

«Организация международного туризма»

Вопросы и ответы из теста по [Организации международного туризма](#) с сайта [oltest.ru](#).

Общее количество вопросов: 202

Тест по предмету «Организация международного туризма».

1. Анализ международного туристского рынка преследует цели:

- **идентифицировать регионы, где международный туризм возрастает и где снижается**
- **идентифицировать страны, где международный туризм имеет большой потенциал для превращения в важный элемент экономического развития**
- **объяснить причины больших различий в географическом распределении числа туристов и доходов от них и динамику этих различий**

2. В настоящее время стержень правовой системы сферы туризма образует:

- **Федеральный закон Российской Федерации «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»**

3. Возможность формирования и отправки заявки на нужную гостиницу с помощью специальной формы резервирования, детально описывающей все параметры заказа (размещение, трансфер, визовая поддержка), является особенностью

- **сервера**

4. Впервые среди российских туроператоров в 1996 г. свой собственный сервер открыла компания

- **Академсервис**

5. Высокий уровень повторных покупок и стабильный уровень продаж характерен для стадии жизненного цикла продукта, именуемой

- **зрелостью**

6. Градация, применяемая для обозначения качества предоставляемых услуг (полный пансион, полупансион и др.), называется:

- **классом обслуживания**

7. Гражданско-правовой договор, в силу которого одна сторона (поверенный) обязуется совершить от имени и за счет другой (доверителя) определенные юридические действия, называется:

- **договором поручения**

8. Деятельность по продвижению и реализации туристского продукта, осуществляемая, как правило, на основании лицензии юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем (турагентом), — это ... деятельность ...

- **турагентская**

9. Деятельность предприятий, организаций, учреждений или граждан-предпринимателей по удовлетворению потребностей туристов и экскурсантов в путешествиях, отдыхе или экскурсиях, отвечающая целям туризма, характеру и направленности туристской услуги, тура, туристского продукта, не противоречащая общечеловеческим принципам морали и доброго порядка, называется:

- **туристской услугой**

10. Деятельность туристской фирмы, направленная на создание привлекательного и конкурентоспособного туристского продукта для массовой или индивидуальной реализации на рынке туристских услуг, называется:

- **планированием туров**



11. Деятельность, направленная на предоставление различного рода туристских услуг и товаров туристского спроса для удовлетворения культурных и духовных потребностей иностранных туристов, — это:

- **международный туризм**

12. Деятельность, ориентированная на разработку серийных туров для массовых туристских путешествий, в коммерческой реализации квалифицируемая как оптовая, — это:

- **туроператорская деятельность**

13. Для выезжающих в Польшу, Болгарию, Румынию, Чешскую и Словацкую Республики страховой полис оформляется на бланках

- **“Синяя карта”**

14. Для участия в зарубежной поездке в соответствии с действующим законодательством граждане Российской Федерации должны иметь

- **общегражданский заграничный паспорт**

15. До половины туристских путевок крупными операторскими фирмами реализуется:

- **на выставках и ярмарках**

16. Договор между производителем туристских услуг и турагентством, предусматривающий передачу прав и привилегий на сбыт туристских услуг, охраняемых торговой маркой либо производимых на основе технологии производителя, называется:

- **договором франчайзинга**

17. Договор, в соответствии с которым на основании заявки турагента туроператор организует туристические поездки, обеспечивает обслуживание туристов, а турагент приобретает данные туры для последующей реализации, называется:

- **дилерским договором**

18. Договор, по которому одна сторона обязуется за вознаграждение совершать по поручению другой стороны (принципала) юридические и иные действия от своего имени, но за счет принципала либо от имени и за счет последнего, называется:

- **агентским договором**

19. Договор, по которому одна сторона обязуется по поручению другой стороны за вознаграждение совершить одну или несколько сделок от своего имени, но за счет последнего, называется:

- **договором комиссии**

20. Договорами между туроператорами и турагентами как оптовыми покупателями пакетов туристских услуг являются:

- **агентские соглашения**

21. Документ, дающий право на услуги, входящие в состав тура, и подтверждающий факт их оказания, называется:

- **ваучером**

22. Документ, на основании которого производится обслуживание иностранных туристов и взаиморасчет с фирмой, является:

