

Turizmus – vendéglátás Felsőoktatási Szakképzés Záróvizsga témakörök

1. A turizmus nemzetközi és hazai gazdasági és társadalmi jelentősége, európai folyamatai és szervezetei

- a turizmus közigazgatási rendszere nemzeti, regionális és helyi szinten
- a turizmus rendszere, gazdasági hatásai, a turizmus hatása a fizetési mérlegre, a gazdasági növekedésre és a foglalkoztatottság alakulására, szerepe a régiók fejlődésében és fejlesztéspolitikájában,
- a turizmus folyamatainak statisztikai mérési módszerei, a turizmus szatellit számlák rendszere.
- a turizmus intézményrendszere, országos és nemzetközi szervezetek a turizmusban

2. A turisztikai kereslet és kínálat jellemzése, a fogyasztók és vállalkozások csoportosítása, osztályozása, tipizálása

- A turisztikai kínálat szerkezete – eredeti és származtatott kínálat, helyváltoztatás, tartózkodás és közvetítés létesítményei
- turisztikai infrastruktúra és szuprastruktúra, primer és szekunder vállalkozások, példákkal
- a turisztikai kereslet: a turizmus alanya, meghatározói, motivációk és turizmusfajták
- a turisták jellemzői, és típusai: Cohen, Smith és Plog szerinti tipizálása

3. Magyarország turisztikai vonzerői, célcsoportjai, turizmus fajták

- Magyarország általános idegenforgalmi-természeti adottságai
- Magyarország kulturális, történelmi és egyéb adottságai, rendezvényei
- Világörökségi helyszíneink, turisztikai régióink
- A hazai turizmus főbb jellemzői, célcsoportjai

4. A vállalat fogalma, célja, környezete, gazdálkodásának tervezése

- a vállalat, mint gazdasági rendszer értelmezése, sajátosságai, célja és küldetése
- az idegenforgalom /vendéglátás, szállásadás/ sajátosságai, hatásuk a vállalati gazdálkodásra, a vállalatok tevékenységi portfóliója
- a vállalat és környezetének kapcsolata: belső és külső (mikro és makro szint; STEPel) környezete
- a vállalati tervek rendeltetése, a vállalati tervek típusai, a tervezés rendszere a tervezési módszerek megválasztásának szempontjai
- a stratégiai, taktikai és az operatív terv tartalma és összefüggései
- a fenntartható fejlődés és az idegenforgalom, megvalósításának szükségszerűsége és lehetőségei, a cél elérésének eszközzrendszere.

5. A különböző vállalkozási formák sajátosságai, alapításuk és működtetésük, megválasztásuk szempontjai, jellemző vállalati formák a vendéglátásban és a szállásadásban

- a vállalat és a vállalkozási tevékenység fogalmak értelmezése
- a vállalati formák megválasztásának szempontjai
- a vállalati formák csoportosításának szempontjai, a kapcsolódó fogalmak értelmezése
- az egyes vállalati formák alapításának folyamata, a jegyzett tőke összetevői
- jellemző vállalati formák a vendéglátásban és a szállásadásban
- az egyéni vállalkozás, Kft. és az Rt. vállalati formák komplex – alapítás, előtársaság, cégbejegyzés, tisztségviselők, testületek, a tulajdonosok szerepe és részvétele a döntésekben stb.)

6. A befektetett tárgyi eszközök szerepe a vállalatok gazdálkodásában, az idegenforgalmi tevékenységet folytató vállalatok speciális befektetett tárgyi eszközei

- a tárgyi eszközök fogalma, csoportosítása, helye és szerepe a vállalatok eszközállományában
- az egyes csoportok főbb sajátosságai
- az eszközhatékonyság és az eszközigényesség értelmezése, jelentősége, mutatói
- az értékcsökkenési leírás szerepe, elszámolásának különböző módszerei
- az értékcsökkenés, mint a belső forrásképződés egyik eleme
- a befektetett tárgyi eszközök kapacitásának értelmezése és számszerűsítése / szobakapacitás, ágykapacitás, véc. kapacitás, vendégszám kapacitás / a kapacitás kihasználás számszerűsítése
- a kihasználás mértéke és hatása a költségek alakulására, és a gazdálkodás eredményére

