 2015 (აწსუ-ს ელ. ბიბლიოთეკა)
7. ლ. ქართველიშვილი. ტურიზმის საფუძვლები. თბილისი 2005
8. საქართველოს კანონი ტურიზმისა და კურორტების შესახებ. <http://www.gnta.ge/?46/>