- **ваучером**

23. Документ, определяющий содержание программы и условий обслуживания туристов на конкретном маршруте, — это:

- **технологическая карта**

24. Документ, подтверждающий оплату предусмотренных программой услуг, являющийся формой строгой отчетности, — это:

- **туристская путевка**



25. Документ, подтверждающий оплату программы услуг с указанием трассы и описания маршрута, срока действия, цены и др., а также факт передачи туристского продукта, называется:

- **туристской путевкой**

26. Документ, подтверждающий прибытие группы, в котором указываются данные прибытия, особенности питания, фамилия турлидера (руководителя группы), дополнительные виды обслуживания, называется:

- **извещением**

27. Документ, содержащий правила, общие принципы, характеристики, касающиеся определенных видов деятельности, в том числе туристской, и доступный широкому кругу потребителей, называется:

- **стандартом**

28. Доля гостиничного обслуживания и питания в общей стоимости путевки составляет:

- **60-65%**

29. Замедляется рост прибытий иностранных гостей, хотя общее число прибывающих все еще растет и превышает численность местного населения, на стадии жизненного цикла продукта, которую называют:

- **зрелостью**

30. Заранее спланированная трасса передвижения туриста в течение определенного времени с целью предоставления ему предусмотренных программой услуг — это:

- **маршрут**

31. Заявкой турагентства на предоставление туроператором туристских услуг фактически является:

- **лист бронирования**

32. Из перечисленного, успех маркетинга в туристском мире зависит от:

- **комплексный анализ рынка**
- **продвижение продукта**
- **установление цены на продукт**

33. Из перечисленных предприятий, укажите предприятия, представляющие индустрию туризма:

- **информационные службы**
- **предприятия питания**
- **предприятия размещения**
- **транспортные предприятия**

34. Изучение спроса на туристский продукт, требований потребителей к качеству услуг, уровню цен является первым этапом маркетингового(-ой):

- **планирования**

35. Имидж фирмы, легко распознаваемый среди имиджей других фирм и хорошо запоминающийся, характеризуется:

- **оригинальностью**

36. Информация об основных характеристиках туристской услуги и условиях обслуживания называется ее:

- **описанием**

37. К важнейшим инструментам государственного регулирования деятельности туристских организаций и защиты прав потребителей туристских услуг относятся:

- **лицензирование**
- **сертификация**
- **стандартизация**



38. К видам маршрутов, различаемых в зависимости от перемещения по пути следования на маршруте, относятся:

- **кольцевые**
- **комбинированные**
- **линейные**
- **радиальные**

39. К дополнительным услугам относятся:

- **медицинские услуги**

40. К основным видам покупательского (туристского) спроса относятся:

- **рыночный спрос**
- **сезонный спрос**
- **сложившийся спрос**
- **формирующийся спрос**

41. К основным услугам относятся:

- **транспортные услуги**

42. К предприятиям, зависимым от туризма, относятся:

- **горнолыжные лифты**

43. К предприятиям, специализирующимся на туризме, относятся:

- **предприятия по производству сувениров**

44. К системам бронирования основных туруслуг во Всемирной компьютерной сети относятся:

- **Amadeus**
- **Internet**
- **Worldspan**

45. К субъектам туристского рынка относятся:

- **контрагенты — исполнители услуг**
- **организаторы и продавцы туров**
- **покупатели**

46. К теориям, объясняющим международное разделение и общие направления развития туристских потоков, относятся следующие теории:

- **теория абсолютного преимущества**
- **теория жизненного цикла продукта**
- **теория подобия стран**
- **теория соотношения факторов**
- **теория сравнительного преимущества**

47. К условиям успешного функционирования рынка относятся:

- **возможность свободного выбора потребителей**
- **наличие одинаковых правил для всех в области качества и безопасности выпускаемой продукции и оказываемых услуг**
- **свободная конкуренция производителей**

48. К факторам, определяющим уровень обслуживания клиентов, не относится(-ятся):

- **установление мотивации выбора турпродукта**

49. Как называется международная кооперативная организация, объединяющая 240 турагентств разных стран и осуществляющая свою деятельность на коммерческих началах?

- **Всемирная ассоциация турагентств**

50. Как называется организация поездки на конгресс?