7. Az idegenforgalmi tevékenységet folytató vállalatok anyag és készletgazdálkodása, a logisztika szerepe a vállalatok gazdálkodásában

- a forgóeszközök fogalma, nyilvántartása, csoportosítása különböző szempontok (megjelenési forma, termelési folyamatban elfoglalt helyük, a lekötés időszakossága stb.) szerint
- a forgótőke, nettó forgótőke, forgó befektetés fogalmak értelmezése példákon keresztül
- az egyes forgóeszköz csoportok rövid jellemzése
- az idegenforgalmi tevékenységet folytató vállalatok speciális forgóeszközei
- a logisztikai rendszer fogalma, struktúrája és feladata
- a készletállomány csoportosítása, tervezése, elemzése, készletezési rendszerek, készletszintek (EOQ, ELÁBÉ, ELÁBÉ szint, stb.)
- a forgóeszközök megtérülésének folyamata, a megtérülést befolyásoló tényezők, a kapcsolódó elszámolási és tervezési feladatok

8. Vállalati eredmény, adózás, termelési költségek. Az idegenforgalmi tevékenységet folytató vállalatok költséggazdálkodásának speciális kérdései

- árbevétel bevétel stb. fogalmak értelmezése, a vendéglátási és szállásadási tevékenységet folytató vállalatok árbevételének és bevétele fontosabb jogcímei
- az árképzés rendszere a vendéglátásban és a szállásadásban
- a termelési költségek csoportosítása, értelmezése; költségnevek, közvetlen és közvetett költségek, állandó és változó költségek (fedezeti pont), a kapcsolódó fogalmak értelmezése
- a jövedelmezőség mutatószámai (jövedelemráta, költségszint, profitráta, fedezeti hányad, ROA, ROI, ROE, haszonkulcs, a mutatószámok közötti kapcsolat és értelmezése)

- az egyéni és a társas vállalkozások jövedelmének adóztatása (SZJA, TÁNYA)
- egyéb, a vállalatokat terhelő elvonások (ÁFA, TB, munkaadói járulék, EHO, építési adó, kommunális adó, iparűzési adó stb.)
- a vendéglátás és szállásadási tevékenységet folytató vállalatok jellemző költségtételei, speciális adói

9. A marketing szerepe az idegenforgalmi tevékenységet folytató vállalatoknál, a marketing mix

- a marketing, marketingmenedzsment, turizmusmarketing fogalma,
- a vendéglátó és turisztikai szolgáltatások sajátosságai,
- az idegenforgalmi vállalkozások marketing eszköztára: a hagyományos árumarketinghez képest (Product, Price, Place, Promotion), a szolgáltatásmarketing 7P-je (People, Physical evidence, Process)
- a turizmusmarketing 8P eszköztára (People, Packaging, Programming, Partnership) a komplex turisztikai termékhez.

10. A marketing kommunikáció

- a marketingkommunikáció fogalma, célja,
- a kommunikációs mix elemei, részletes ismertetésük (Reklám; Sales Promotion, Merchandising; Personal Selling; Direct Marketing; Public Relations)
- a kommunikációs mix elemeinek alkalmazhatósága a turizmus szektorban.

