|  |
| --- |
| Державний університет «Житомирська політехніка»  Факультет бізнесу та сфери обслуговування  Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи  Спеціальність: 242 «Туризм»  Освітній ступінь: «магістр» |

ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯ

з курсу

«MICE-менеджмент в туризмі та готельно-ресторанній справі»

(1 семестр)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № з/п | Текст завдання | Варіанти відповідей |
| 1. | В яких країнах зародився діловий туризм? | А. США і Азії;  Б. Азії і Європи;  В. Центр. Європи і України;  Г. Захід. Європи і США;  Д. Північ. Америки і Європи. |
| 2. | В яких роках про діловий туризм вперше заговорили як про самостійний вид туризму? | А. 1960-1969-і рр.;  Б. 1970-1975-і рр.;  В. 1975-1980-і рр.;  Г. 1985-1990-і рр.;  Д. 1970-1980-і рр. |
| 3. | Діловий туризм – це: | А. Подорожі з метою відпочинку, оздоровлення, лікування;  Б. Подорожі з метою зустрічі із знайомими, друзями;  В. Подорожі з метою участі у переговорах, нарадах, конференціях, виставках тощо;  Г. Подорожі з метою участі у спортивних змаганнях;  Д. Правильної відповіді немає. |
| 4. | Поняття «діловий туризм» охоплює: | А. Ділові поїздки співробітників підприємств для переговорів, участі у виробничих нарадах, презентаціях, збутова діяльність тощо;  Б. Поїздки на конгреси, конференції, виставки, ярмарки, біржі;  В. Поїздки офіційних делегацій;  Г. Інсентів-тури;  Д. Усі відповіді правильні. |
| 5. | Термін «інсентив» означає: | А. Цікавий тур;  Б. Інтенсивний за кількістю подій тур;  В. Офіційне заохочення, винагорода за досягнення;  Г. Правильна відповідь А і Б;  Д. Немає правильної відповіді. |
| 6. | До атрибутів бізнес-поїздки відносять: | А. Можливість оптимізації витрат на відрядження;  Б. Дотримання правил організації ділових поїздок;  В. Відносять креативність і індивідуальність;  Г. Створення настрою;  Д. Правильна відповідь А і Б. |
| 7. | До атрибутів МІСЕ відносять: | А. Можливість оптимізації витрат на відрядження;  Б. Дотримання правил організації ділових поїздок;  В. Відносять креативність і індивідуальність ;  Г. Створення настрою;  Д. Правильна відповідь В і Г. |
| 8. | Діловий туризм володіє такими специфічними рисами | А. Наявність специфічної інфраструктури;  Б. Слабка залежність від природно-кліматичних умов;  В. Масовість поїздок;  Г. Залучення до підготовки і здійснення ділової поїздки значного контингенту спеціального персоналу;  Д. Усі відповіді правильні. |
| 9. | Дві складові ділового туризму: | А. Класичні ділові поїздки ;  Б. МІСЕ-поїздки ;  В. Інтенсив тури;  Г. Правильна відповідь А і Б;  Д. Правильна відповідь А і Г. |
| 10. | Абревіатура MICE розшифровується як: | А. Meetings, Innovations, Conventions, Exhibitions;  Б. Mountains, Individuals, Calling, Evening;  В. Meekness, Inning, Cellar, Evesave;  Г. Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions.  Д. Meetings, Incentives, Conventions, Evening |
| 11. | Який сегмент ділового туризму за обсягами є найбільшим: | А. Подорожі для участі в конференціях, семінарах під егідою різних організацій;  Б. Подорожі для відвідування виставок, ярмарків та участі в них;  В. Корпоративні подорожі;  Г. Інсентив – подорожі;  Д. Збутова діяльність. |
| 12. | До основних цілей здійснення бізнес-поїздок відносяться: | А. Проведення зустрічей та переговорів з партнерами;  Б. Навчання, участь в тренінгах і програмах з обміну досвідом;  В. Інсентив-тури, які влаштовуються компанією для співробітників або партнерів;  Г. Відвідування професійних заходів (конгресів, конференцій, виставок, семінарів);  Д. Усі відповіді правильні. |
| 13. | Учасників ринка ділового туризму можна умовно поділити на: | А. Клієнтів/замовників;  Б. Посередників;  В. Постачальників тревел-послуг;  Г. Конкуренти;  Д. Правильна відповідь А,Б, В. |
| 14. | Класичною схемою взаємодії корпоративних клієнтів і постачальників є тристоронні угоди: | А. Постачальник – клієнт – ТМС;  Б. ТМС-клієнт – постачальник;  В. Клієнт – ТМС – постачальник;  Г. ТМС- постачальник – клієнт;  Д. Клієнт – постачальник – ТМС. |