- **Профессиональный туризм**



51. Как называется туризм с религиозными целями?

- **Паломнический туризм**

52. Комплекс мер, направленных на реализацию туристского продукта (реклама, участие в выставках, ярмарках, организация туристских информационных центров по продаже туристского продукта, издание каталогов, буклетов и др.), является:

- **продвижением туристского продукта**

53. Комплекс мер, направленных на реализацию туристского продукта, есть:

- **продвижение туристского продукта**

54. Комплекс сооружений, инженерных и других сетей, в том числе связи, дорог, смежных индустрии туризма предприятий, обеспечивающих нормальный доступ туристов к туристским ресурсам и их надлежащее использование в целях туризма, а также обеспечение жизнедеятельности предприятий индустрии туризма, называются:

- **инфраструктурой туризма**

55. Комплекс услуг и товаров, в совокупности своей образующих туристскую поездку (тур) или имеющих к ней непосредственное отношение, называется туристским

- **продуктом**

56. Комплекс услуг по размещению, перевозке и питанию туристов, экскурсионному обслуживанию, включая услуги гидов-переводчиков и турменеджеров (руководителей групп), а также другие услуги, предоставляемые в зависимости от целей путешествия, — это:

- **тур**

57. Комплекс услуг по размещению, перевозке, питанию туристов, экскурсионные услуги, а также услуги гидов-переводчиков и другие услуги, предоставляемые в зависимости от цели путешествия, называются:

- **туром**

58. Комплекс услуг, предоставляемых туристам туристской фирмой, или право на тур, реализуемое для туристов, называется:

- **туристским продуктом**

59. Комплексная туристская услуга, включающая в себя: размещение, питание, экскурсионное обслуживание, транспортные, бытовые, спортивно-оздоровительные, физкультурные, медицинские и прочие услуги, — называется:

- **пэкидж-тур**

60. Комплексная туристская услуга, обеспечивающая удовлетворение оздоровительных и других потребностей туристов при определенных условиях их жизнеобеспечения, называется:

- **путешествием**

61. Комплексная туристская услуга, путешествие, поездка, организуемая на индивидуальной или коллективной основе по определенному маршруту и программе с предварительным бронированием и приобретением проездных билетов, гостиничных, транспортных, экскурсионных услуг и услуг питания, оформлением виз, страховки и т.д., называется:

- **турпакетом**

62. Конкретные характеристики продукта должны быть не ниже требований

- **государственного стандарта**

63. Контакт сотрудников турфирмы с клиентами, который может осуществляться в офисе или других местах нахождения возможных покупателей с помощью переговоров по телефону, выступлений на радио, телевидении, называется:

- **личным**



64. Крупные многоотраслевые концерны, занимающие господствующее положение в туристском бизнесе своей страны и обслуживающие международный туристский рынок, — это:

- **туристические комплексы**

65. Крупные предприятия, которые путем участия объединяют широкий круг фирм, предоставляющих различные виды туристских услуг, — ...

- **туристические корпорации**

66. Кто производит изучение туристской услуги с целью ее покупки?

- **Потребитель**

67. Купля-продажа (для перепродажи) крупной партии турпродукта, в которой участвуют юридические лица, — это:

- **оптовый рынок**

68. Любые виды туризма на организованной основе, разрабатываемые и осуществляемые организаторами туризма, т.е. предприятиями сферы туризма, — это туризм ...

- **плановый**

69. Маршрут (путь следования), начало и окончание которого происходят в одном географическом пункте пребывания, называется:

- **кольцевым**

70. Маршрут (путь следования), начало и окончание которого происходят в одном географическом пункте пребывания, располагаясь в котором турист совершает путешествия в другие пункты пребывания, возвращаясь в пункт начала путешествия, называется:

- **радиальным**

71. Маршрут (путь следования), начало и окончание которого происходят в разных географических пунктах пребывания, называется:

- **линейным**

72. Маршруты называются многодневными, если продолжаются:

- **14-30 дней**

73. Маршруты называются экскурсиями, если продолжаются:

- **несколько часов**

74. Маршруты с посещением одного пункта на маршруте называются:

- **радиальными**

75. Маршруты с преобладанием экскурсионного обслуживания и познавательной направленности называются:

- **тематическими**

76. Метод ценообразования, который заключается в добавлении на затраты определенного процента с целью получения прибыли после покрытия затрат на создание продукта и его представления на рынок, называется:

- **затраты-плюс**

77. На туристском рынке направления путешествий (регионы пребывания) и объем туров (услуг), предназначенных на продажу и предлагаемых покупателям в течение какого-либо периода по определенной цене, называются:

- **предложением**

78. Набор туристских услуг с конкретными сроками начала и окончания исполнения, реализуемый оптовому или розничному потребителю, называется:

- **туром**



79. Назовите страну, которую российские туристы могут посещать без въездных виз и приглашения.

- **Колумбия**

80. Начало фактическому государственному регулированию туристской деятельности положило принятие

- **Федеральной целевой программы «Развитие туризма в Российской Федерации»**

81. Новая отрасль туризма — туризм, обеспечивающий минимальное влияние человека на окружающую природу, — называется:

- **экотуризмом**

82. Образ фирмы, создаваемый с помощью рекламы престижа, товарного знака, постоянной заботы о качестве услуг, внимания к клиенту, — это:

- **имидж фирмы**

83. Обязательное условие деятельности туристской фирмы, направленное на обеспечение безопасности жизни и здоровья туристов и экскурсантов, на предотвращение вреда их имуществу и окружающей среде, на повышение качества оказываемых услуг, — это:

- **сертификация**

84. Обязательное условие деятельности турфирмы, направленное на обеспечение безопасности жизни и здоровья туристов и экскурсантов, на предотвращение нанесения вреда их имуществу и окружающей среде, на повышение качества оказываемых услуг, называется _____ турфирм.

- **сертификацией**

85. Обязательные с точки зрения законности и установленного порядка действия, связанные с оформлением и совершением туристского путешествия, а также процедуры, связанные с пересечением границы, называются:

- **туристскими формальностями**

86. Оперативно модифицирующийся имидж фирмы, откликаясь на внешнюю среду, характеризуется:

- **пластичностью**

87. Определение нормы прибыли на тур, расчет цены и формирование системы льгот (скидок) на тур — это:

- **калькуляция затрат**

88. Оптовые фирмы, выступающие посредниками между предприятиями туристской индустрии и турагентствами, — это:

- **туроператорские фирмы**

89. Организация (фирма), занимающаяся организацией туров, трансферов и экскурсий, — это:

- **бюро путешествий и экскурсий**

90. Основным документом, определяющим взаимоотношения туриста с обслуживающей его фирмой, возможность предъявления претензий к ней и удовлетворения их в судебном порядке, — это:

- **договор на туристское обслуживание**

91. Основные дефиниции сферы туризма, такие как «туризм», «турист», «туристская деятельность», «туристская индустрия», «туристский продукт», «туроператорская деятельность», «турагентская деятельность», «туристская путевка», «туристский ваучер», отражены в:

- **Федеральном законе Российской Федерации «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (1996 г.)**

92. Основным документом для предъявления претензии к фирме и удовлетворения ее в судебном порядке является:

- **договор**



93. Основой для разработки турпродукта является его:

- **краткое описание**

94. Отказ покупателей от заказанных ими туристских поездок — это:

- **аннулирование туров**

95. Отметка в паспорте дипломатическими представительствами иностранных государств, дающая право его владельцу на временный въезд на территорию государства с целью туризма и отдыха, — это:

- **туристская виза**

96. Отражение комфортности условий размещения, питания и автотранспортного обслуживания, а также привлекательности туристских ресурсов, удовлетворяющих интересы туристов, — это:

- **качественная оценка туристского продукта**

97. Перечень услуг, достопримечательностей и досуговых мероприятий, предоставляемых туристам в определенной временной последовательности, с указанием места и условий обслуживания, представляет собой ...