11. A marketingmenedzsment fogalma, szakaszai, a tervezési szakasz részletes ismertetése

- a marketing és marketingmenedzsment fogalma,
- a marketing és a stratégiai tervezés kapcsolata,
- a tervezési szakasz jellegzetességei, helyzetelemzési módszerek
- a marketing terv, mint a marketing menedzsment terméke,
- a marketing terv felépítése, tartalmi elemei

12. A magyar gasztronómiai kultúra és kapcsolódása a turizmushoz és vendéglátáshoz

- a gasztronómia fogalma, jelentősége,
- a magyar konyha jellemzése néhány jellegzetes étel ismertetésével,
- a gasztronómiai hagyományok kapcsolódása a turizmushoz,
- a magyar lakosság étkezési szokásai és táplálkozási szegmensei,
- a gasztronómia szerepe a vendéglátás étel - és italkínálatának kialakításában,
- az étrend összeállításának szempontjai,

13. A vendéglátás jellemzői, jelentősége, rendszere, üzletkörei, fő folyamatai és kiegészítő tevékenységi körei és tárgyi feltételrendszereik

- a vendéglátás fogalma, jellemzői, jelentősége, rendszere, üzletkörei,
- a vendéglátás beszerző tevékenysége,
- a vendéglátás raktározó tevékenysége, helységei és tárgyi feltételei,
- a termelés tevékenysége, helységei és tárgyi feltételei,

- az értékesítés tevékenysége, helységei és tárgyi feltételei, értékesítési módok, értékesítési formák,
- a terítés alapszabályai, felszolgálati módok és rendszerek,
- a vendéglátás szolgáltató tevékenysége (tárgyasult, tiszta), helységei és tárgyi feltételei,
- a vendéglátás kiegészítő tevékenységi körei, higiénés és szociális helyiségei,

14. Szállodák tevékenységi körei, személyi feltételei, a szállodai személyzettel szemben támasztott követelmények, üzemeltetés, és a szállodák tárgyi feltételei, a munkaidő beosztást befolyásoló tényezők

- alaptévékenységek (elszállásolás, ellátás, egyéb szolgáltatások),
- járulékos, kiegészítő tevékenységek,
- szállodai értékesítés és marketing tevékenység,
- szállodai árképzés és egységes hatékonysági mutatók,
- a szállodai személyzettel szemben támasztott követelmények,
- földszinti munkakörök és feladataik vendégciklus szerint,
- emeleti munkakörök és feladataik vendégciklus szerint,
- a szállodák csoportjai (rendeltetés, méret, üzemeltetés, osztott üdülési formák),
- a szállodák osztályba sorolása, minősítési rendszerei,
- a szálloda épülete, helyiségei és berendezései,
- a munkaidő beosztást befolyásoló tényezők,

15. A rendezvények és a rendezvényszervezés helye, szerepe a turizmusban, rendezvények stratégiai tervezése, szervezésének folyamata, konferenciák és fesztiválok a turizmusban

- A rendezvény fogalmi körülírása, a rendezvények típusai; a rendezvényszervezés, mint tevékenység fogalma; magyar és nemzetközi szakmai szervezetek;
- A rendezvénynek stratégiai tervezése: helyzetelemzés: célkitűzések, (megbízás, érdekeltek) elemzés, (külső-belső) alternatívák, (kidolgozás, pozicionálás, kiválasztás);
- A rendezvények szervezésének folyamata: tervezés (pénzügyi, marketing, program, kockázatkezelés), előkészítés (ajánlatkérés, megrendelés, szerződés), lebonyolítás (forgatókönyvek), utómunkálatok (elszámolás, értékelés, archiválás)
- Konferenciaszervezés: konferenciaszervezés tárgyi, személyi és pénzügyi feltételei: konferenciahelyszínek és jellemzőik; konferenciaszervezők: PCO, szakmai szervező bizottság, stáb; a konferenciák bevételei és fontosabb kiadásai; a konferenciák programjai: szakmai, társadalmi, kísérő programok;
- A konferencia típusú rendezvények jelentősége, hatása: imázs növelés; szezonális hátrányainak csökkentése; bevétel növelése; minőségi turizmus ;kapacitás kihasználtság növelése;
- A fesztiválok jelentősége, típusai, jelentősebb magyar fesztiválok: egyedi vonzerő, arculati elem; művészeti, gasztronómiai, összművészeti; Budapesti Tavasz Fesztivál, Budavári Pezsgő és Borfesztivál, Sziget, stb.