| 15. | Які міжнародні асоціації представляють галузь бізнес-туризму ? | А. Всесвітня туристична організація (UNWTO);  Б. Міжнародна асоціація ділового туризму (GВТА).  В. Асоціація корпоративних керуючих діловими поїздками (АСТЕ);  Г. Правильна відповідь А і Б;  Д. Правильна відповідь Б і В. |
| 16. | АCТЕ була заснована в: | А. Німеччині в 1990 р.;  Б. США в 1988 р.;  В. Нідерландах в 1995 р.;  Г. США в 1997 р.;  Д. Швейцарії в 1985 р. |
| 17. | GВТА була заснована в : | А. США в 1968 р.;  Б. Швеції в 1993 р.;  В. Франції в 1954 р.;  Г. Італії в 1964 р.;  Д. Литві в 1968 р. |
| 18. | Єдина Європейська мережа асоціацій в сфері ділового туризму (ЕNАСТ) була заснована в: | А. Варшаві в червні 2014 р.;  Б. Парижі в квітні 2011 р.;  В. Брюсселі в березні 2014 р.;  Г. Сеулі в березні 2017 р.;  Д. Амстердамі в липні 2018 р. |
| 19. | Яке місто представляє багато можливостей для інсентив-програм та може похвалитися своєю архітектурою, торговими центрами і музеями? | А. Джакарта;  Б. Дубай;  В. Сеул;  Г. Париж;  Д. Мілан. |
| 20. | Ділова бесіда – це: | А. Більш масштабна форма комунікації, в яку, як правило, залучаються співробітники компанії (керівники структурних підрозділів) для вирішення стратегічних питань розвитку бізнесу;  Б. Мають певну мету і спрямованість на обговорення важливих питань, укладання угод, контрактів, підписання важливих для обох сторін документів;  В. Обмін інформацією по конкретним питанням функціонування бізнесу в безпосередньому спілкуванні або з допомогою інтернет-технологій і телефонії;  Г. Відкрите обговорення важливих питань компанії, основним інструментом якої є «мозковий штурм» (генерація ідей усіма сторонами), в результаті якого можуть виникнути нестандартні підходи до вирішення проблем.  Д. Правильної відповіді немає. |
| 21. | Збори – це | А. Більш масштабна форма комунікації, в яку, як правило, залучаються співробітники компанії (керівники структурних підрозділів) для вирішення стратегічних питань розвитку бізнесу;  Б. Мають певну мету і спрямованість на обговорення важливих питань, укладання угод, контрактів, підписання важливих для обох сторін документів;  В. Обмін інформацією по конкретним питанням функціонування бізнесу в безпосередньому спілкуванні або з допомогою інтернет-технологій і телефонії;  Г. Відкрите обговорення важливих питань компанії, основним інструментом якої є «мозковий штурм» (генерація ідей усіма сторонами), в результаті якого можуть виникнути нестандартні підходи до вирішення проблем.  Д. Правильної відповіді немає. |
| 22. | Переговори – це: | А. Більш масштабна форма комунікації, в яку, як правило, залучаються співробітники компанії (керівники структурних підрозділів) для вирішення стратегічних питань розвитку бізнесу;  Б. Мають певну мету і спрямованість на обговорення важливих питань, укладання угод, контрактів, підписання важливих для обох сторін документів;  В. Обмін інформацією по конкретним питанням функціонування бізнесу в безпосередньому спілкуванні або з допомогою інтернет-технологій і телефонії;  Г. Відкрите обговорення важливих питань компанії, основним інструментом якої є «мозковий штурм» (генерація ідей усіма сторонами), в результаті якого можуть виникнути нестандартні підходи до вирішення проблем.  Д. Правильної відповіді немає. |
| 23. | Дискусія – це: | А. Більш масштабна форма комунікації, в яку, як правило, залучаються співробітники компанії (керівники структурних підрозділів) для вирішення стратегічних питань розвитку бізнесу;  Б. Мають певну мету і спрямованість на обговорення важливих питань, укладання угод, контрактів, підписання важливих для обох сторін документів;  В. Обмін інформацією по конкретним питанням функціонування бізнесу в безпосередньому спілкуванні або з допомогою інтернет-технологій і телефонії;  Г. Відкрите обговорення важливих питань компанії, основним інструментом якої є «мозковий штурм» (генерація ідей усіма сторонами), в результаті якого можуть виникнути нестандартні підходи до вирішення проблем.  Д. Правильної відповіді немає. |
| 24. | Скільки в середньому на підготовку інсентив-програми потрібно часу? | А. Близько 1-2 тижнів;  Б. Близько місяця;  В. Близько 3-4 місяців;  Г. Близько року;  Д. Близько 7 місяців. |
