

Демоверсия тестовых вопросов

1. Тип питания, предполагающий свободный выбор клиентом блюд по предлагаемому ресторанному меню, где каждое блюдо указывается с отдельной ценой; применяется в основном для индивидуалов или небольших групп (на данный момент является наиболее распространенным методом обслуживания в ресторанах, так как больше всего соответствует желаниям гостей)...

- 1.«А ля карт»
- 2.«Табльдот»
- 3.«А парт»
- 4.«Шведский стол»

2. Тип ресторанного обслуживания, при котором гости, предварительно сделав заказ, обслуживаются в установленный промежуток времени (часто встречается в домах отдыха и курортных гостиницах)...

- 1.«А ля карт»
- 2.«Табльдот»
- 3.«А парт»
- 4.«Шведский стол»

3. Природоохранное учреждение, территория которого включает природные комплексы и объекты, представляющие уникальную экологическую ценность (предназначены для природоохранных, научных и научно-просветительских целей)...

- 1.заповедник
- 2.курорт
- 3.заказник
- 4.дестинация

4. Территория, привлекательная для туристов, имеющая определенные географические границы...

- 1.заповедник
- 2.курорт
- 3.заказник
- 4.дестинация

5. Совокупность гостиниц и иных средств размещения, средств транспорта, объектов санаторно-курортного лечения и отдыха, объектов общественного питания, объектов и средств развлечения, объектов познавательного, делового, лечебно-оздоровительного и иного назначения, организаций, осуществляющих туроператорскую и турагентскую деятельность, а также организаций, предоставляющих услуги гидов-переводчиков, инструкторов-проводников и т.д...

1. туристские ресурсы
- 2.туристские продукты
- 3.туристская индустрия
4. туристские центры

6. Деятельность по формированию, продвижению и реализации туристского продукта - это

1. осуществляемая юридическим лицом...
2. формирование туристского продукта
3. продвижение туристского продукта
4. туроператорская деятельность

7. Совокупность всех свойств и характеристик туристского продукта, определяющих его способность удовлетворить потребности и желания туриста – это...

1. потребительская ценность туристского продукта
2. степень удовлетворенности клиента
3. покупательский спрос
4. качество туристского продукта

8. Туроператоры, ориентирующие турпродукты на зарубежные страны; их задача состоит в необходимости досконального изучения продаваемого направления, в необходимости деловых контактов с зарубежными партнерами, в необходимости международных расчетов и большей зависимости от фактов косвенного влияния на туристический рынок...

1. инсайдинговые туроператоры
2. аутгоинговые туроператоры
3. инкаминговые туроператоры
4. аутсайдинговые туроператоры

9. Специалист, занимающийся разработкой индивидуальных и коллективных программ досуга, ориентирующий человека в многообразии видов досуга, организующий полноценный отдых...

1. турист
2. турагент
3. аниматор
4. туроператор

10. К какому туристскому региону по территориально-географическому направлению относятся такие страны как Мадагаскар и Сейшельские острова...

1. Азия и тихоокеанский регион
2. Ближний Восток
3. Американский регион
4. Африка

11. Один из принципов маркетинга, используемый для проведения успешной сегментации туррынка, который предполагает наличие каналов коммуникации продавца с потенциальными потребителями...

1. принцип большой величины сегмента
2. принцип различия
3. принцип измеримости
4. принцип доступности

12. К какому туристскому региону по территориально-географическому направлению относятся такие страны как Сингапур и Индонезия....

1. Азия и тихоокеанский регион
2. Ближний Восток
3. Американский регион
4. Африка

13. Туроператоры на приеме, комплектующие туры и программы обслуживания туристов с использованием прямых договоров с поставщиками услуг...

1. рецептивные туроператоры;
2. нерцептивные туроператоры
3. инициативные туроператоры;
4. многопрофильные туроператоры

14. Какой вид размещения (тариф) в курортной гостинице скорее всего будет предложен семье в составе – двое родителей, ребенок 4-х лет и ребенок 17 лет?

1. dbl + 2child
2. dbl + child+ext
3. dbl +child
4. dbl +ext

15. Как называется совокупность, общее количество номеров (мест) разной категории в гостиницах, которыми распоряжаются дирекция гостиницы, менеджмент гостиничной цепи, дирекция по управлению гостиницами, глобальные системы бронирования и резервирования мест?

1. номерной фонд
2. койко-место
3. гостиница
4. правильных ответов нет

16. Согласно порядку классификации объектов туристской индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения, горнолыжных трасс и пляжей, начиная с какой категории гостиницы, турист может рассчитывать на услугу «roomservice» круглосуточно

1. 2*
2. 3*
3. 4*
4. 5*

17. Кассовый чек для организации, работающей с применением ККМ, может не выдаваться потребителю...

1. если потребитель оплатил покупку с помощью банковской карты;
2. если покупатель оплатил безналичным путем на расчетный счет, например через банк по квитанции без открытия счета или со своего счета в банке;
3. если покупку потребитель совершает с использованием наличных средств, но в интересах своей организации-юридического лица;
4. если потребитель совершает авансовый платеж (частичная оплата).

18.Какие интернет-ресурсы по бронированию гостиниц ориентированы в первую очередь на российские средства размещения?

- 1.Booking
- 2.Expedia
- 3.Ostrovok
- 4.Amadeus

19.Коллега по работе в ходе беседы по вопросу улучшения микроклимата в коллективе старается продемонстрировать свою эрудицию, судит обо всем на основании личных позиций и своего жизненного опыта, дает оценку всему сказанному. К чему приведет такая позиция?

- 1.к эффективному взаимодействию участников беседы
- 2.к признанию его авторитета в вопросах улучшения микроклимата в коллективе
- 3.к разработке плана конкретных мероприятий
- 4.к неэффективному взаимодействию участников беседы.

20.В каком случае наиболее эффективной стратегией поведения в конфликтной ситуации будет компромисс?

- 1.Одна из сторон считает, что нет серьезных оснований для продолжения контактов
- 2.Обе стороны обладают властью и авторитетом
- 3.Обе стороны желают одного и того же, и удовлетворение этого желания имеет большое значение
- 4.Одна из сторон понимает, что необходимо выработать временное решение, так как на выработку другого нет времени