- **программу обслуживания туристов**

98. Период исследования рынка, анализа информации, расчета стоимости услуг на данный момент, поиска партнеров, налаживания связей является фазой жизненного цикла продукта, называемой

- **разработкой**

99. Период, когда продукт становится известным, появляются постоянные клиенты, число желающих воспользоваться услугами растет, увеличивается объем продаж, является фазой жизненного цикла продукта, называемой

- **зрелостью**

100. План мероприятий с указанием дат и времени пребывания в пунктах остановки на маршруте, в гостинице, посещения мест туристского интереса с целью их осмотра (экскурсии), питания, а также перемещения на маршруте — это:

- **программа путешествия**

101. Подтверждение по инициативе изготовителя, исполнителя или продавца органом по сертификации уровня качества предоставляемых услуг требованиям стандартов (нормативных документов) обслуживания — это:

- **добровольная сертификация**

102. Подтверждение специальным органом соответствия реализованных услуг требованиям безопасности жизни, здоровья туристов и экскурсантов, сохранности имущества, защиты окружающей среды называется:

- **обязательной сертификацией**

103. Поездка туристов с целью закупки иностранных товаров для последующей продажи их в России — это:

- **шоппинг-тур**

104. Поездки иностранных бизнесменов и специалистов для встреч и переговоров с отечественными коммерческими организациями относятся к:

- **деловому туризму**

105. Поездки иностранцев для участия в международных научно-технических мероприятиях относятся к:

- **конгрессному туризму**



106. Поощрительную поездку за счет фирмы, организуемую предприятием для своих работников за достижения в труде (например, за повышение общего объема продаж, эффективную рекламу, помощь в обучении персонала и т.д.), называют:

- **инсентив-туром**

107. Потребители страны нововведения теряют интерес к существующему продукту и начинают создавать новый на стадии жизненного цикла продукта, называемой

- **упадком**

108. Потребность в путешествии (желание и необходимость), обеспеченная деньгами и представленная на рынке, называется:

- **спросом**

109. Право, предоставляемое государственными органами, заниматься приемом иностранных туристов или направлением отечественных туристов за границу называется:

- **лицензированием**

110. Предварительно намеченный путь туристского похода, путешествия, экскурсии (заранее спланированная трасса продвижения в течение определенного времени с целью предоставления туристу определенной программы услуг) называется:

- **маршрутом**

111. Предложения продукта сосредоточены в руках немногих предприятий, которые занимают монопольное положение на рынке, как вознаграждение за создание продукта, а сам продукт имеет высокую цену на стадии жизненного цикла продукта, называемой

- **внедрением**

112. Предприятие или гражданин-предприниматель, обеспечивающий финансирование проекта туристской фирмы, — это:

- **заказчик тура**

113. Предприятие или организация, учреждение или гражданин — предприниматель, оказывающие туристскую услугу, называются ее:

- **исполнителем**

114. При получении заграничного паспорта гражданам РФ следует предъявить:

- **свой внутренний паспорт**

115. Природные, исторические, социально-культурные объекты (природные парки, заповедники, архитектурные сооружения, ансамбли, памятники истории и культуры, театры, музеи, спортивные сооружения и др.), способные удовлетворить духовные потребности туристов, содействовать восстановлению и укреплению их физических сил, относятся к:

- **туристским ресурсам**

116. Прогноз первоначальных и повторных продаж, планирование цены и предполагаемой прибыли, создание самого продукта представляют собой этап разработки продукта турфирмами, который называется:

- **бизнес-анализ**

117. Продукт труда производственных сфер деятельности, созданный для продажи и предназначенный для использования преимущественно туристами или экскурсантами, — это:

- **туристский товар**



118. Проектирование туристского продукта осуществляется в последовательности:

- 1) **установление нормируемых характеристик**
- 2) **установление технологии процесса обслуживания туристов, услуги**
- 3) **разработка технологической документации**
- 4) **определение методов контроля качества**
- 5) **анализ проекта**
- 6) **представление проекта на утверждение**

119. Прохождение сертификации туристских услуг и услуг гостиниц подтверждается:

- **сертификатом соответствия**

120. Процесс продажи туристского продукта не включает:

- **установление характеристик турпродукта**

121. Путешествие, продаваемое туристскими фирмами в виде полного комплекса (пакета) услуг, включающего получение визы, перевозку, размещение в гостинице, питание, трансфер, экскурсионное обслуживание по маршруту путешествия, называется:

- **инклюзив-туром**

122. Путешествия с использованием активных способов передвижения, организуемые туристами самостоятельно, называются туризмом