| 25. | Діловий туризм …: | А. Дозволяє активізувати бізнес;  Б. Сприяє вивченню мови;  В. Сприяє розвагам учасників;  Г. Активізує пізнання;  Д. Сприяє налагодження зв’язків між керівником і підлеглим. |
| 26. | Ділові заходи – це | А. Майданчик для дискусії обмеженої кількості осіб на різних теми, що зачіпають інтереси бізнес-спільноти;  Б. Збори представників різних компаній для обміну досвідом і професійними знаннями;  В. Загальні заходи в бізнесі: конференції, презентації, круглі столи, форуми, ділові сніданки, ділові обіди або ланчі;  Г. Офіційне представлення створеної фірми, проекту, продукції колу запрошених осіб.  Д. Одне з масштабних бізнес-заходів, який охоплює велику аудиторію. |
| 27. | Бізнес – конференції | А. Майданчик для дискусії обмеженої кількості осіб на різних теми, що зачіпають інтереси бізнес-спільноти;  Б. Збори представників різних компаній для обміну досвідом і професійними знаннями;  В. Загальні заходи в бізнесі: конференції, презентації, круглі столи, форуми, ділові сніданки, ділові обіди або ланчі.  Г. Офіційне представлення створеної фірми, проекту, продукції колу запрошених осіб.  Д. Одне з масштабних бізнес-заходів, який охоплює велику аудиторію. |
| 28. | Презентація – це: | А. Майданчик для дискусії обмеженої кількості осіб на різних теми, що зачіпають інтереси бізнес-спільноти;  Б. Збори представників різних компаній для обміну досвідом і професійними знаннями;  В. Загальні заходи в бізнесі: конференції, презентації, круглі столи, форуми, ділові сніданки, ділові обіди або ланчі.  Г. Офіційне представлення створеної фірми, проекту, продукції колу запрошених осіб.  Д. Одне з масштабних бізнес-заходів, який охоплює велику аудиторію. |
| 29. | Круглий стіл – це: | А. Майданчик для дискусії обмеженої кількості осіб на різних теми, що зачіпають інтереси бізнес-спільноти.  Б. Збори представників різних компаній для обміну досвідом і професійними знаннями  В. Загальні заходи в бізнесі: конференції, презентації, круглі столи, форуми, ділові сніданки, ділові обіди або ланчі.  Г. Офіційне представлення створеної фірми, проекту, продукції колу запрошених осіб.  Д. Одне з масштабних бізнес-заходів, який охоплює велику аудиторію. |
| 30. | Бізнес форум – це: | А. Майданчик для дискусії обмеженої кількості осіб на різних теми, що зачіпають інтереси бізнес-спільноти;  Б. Збори представників різних компаній для обміну досвідом і професійними знаннями;  В. Загальні заходи в бізнесі: конференції, презентації, круглі столи, форуми, ділові сніданки, ділові обіди або ланчі.  Г. Офіційне представлення створеної фірми, проекту, продукції колу запрошених осіб.  Д. Одне з масштабних бізнес-заходів, який охоплює велику аудиторію. |
| 31. | Надати учасникам можливість висловити свою точку зору, а в подальшому або сформулювати спільну думку, або чітко розмежувати різні позиції сторін – це: | А. Мета презентації;  Б. Мета бізнес форуму;  В. Мета круглого столу;  Г. Мета бізнес конференції;  Д. Мета ділового заходу. |
| 32. | Ключовий елемент будь-якого круглого столу – це: | А. Допомогати ;  Б. Обмежувати;  В. Модерація;  Г. Стримувати;  Д. Немає правильної відповіді. |
| 33. | Завдання ведучого полягають …: | А. Чітко сформулювати проблему;  Б. Тримати в своїх руках все, що відбувається від початку до кінця;  В. Чітко виділяти основну думку попереднього виступаючого;  Г. З плавним логічним переходом надавати слово наступному;  Д. Стежити за регламентом. |
| 34. | Короткострокові заходи переважно навчального і виховного характеру: | А. Презентація;  Б. Бізнес форум;  В. Бізнес тренінг;  Г. Бізнес конференції;  Д. Діловий захід. |
| 35. | Бізнес-тренінги можуть допомогти навчитися: | А. Технікам ефективних переговорів з потенційними партнерами;  Б. Сформувати згуртовану і дієздатну команду; підвищити рівень продаж;  В. Розробити оптимальну стратегію формування та розвитку організації;  Г. Виробити власний оптимальний стиль роботи на своїй посаді, навчитися грамотно і професійно розпоряджатися власними робочими ресурсами.  Д. Усі відповіді правильні. |
| 36. | Різновиди бізнес-тренінгів бувають: | А. Тренінги для тих, хто хоче організувати власний бізнес;  Б. Тренінги ефективного управління, адресовані керівникам підприємств;  В. Тренінги, присвячені гнучкому реагуванню на мінливу обстановку;  Г. Тренінги, які присвячені формуванню конкретних бізнес-навиками;  Д. Усі відповіді правильні. |
