

ПРИМЕРНЫЕ ПРОГРАММНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ К ЗАЧЕТУ

1. География современного международного туризма, динамика развития международного туризма.
2. Влияние общемировых процессов на состояние современного туризма: вклад туризма в сохранение мира, процессы глобализации в мировом туризме, материальное благосостояние и отдых.
3. Значение геополитической обстановки для формирования туристских потоков.
4. Особенности природного туристско-рекреационного и историко-культурного потенциала, социально-экономические и политические факторы развития туризма.
5. Место географии туризма в системе наук, предмет и объект исследования географии туризма. Структурные модели туризма.
6. Пространственные модели развития Плога.
7. Модель жизненного цикла туристического центра Батлера.
8. Оценочные методы географических исследований, этапы оценивания.
9. Классификация стран мира по уровню развития международного туризма. Признаки классификации стран мира.
10. Типология стран мира по уровню развития туризма.
11. Методика оценки природно-ресурсного потенциала, состава и структуры населения и социальной сферы, экономики и хозяйственного использования территории, туристско-рекреационного потенциала территории по географическим картам.
12. «Туристический образ страны» – одно из ключевых понятий туристического страноведения.
13. Классификация туристических макрорегионов и субрегионов UNWTO.
14. Факторы развития туризма в туристических макрорегионах.
15. Факторы, уровень, тенденции, проблемы и перспективы развития Западноевропейского туристического субрегиона.
16. Комплексная страноведческая характеристика.
17. Франция туристическая дестинация номер один.
18. Факторы развития международного туризма в Германии. Главные районы и центры международного и внутреннего туризма Германии.
19. Швейцария и Австрия – старейшие туристические дестинации в Западноевропейском туристическом субрегионе.
20. Положение стран БЕНИЛЮКС (Бельгия, Нидерланды, Люксембург) на международном туристическом рынке. Составить комплексную страноведческую характеристику стран БЕНИЛЮКС.
21. Место Южной Европы на мировом рынке туризма.
22. Потенциал культурного туризма субрегиона Южная Европа.

23. Ведущая роль туризма в минигосударствах Андорра, Мальта, Ватикан и Сан-Марино.
24. Ведущие позиции Испании и Италии в субрегионе Южная Европа (КСХ).
25. Ведущее положение Британии на туристическом рынке субрегиона. Центры образовательного, делового и культурного туризма Британии.
26. Ирландия – пример быстроразвивающейся туристической дестинации. Культурный, этнический и экологический туризм в Ирландии.
27. Туристический потенциал и туристический продукт Финляндии.
28. Туристические центры Норвегии.
29. Особенности туристического продукта Швеции.
30. Особенности географического расположения государств североевропейского туристического субрегиона.
31. Направления въездных и выездных потоков туристов в субрегионе Северная Европа.
32. Туристический потенциал и туристический продукт стран Скандинавского полуострова.
33. Уникальность туристско-географического расположения субрегиона Восточное Средиземноморье.
34. Стремительное развитие туризма в Турции, туристический потенциал региона.
35. Положение Кипра на рынке международного туризма.
36. Уникальность туристического продукта Израиля, степень его востребованности.
37. Факторы благоприятного расположения стран Балтии, развитие туризма в Литве, Латвии, Эстонии.
38. Развитие туризма в приморских государствах Центрально-Восточной Европы.
39. Развитие приозёрного туризма на Балатоне, в горных районах и на озёрах Польши.
40. Международный туризм и его роль в экономике Чехии.
41. Сравнительная характеристика развития туризма в Республике Беларусь и других государствах субрегиона Центрально-Восточная Европа.
42. Международный туризм в странах Центрально-Восточной Европы: уровень, динамика, тенденции, проблемы и перспективы развития.
43. География горных курортов и горнолыжных центров субрегиона Центрально-Восточная Европа.
44. Центры и объекты культурного туризма субрегиона Центрально-Восточная Европа.
45. Состояние, проблемы и перспективы туризма в Украине.
46. Центры бальнеологического туризма в субрегионе Центрально-Восточная Европа.

47. Роль и значение международного туризма в процессе регионального взаимодействия стран Центрально-Восточной Европы в конце XX–начале XXI вв.

48. Политическая, социально-экономическая и правовая макросреда туризма в регионе Центрально-Восточная Европа.

49. Наиболее привлекательные природные территории и объекты России и стран СНГ. Историко-культурный потенциал Москвы и Санкт-Петербурга, туристические центры «Золотого кольца».

50. Характеристика развития внутреннего и международного туризма в России и странах СНГ.

51. Туристический потенциал и туристический продукт Крыма.

52. Приморские курорты на берегах Чёрного и Азовского морей.

53. Туристско-географическое положение стран Закавказья (Грузия, Армения и Азербайджан).

54. Основные туристические районы и центры Грузии, Армении и Азербайджана.

55. Специфика развития туризма в странах Средней Азии.

56. Уникальность туристско-географического расположения макрорегиона Америка.

57. Рейтинг генерирующих туристов стран: Канада, Мексика, Япония, Европа, причины этого явления.

58. Дестинации выездного туризма: Канада, Мексика, Карибский регион, Европа; причины такого положения.

59. Дестинации Центральной Америки в положении аутсайдеров на международном туристическом рынке.

60. Положение США на мировом рынке туризма.

61. Составляющие внешней макросреды туризма в США.

62. Роль туризма в странах Карибского бассейна.

63. Туристско-рекреационные ресурсы и туристический продукт Мексики.

64. Основные туристические субрегионы и дестинации Азиатского континента.

65. Япония – одна из крупнейших генерирующих туристов стран в мире. Туристические центры на Японских островах.

66. Преобладающие виды туризма в Китае, историко-культурный потенциал Китая.

67. Туристические дестинации – Гонконг и Макао.

68. Основные туристические центры и объекты в Китае.

69. Основные дестинации и туристические центры Индии, Непала, Шри-Ланки.

70. Ведущая роль Египта в развитии международного туризма на Ближнем Востоке.

71. Паломничество в священные города Мекка и Медина.

72. Причины стремительного развития международного туризма в регионе Юго-Восточная Азия.

73. Крупнейшие туристические дестинации – Сингапур, Таиланд, Малайзия, Индонезия, Филиппины: курорты, туристические центры, буддистские храмы, крокодиловые фермы и др.

74. Богатство и разнообразие природного и историко-культурного потенциала Южной Азии.

75. Причины скромного положения и неустойчивого развития международного туризма на Ближнем Востоке.

76. Специфика туристско-географического расположения региона Океания: островное положение, раздробленность территории, разбросанность и удалённость от крупных туристических рынков.

77. Характеристика туристического потенциала и туризма дестинаций Микронезия, Меланезия и Полинезия.

78. Уникальность туристического продукта Австралии и Новой Зеландии.

79. Главные туристические районы и центры Австралийского континента, Национальные парки.

80. Особенности туристско-географического положения Африканского макрорегиона.

81. Удельный вес отдельных субрегионов Африки в доходах от туристической деятельности.

82. Место Африканского макрорегиона на мировом рынке туризма. Основные доминанты туристического потенциала Африки.

83. Характеристика развития международного туризма в ЮАР и Тунисе.

84. Развитие сафари-туризма в дестинациях Восточной и Южной Африки.

85. Национальные парки Африки.