- **самодеятельным**

123. Путешествия, субсидируемые за счет дотаций и льгот, причем поощрительные стимулы распространяются как на самих участников-туристов, категории которых определены законодательными актами и уставами негосударственных фондов, так и на организаторов такого вида туризма, относятся к:

- **социальному туризму**

124. Путь следования туриста, обозначенный перечнем всех географических пунктов и мест, последовательно посещаемых им во время путешествия, с указанием видов транспорта, используемых туристом для передвижения между пунктами остановок (пребываний) на маршруте, называется:

- **маршрутом**

125. Работа туристических фирм с туристами включает:

- **перечисление денежных средств соответствующим организациям за размещение, проживание, экскурсионное обслуживание**
- **получение от клиента денежных средств за путевку (тур)**
- **предложение туристу или группе туристов определенного набора туристско-экскурсионных услуг**

126. Работа, требующая специализированных знаний как в области технологии туризма, расчетов, оперативных источников, так и в сфере данных электронного процесса, — работа

- **стандартная**

127. Разбивка рынка на четкие группы покупателей, для каждой из которых необходимы отдельные товары, — это:

- **сегментация рынка**

128. Развитие сферы перевозок и применение новейших технологий в области коммуникаций в международном туризме стимулирует:

- **развитие сферы услуг**

129. Разновидность туристской индустрии, система владения отдыхом — это:

- **таймшер**



130. Разработка маршрута завершается согласованием и утверждением

- **паспорта маршрута**

131. Разрешение, выдаваемое государственным органом юридическим или физическим лицам на осуществление международной туристской (гостиничной) деятельности в течение определенного времени при соблюдении ряда условий, называется:

- **лицензией**

132. Расширение рынка и относительное увеличение продаж благодаря ознакомлению клиентов с продуктом и его признанию происходит на стадии жизненного цикла продукта, называемой

- **ростом**

133. Результат деятельности туристского предприятия по удовлетворению соответствующих потребностей туристов называется:

- **туристской услугой**

134. Реклама продукта и услуг для посредников с целью стимулирования удовлетворения туристов, туристского спроса оптовых покупателей (групповые туры) и розничной торговли (индивидуальные туры), а также для агентств с целью перепродажи — реклама туристских

- **операторов**

135. Реклама, направленная в большинстве своем не на рядового потребителя, а на партнеров по сотрудничеству, называется:

- **деловой**

136. Решающую роль в определении позиции страны в международном туризме играют:

- **капитал**
- **природные ресурсы, историко-культурное наследие**
- **трудовые ресурсы**

137. Розничные фирмы, выполняющие роль посредников между туроператорскими фирмами и обслуживаемыми предприятиями, с одной стороны, и клиентами-туристами — с другой, — это:

- **туристические агентства**

138. Рост числа туристов стимулирует местные власти развивать инфраструктуру на стадии жизненного цикла продукта, которая называется:

- **ростом**

139. Рынок для продажи турпродукта и услуг индивидуальным покупателям (в розницу) для удовлетворения их личных потребностей — это:

- **потребительский рынок**

140. Система страхования, осуществляемая государством, акционерными и кооперативными страховыми организациями, называется:

- **внутренней**

141. Система страхования, осуществляемая международными страховыми компаниями, называется:

- **внешней**

142. Система управления и организации деятельности туристских компаний по разработке новых, более эффективных видов туристско-экскурсионных услуг, их производству и сбыту с целью получения прибыли на основе повышения качества туристского продукта и учета процессов, которые протекают на мировом туристском рынке, — это:

- **маркетинг в туризме**

143. Ситуация на рынке, когда спрос превышает предложение и наблюдается дефицит, формирует:

- **рынок продавца**



144. Ситуация на рынке, при которой предложение соответствует спросу или опережает его, формирует:

- **рынок покупателя**

145. Ситуация, сложившаяся на рынке на определенный момент времени, называется:

- **конъюнктурой рынка**

146. Совершенствование всех видов транспорта для туризма

- **удешевило поездки**

147. Совокупность гостиниц и иных средств размещения, средств транспорта, объектов общественного питания, объектов и средств развлечения, объектов познавательного, лечебного и оздоровительного, спортивного, религиозно-культурного, делового и иного назначения, организаций, осуществляющих туроператорскую и турагентскую деятельность, а также организаций, предоставляющих туристско-экскурсионные услуги и услуги гидов-переводчиков, называется:

- **туристской индустрией**

148. Совокупность приемов осуществления всех основных операций, связанных с непосредственной реализацией турпродукта потребителям, является:

- **методом продажи**

149. Совокупность природных и искусственно созданных человеком объектов, используемых при производстве туристского продукта и организации туристского бизнеса, — ...