| 37. | Тренінги можуть бути: | А. Корпоративними;  Б. Закритими;  В. Відкритими;  Г. Приватними ;  Д. Правильна відповідь А і В. |
| 38. | Виставки проводяться з метою: | А. Демонстрації продукту;  Б. Продажу продукту;  В. Створення і підтримки репутації;  Г. Створення і підтримки іміджу компанії;  Д. Усі відповіді вірні. |
| 39. | Важлива частина ділових переговорів, від якої часто залежить результат угоди – це: | А. Дискусія;  Б. Презентація;  В. Конференція;  Г. Діловий дохід;  Д. Атмосфера. |
| 40. | За відношення фірми до заходу, компанія може виступити: | А. Замовником заходу;  Б. Організатором власного заходу;  В. Організатором заходу, що проводиться за чиїм-небудь замовленням;  Г. Організатором свого заходу, що проводиться заради отримання прибутку.  Д. Усі відповіді вірні. |
| 41. | Які є групи причин для організації ділового заходу? | А. Мотивація.  Б. Нетворкінг;  В. Модерація;  Г. Навчання;  Д. Правильна відповідь А, Б, Г. |
| 42. | Які є етапи в підготовці ділового заходу? | А. Підготовка.  Б. Постпродакшн.  В. Реалізація.  Г. Планування.  Д. Правильна відповідь А, Б, В. |
| 43. | На якому етапі важливо встановити мету і завдання заходу, визначити його масштаби, розрахувати кошторис і бюджет, вибрати формат і створити загальну концепцію заходу, розробити сценарій і детальну програму? | А. Підготовка.  Б. Постпродакшн  В. Реалізація.  Г. Планування.  Д. Немає правильної відповіді. |
| 44. | Що це за етап? На етапі ... відбувається проведення заходу, що включає координацію і контроль роботи персоналу на майданчику, оперативне вирішення поточних завдань на проекті. | А. Підготовка;  Б. Постпродакшн;  В. Реалізація.  Г. Планування;  Д. Немає правильної відповіді. |
| 45. | На якому етапі реалізується додаткове освітлення заходу в ЗМІ, розсилка фото- і відеоматеріалів учасникам, публікація звіту на сайті компанії-організатора і в соціальних мережах? | А. Підготовка;  Б. Постпродакшн;  В. Реалізація;  Г. Планування;  Д. Немає правильної відповіді. |
| 46. | Можливість встановлення нових ділових контактів в рамках заходів – це: | А. Спілкування;  Б. Нетворкінг;  В. Діловий обід;  Г. Знайомство;  Д. Зв’язки. |
| 47. | На які напрями можна розділити Нетворкінг? | А. Економічни-нетворкінг;  Б. Соціальний;  В. Бізнес-нетворкінг;  Г. Правильна відповідь А і В;  Д. Правильна відповідь Б і В. |
| 48. | Ефективний нетворкінг заснований на встановленні контактів, які допоможуть у вирішенні побутових та соціальних питань – це: | А. Економічний-нетворкінг;  Б. Соціальний;  В. Бізнес-нетворкінг ;  Г. Психологічний-нетворкінг;  Д. Правильної відповіді немає. |
| 49. | передбачає зв‘язок ділових контактів, які можуть бути корисним при вирішенні різних завдань, пов'язаних з бізнесом – це: | А. Економічний-нетворкінг;  Б. Соціальний;  В. Бізнес-нетворкінг;  Г. Психологічний-нетворкінг;  Д. Правильної відповіді немає. |
| 50. | MICE-менеджмент (бизнес тревел менеджмент) – це: | А. Дотримання принципів економічності та раціонального витрачання коштів і ресурсів, визначення і пошук методів і способів підвищення продуктивності праці при мінімальних витратах на службові поїздки, орієнтація на взаємовигідні співробітництва з тревел провайдерами;  Б. Система програмно-цільового управління відрядженнями, поточного і перспективного планування і прогнозування витрат на відрядження, організації відряджень;  В. Сукупність методів, принципів, засобів і форм управління на підприємстві, з метою підвищення ефективності використання грошових коштів і трудових ресурсів, спрямованих на організацію службових поїздок та відряджень;  Г. Формування організаційної структури управління відрядженнями, розподіл завдань і повноважень між працівниками, організація їх спільної праці;  Д. Функція, що відповідає за узгоджену діяльність всіх зайнятих в даному процесі ланок підприємства. |