- **туристские ресурсы**

150. Совокупность производственных, транспортных и торговых предприятий, производящих и реализующих туристские услуги и товары туристического спроса, — это:

- **туристская индустрия**

151. Согласно национальному законодательству большинства стран, для предъявления иска, вытекающего из отношений владельцев всех форм собственности, в суд обязательно предъявление

- **претензий**

152. Согласно ФЗ "Об основах туристской деятельности в РФ", реализация туристского продукта осуществляется на основании

- **договора**

153. Создание постоянной клиентуры, а также работа по поддержанию положительного имиджа фирмы — это формирование приверженности к ...

- **марке**

154. Созданный образ фирмы, в точности соответствующий сути и правдоподобию, означает:

- **адекватность**

155. Составляющая туристского бизнеса, являющаяся наиболее дешевой в России, — это:

- **туристские ресурсы**

156. Специализированные компании по адресной доставке помощи называются компаниями по:

- **ассистансу**

157. Специальный тур, в котором туристом заранее оплачены все возможные предлагаемые в месте посещения услуги и развлечения, называется:

- **туром «включено все»**

158. Сроки пребывания иностранных туристов в каждом городе России по маршруту указываются в:

- **визах**



159. Стадиями жизненного цикла продукта являются:

- **внедрение**
- **зрелость**
- **рост**
- **упадок**

160. Стоимость туристских продуктов (товаров и услуг), используемых для непосредственного удовлетворения потребностей туриста или экскурсанта, является в туризме

- **потреблением**

161. Теорию подобия стан называют также теорией

- **спроса**

162. Теория соотношения факторов позволила объединить теории

- **абсолютного и относительного преимуществ**

163. Технологический документ, включающий актуализированное научное содержание информации, предоставляемой экскурсантам, называется:

- **контрольным текстом экскурсии**

164. Типовая форма ТУР — «Туристическая путевка» — была разработана в соответствии с:

- **Федеральной целевой программой «Развитие туризма в Российской Федерации»**

165. Трансфер — это:

- **доставка туристов к основному перевозчику в месте отправления, доставка туристов в отель от терминала аэропорта, вокзала, и аналогичные операции на пути возвращения туристов на родину**

166. Требование о возмещении убытков, уплате штрафа и т.п. — это:

- **претензия**

167. Тур для мужчин в специальных целях для развлечений с местными женщинами, посещения публичных домов называется:

- **секс-туром**

168. Тур на места захоронения родственников или погибших в войнах называется:

- **ритуальным**

169. Тур на места исторического проживания населения для встречи с родственниками или изучения (ознакомления) с особенностями культуры и быта определенной этнической группы называется:

- **ностальгическим**

170. Тур является товарной формой туристского продукта, реализуемого в виде

- **путевки или ваучера**

171. Тур, в состав которого входит трансфер, называют:

- **транстуром**

172. Тур, где турист заказывает минимально-достаточный набор основных услуг, покупая дополнительные услуги по необходимости, — это:

- **инклюзивный тур**

173. Тур, осуществление которого преследует цель ознакомления с туристскими достопримечательностями, называется:

- **экскурсионно-познавательным**



174. Туризм не оказывает влияния на местность, а местное население активно контактирует с путешественниками на стадии жизненного цикла продукта, называемой

- **внедрением**

175. Туристская организация, занимающаяся комплектацией туров, — это:

- **туроператор**

176. Туристская услуга, обеспечивающая удовлетворение оздоровительных и познавательных потребностей туристов при активных способах передвижения по маршруту, — это:

- **поход**

177. Туристские предприятия, получившие государственную лицензию на международную туристскую деятельность, заносятся в:

- **Государственный реестр**

178. Туристский центр становится малопривлекательным для большинства туристов и при этом сильно зависимым от редких путешественников на короткие каникулы или отдыхающих из ближайших районов на стадии жизненного цикла продукта, называемой

- **упадком**

179. Уникальные природные памятники и произведения искусства, созданные человеком, определяющие монопольное положение той или иной страны и побуждающие иностранных туристов приезжать в нее, являются для страны

- **абсолютным преимуществом**

180. Уровень цен, определяемый путем сбора и анализа информации о ценах на аналогичные туристские поездки, рекламируемые другими туристскими фирмами на данном рынке, называется уровнем

- **конкурирующих цен**

181. Услуга, производственный процесс оказания услуги или ее результат, подлежащие стандартизации, называются:

- **объектом стандартизации**

182. Утвержденный и соответствующим образом оборудованный маршрут называется:

- **туристской трассой**

183. Факторы, влияющие на уровень потребительского (туристского) спроса, а именно: занятость, уровень оплаты труда, пенсионного обеспечения, распределение населения по уровню дохода — являются:

- **социально-экономическими**

184. Физическое или юридическое лицо, выступающее посредником по продаже сформированных туроператором туров, — это:

- **турагент**

185. Философия менеджмента рыночных отношений фирмы на основе согласования предложений иностранных исполнителей туристских услуг с отечественным потребительским спросом называется:

- **маркетингом турорганизатора**

186. Фирма, выступающая на основе заключенных договоров в качестве продавца туристских услуг, созданных турорганизатором, называется:

- **турагентом**

187. Фирма, занимающаяся организацией туров и транстуров, — это:

- **бюро путешествий**



188. Фирма, организующая и проводящая экскурсии, — это:

- **агентство транстуров**

189. Фирма, основным направлением деятельности которой является разработка, планирование и создание маршрутов, программ и пакетов услуг для групповых и индивидуальных поездок туристов, называется:

- **турорганизатором**

190. Фирма, специализирующаяся на организации турпоездок граждан своей страны за границу за счет деловых связей с иностранными исполнителями туруслуг, — это:

- **инициативная туристская фирма**

191. Фирма, специализирующаяся на приеме иностранных туристов в своей стране благодаря системе связей с предприятиями туристской индустрии — исполнителями туристских услуг, — это:

- **рецептивная туристская фирма**

192. Фирмы в России, где клиенту предлагается 10-15 маршрутов, — фирмы

- **достаточного выбора**

193. Фирмы в России, критерием которых является девиз: "Куда угодно и когда угодно!" — фирмы

- **полного выбора**

194. Формирование маршрутов, туров, экскурсионных программ, предоставление основных, дополнительных и сопутствующих услуг составляют:

- **технология туристского обслуживания**

195. Функции, обязанности, ответственность и права персонала турфирмы должны быть изложены в:

- **должностных инструкциях**

196. Характер двусторонних обменов продуктами международного туризма как результат разницы цен между странами помогает объяснить экономическая теория

- **относительного преимущества**

197. Центр туризма превращается в полностью загруженную часть индустрии туризма с отелями крупных транснациональных гостиничных цепей и франчайзинговыми предприятиями на стадии жизненного цикла продукта, называемой

- **зрелостью**

198. Численность и возрастная структура населения, размер и состав семьи, урбанизация, культурный уровень покупателя — относятся к факторам, влияющим на уровень потребительского (туристского) спроса, являющимся

- **демографическими**

199. Эффективно вести бухгалтерский учет, обеспечивать движение туристических путевок, заполняемость чартерных рейсов, давать точную информацию о наличии мест в гостиницах, снабжать необходимыми бланками позволяют(-ет):

- **компьютеры**

200. Юридические или физические лица, участники рыночного процесса, приобретающие права собственности на услугу (пакет услуг) в обмен на деньги, называются:

- **покупателями**

201. Юридические или физические лица, участники рыночного процесса, уступающие права собственности на услугу (пакет услуг) в обмен на деньги, называются:

- **продавцами**



202. Юридическое или физическое лицо, выполняющее работы по формированию (созданию или проектированию) туристского продукта, его продвижению на рынок, а также по реализации, называется:

- **туроператором**

Файл скачан с сайта oltest.ru

oltest.ru