| 51. | Бізнес тревел менеджмент – це: | А. Дотримання принципів економічності та раціонального витрачання коштів і ресурсів, визначення і пошук методів і способів підвищення продуктивності праці при мінімальних витратах на службові поїздки, орієнтація на взаємовигідні співробітництва з тревел провайдерами;  Б. Система програмно-цільового управління відрядженнями, поточного і перспективного планування і прогнозування витрат на відрядження, організації відряджень;  В. Сукупність методів, принципів, засобів і форм управління на підприємстві, з метою підвищення ефективності використання грошових коштів і трудових ресурсів, спрямованих на організацію службових поїздок та відряджень;  Г. Формування організаційної структури управління відрядженнями, розподіл завдань і повноважень між працівниками, організація їх спільної праці;  Д. Функція, що відповідає за узгоджену діяльність всіх зайнятих в даному процесі ланок підприємства. |
| 52. | Організація відряджень – це: | А. Дотримання принципів економічності та раціонального витрачання коштів і ресурсів, визначення і пошук методів і способів підвищення продуктивності праці при мінімальних витратах на службові поїздки, орієнтація на взаємовигідні співробітництва з тревел провайдерами;  Б. Система програмно-цільового управління відрядженнями, поточного і перспективного планування і прогнозування витрат на відрядження, організації відряджень;  В. Сукупність методів, принципів, засобів і форм управління на підприємстві, з метою підвищення ефективності використання грошових коштів і трудових ресурсів, спрямованих на організацію службових поїздок та відряджень;  Г. Формування організаційної структури управління відрядженнями, розподіл завдань і повноважень між працівниками, організація їх спільної праці;  Д. Функція, що відповідає за узгоджену діяльність всіх зайнятих в даному процесі ланок підприємства. |
| 53. | Координація і регулювання – це: | А. Дотримання принципів економічності та раціонального витрачання коштів і ресурсів, визначення і пошук методів і способів підвищення продуктивності праці при мінімальних витратах на службові поїздки, орієнтація на взаємовигідні співробітництва з тревел провайдерами;  Б. Система програмно-цільового управління відрядженнями, поточного і перспективного планування і прогнозування витрат на відрядження, організації відряджень;  В. Сукупність методів, принципів, засобів і форм управління на підприємстві, з метою підвищення ефективності використання грошових коштів і трудових ресурсів, спрямованих на організацію службових поїздок та відряджень;  Г. Формування організаційної структури управління відрядженнями, розподіл завдань і повноважень між працівниками, організація їх спільної праці;  Д. Функція, що відповідає за узгоджену діяльність всіх зайнятих в даному процесі ланок підприємства. |
| 54. | Оптимізація процесів, витрат і ресурсів – це: | А. Дотримання принципів економічності та раціонального витрачання коштів і ресурсів, визначення і пошук методів і способів підвищення продуктивності праці при мінімальних витратах на службові поїздки, орієнтація на взаємовигідні співробітництва з тревел провайдерами;  Б. Система програмно-цільового управління відрядженнями, поточного і перспективного планування і прогнозування витрат на відрядження, організації відряджень;  В. Сукупність методів, принципів, засобів і форм управління на підприємстві, з метою підвищення ефективності використання грошових коштів і трудових ресурсів, спрямованих на організацію службових поїздок та відряджень;  Г. Формування організаційної структури управління відрядженнями, розподіл завдань і повноважень між працівниками, організація їх спільної праці;  Д. Функція, що відповідає за узгоджену діяльність всіх зайнятих в даному процесі ланок підприємства. |
| 55. | Тревел-політика (Travel Policy) – це: | А. Комплексний контроль за виконанням відрядженими працівниками поставлених завдань (звітність перед керівником), контроль за наданням провайдерами якісних послуг і товарів, контроль раціонального витрачання коштів на відрядження;  Б. Ключовий документ, який регулює взаємовідносини між компанією і агентством, організуючим подорожі співробітників;  В. Управління інформацією за допомогою інформаційних систем: внутрішні інфосистеми підприємства, зовнішні інфосистеми від тревел провайдерів, використання ресурсів глобальної інфосеті Інтернет, максимальна інтеграція інформаційних систем;  Г. Ведення кількісного і якісного аналізу і статистики по відрядженнях, виявлення пріоритетних статистичних даних щодо обігу грошових коштів, аналітики роботи з постачальниками;  Д. Правильної відповіді немає. |
| 56. | Контроль – це: | А. Комплексний контроль за виконанням відрядженими працівниками поставлених завдань (звітність перед керівником), контроль за наданням провайдерами якісних послуг і товарів, контроль раціонального витрачання коштів на відрядження;  Б. Ключовий документ, який регулює взаємовідносини між компанією і агентством, організуючим подорожі співробітників;  В. Управління інформацією за допомогою інформаційних систем: внутрішні інфосистеми підприємства, зовнішні інфосистеми від тревел провайдерів, використання ресурсів глобальної інфосеті Інтернет, максимальна інтеграція інформаційних систем;  Г. Ведення кількісного і якісного аналізу і статистики по відрядженнях, виявлення пріоритетних статистичних даних щодо обігу грошових коштів, аналітики роботи з постачальниками;  Д. Правильної відповіді немає. |
| 57. | Операційний аналіз – це: | А. Комплексний контроль за виконанням відрядженими працівниками поставлених завдань (звітність перед керівником), контроль за наданням провайдерами якісних послуг і товарів, контроль раціонального витрачання коштів на відрядження;  Б. Ключовий документ, який регулює взаємовідносини між компанією і агентством, організуючим подорожі співробітників;  В. Управління інформацією за допомогою інформаційних систем: внутрішні інфосистеми підприємства, зовнішні інфосистеми від тревел провайдерів, використання ресурсів глобальної інфосеті Інтернет, максимальна інтеграція інформаційних систем;  Г. Ведення кількісного і якісного аналізу і статистики по відрядженнях, виявлення пріоритетних статистичних даних щодо обігу грошових коштів, аналітики роботи з постачальниками;  Д. Правильної відповіді немає. |
| 58. | Автоматизація бізнес тревел процесів – це: | А. Комплексний контроль за виконанням відрядженими працівниками поставлених завдань (звітність перед керівником), контроль за наданням провайдерами якісних послуг і товарів, контроль раціонального витрачання коштів на відрядження;  Б. Ключовий документ, який регулює взаємовідносини між компанією і агентством, організуючим подорожі співробітників;  В. Управління інформацією за допомогою інформаційних систем: внутрішні інфосистеми підприємства, зовнішні інфосистеми від тревел провайдерів, використання ресурсів глобальної інфосеті Інтернет, максимальна інтеграція інформаційних систем;  Г. Ведення кількісного і якісного аналізу і статистики по відрядженнях, виявлення пріоритетних статистичних даних щодо обігу грошових коштів, аналітики роботи з постачальниками;  Д. Правильної відповіді немає. |
| 59. | Тревел-політика повинна бути узгоджена з: | А. Адміністрацією;  Б. Керівництвом компанії;  В. Службами персоналу;  Г. Фінансів і безпеки;  Д. Усі відповіді правильні. |
| 60. | Які є види у ділового туризму? | А. Конгресовий;  Б. Комерційний;  В. Аграрний;  Г. Промисловий;  Д. Усі відповіді правильні. |
| 61. | Політична компонентна ділового туризму складається з: | А. Виставки;  Б. Візити;  В. Ярмарки;  Г. З’їзди;  Д. Правильна відповідь Б і Г. |
| 62. | Наукова компонента ділового туризму складається з: | А. Конференцій;  Б. Конгресів;  В. Симпозіумів;  Г. Семінар;  Д. Усі відповіді правильні. |
| 63. | Професійна компетентна ділового туризму складається з: | А. Виставки;  Б. Візити;  В. Ярмарки;  Г. З’їзди;  Д. Правильна відповідь А і В. |
| 64. | Комерційна компетентна ділового туризму складається з: | А. Відрядження з професійною метою;  Б. Інсентив-тури;  В. Поїздки спортивних команд на змагання;  Г. Поїздки на гастролі;  Д. Усі відповіді правильні. |
| 65. | Суспільна компетентна ділового туризму складається з: | А. Збори;  Б. Зустрічі;  В. Виставки ;  Г. Конференції ;  Д. Правильна відповідь А і Б. |
| 66. | Конгрес – це | А. Збори, наради представників будь-яких організацій, груп, держав, а також окремих осіб, науковців для обговорення певних (часто теоретичних) питань;  Б. Групові заняття, гурток для якої-небудь спеціальної підготовки, для підвищення кваліфікації;  В. Формальна зустріч делегатів, які звичайно відносяться до певної сфери людської діяльності або залучені в спеціальне дослідження в певній сфері для обговорення різних питань;  Г. Нарада, конференція присвячена спеціальному науковому питанню;  Д. Правильної відповіді немає. |
| 67. | Конференція – це: | А. Збори, наради представників будь-яких організацій, груп, держав, а також окремих осіб, науковців для обговорення певних (часто теоретичних) питань;  Б. Групові заняття, гурток для якої-небудь спеціальної підготовки, для підвищення кваліфікації;  В. Формальна зустріч делегатів, які звичайно відносяться до певної сфери людської діяльності або залучені в спеціальне дослідження в певній сфері для обговорення різних питань.  Г. Нарада, конференція присвячена спеціальному науковому питанню;  Д. Правильної відповіді немає. |
| 68. | Семінар – це: | А. Збори, наради представників будь-яких організацій, груп, держав, а також окремих осіб, науковців для обговорення певних (часто теоретичних) питань;  Б. Групові заняття, гурток для якої-небудь спеціальної підготовки, для підвищення кваліфікації;  В. Формальна зустріч делегатів, які звичайно відносяться до певної сфери людської діяльності або залучені в спеціальне дослідження в певній сфері для обговорення різних питань;  Г. Нарада, конференція присвячена спеціальному науковому питанню;  Д. Правильної відповіді немає. |
| 69. | Симпозіум – це: | А. Збори, наради представників будь-яких організацій, груп, держав, а також окремих осіб, науковців для обговорення певних (часто теоретичних) питань;  Б. Групові заняття, гурток для якої-небудь спеціальної підготовки, для підвищення кваліфікації;  В. Формальна зустріч делегатів, які звичайно відносяться до певної сфери людської діяльності або залучені в спеціальне дослідження в певній сфері для обговорення різних питань;  Г. Нарада, конференція присвячена спеціальному науковому питанню;  Д. Правильної відповіді немає. |
| 70. | Конференції класифікують за: | А. За статусом учасників;  Б. За охопленням учасників;  В. За метою;  Г. Правильна відповідь А і Б;  Д. Усі відповіді вірні. |
| 71. | Візити поділяються на: | А. Державні;  Б. Офіційні;  В. Робочі;  Г. Неофіційні;  Д. Усі відповіді вірні. |
| 72. | Державний візит – це: | А. Візити іноземних державних діячів на відпочинок та лікування, з приватних справ, як гостя посла своєї країни або ж як туриста;  Б. Візити делегацій, що очолюються Прем’єрміністром країни, міністром закордонних справ;  В. Візит найвищого рівня, може бути тільки візит глави держави (Президента, Монарха);  Г. Мають цільове призначення, зокрема участь у переговорах, міжнародних нарадах, консультаціях, конференціях, підписання міжнародного договору або угоди, участь у відкритті національних виставок;  Д. Відносно коротке перебування офіційної делегації або почесного гостя в країні, через територію якої він прямує. |
| 73. | Офіційний візит – це: | А. Візити іноземних державних діячів на відпочинок та лікування, з приватних справ, як гостя посла своєї країни або ж як туриста;  Б. Візити делегацій, що очолюються Прем’єрміністром країни, міністром закордонних справ;  В. Може бути тільки візит глави держави (Президента, Монарха);  Г. Мають цільове призначення, зокрема участь у переговорах, міжнародних нарадах, консультаціях, конференціях, підписання міжнародного договору або угоди, участь у відкритті національних виставок;  Д. Відносно коротке перебування офіційної делегації або почесного гостя в країні, через територію якої він прямує. |
| 74. | Робочі візити – це: | А. Візити іноземних державних діячів на відпочинок та лікування, з приватних справ, як гостя посла своєї країни або ж як туриста.  Б. Візити делегацій, що очолюються Прем’єр міністром країни, міністром закордонних справ;  В. Може бути тільки візит глави держави (Президента, Монарха);  Г. Візити, які мають цільове призначення, зокрема участь у переговорах, міжнародних нарадах, консультаціях, конференціях, підписання міжнародного договору або угоди, участь у відкритті національних виставок;  Д. Відносно коротке перебування офіційної делегації або почесного гостя в країні, через територію якої він прямує. |
| 75. | Неофіційні візити – це: | А. Візити іноземних державних діячів на відпочинок та лікування, з приватних справ, як гостя посла своєї країни або ж як туриста;  Б. Візити делегацій, що очолюються Прем’єр міністром країни, міністром закордонних справ;  В. Може бути тільки візит глави держави (Президента, Монарха);  Г. Мають цільове призначення, зокрема участь у переговорах, міжнародних нарадах, консультаціях, конференціях, підписання міжнародного договору або угоди, участь у відкритті національних виставок;  Д. Відносно коротке перебування офіційної делегації або почесного гостя в країні, через територію якої він прямує. |
| 76. | Візит проїздом – це: | А. Візити іноземних державних діячів на відпочинок та лікування, з приватних справ, як гостя посла своєї країни або ж як туриста;  Б. Візити делегацій, що очолюються Прем’єр міністром країни, міністром закордонних справ;  В. Може бути тільки візит глави держави (Президента, Монарха);  Г. Мають цільове призначення, зокрема участь у переговорах, міжнародних нарадах, консультаціях, конференціях, підписання міжнародного договору або угоди, участь у відкритті національних виставок;  Д. Відносно коротке перебування офіційної делегації або почесного гостя в країні, через територію якої він прямує. |
| 77. | Показ, основна мета якого полягає в освіченні публіки шляхом демонстрування засобів, що є в розпорядженні людства для задоволення потреб в одній або декількох сферах його діяльності або майбутніх його перспектив – це: | А. Конгрес;  Б. Конференція;  В. Ярмарка;  Г. Виставка;  Д. Правильної відповіді немає. |
| 78. | Економічна виставка зразків, яка згідно зі звичаями тієї країни, на території якої знаходиться, являє собою крупний ринок товарів, що діє в встановлені строки впродовж обмеженого часу в одному ж самому місці, і на якій експонентам дозволяється представляти зразки своєї продукції для укладання торговельних угод у національному чи міжнародному масштабах – це: | А. Конгрес;  Б. Конференція;  В. Виставка;  Г. Ярмарка;  Д. Правильної відповіді немає. |
| 79. | Які є види інсентив турів? | А. Виїзні семінари;  Б. Індивідуальні тури;  В. Дилерські школи;  Г. Конференції;  Д. Усі відповіді правильні. |
| 80. | Які є основні специфічні вимоги для інсентив-турів? | А. Унікальність;  Б. Фантазія й екзотика;  В. Винятковість;  Г. Оригінальність;  Д. Усі відповіді правильні. |
| 81. | Під терміном «туризм» слід розуміти: | А. Можливість задоволення духовних потреб та інших прав людини при переїзді з місця постійного до місця тимчасового проживання;  Б. Тимчасовий виїзд особи з місця постійного проживання в оздоровчих, ізнавальних, професійно-ділових чи інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності в місці перебування;  В. Спеціальну форму переміщення осіб із місця їх постійного проживання на короткий термін; Г. Подорож особи до іншої місцевості чи населеного пунтку на термін, що перевищує 24 години; Д. Правильні відповіді А та Б. |
| 82. | Сучасний готель – це: | А. Підприємство, що надає спеціальні послуги подорожнім;  Б. Суб'єкт підприємницької діяльності, що виробляє та реалізує послуги по розміщенню осіб;  В. Місце тимчасового проживання людей, які з різних причин опинились не в пункті свого постійного проживання;  Г. Підприємство, що надає специфічні послуги з розміщення, харчування та ін. Д. Місце проживання особам, які потребують їх у певний момент відповідно до їх життєвих обставин. |
| 83. | Туристичний продукт – це: | А. Попередньо розроблений комплекс туристичних послуг, котрий поєднує не менше ніж дві такі послуги, що реалізуються або пропонуються для реалізації за визначеною ціною, до складу якого входять послуги перевезення, розміщення та інші туристичні послуги (організація відвідувань об'єктів культури, відпочинку та розваг, реалізації сувенірної продукції тощо);  Б. Використання наявних ресурсів для організації якісного відпочинку  громадян за попередньо встановленою ціною на подібні послуги;  В. Комплекс туристичних послуг;  Г. Пропонований для реалізації на ринку комплекс туристичних і суміжних послуг у кількості не менше трьох за попередньо встановленою ціною; Д. Усі правильні відповіді. |
| 84. | Сучасний розвиток готельної інфраструктури в Україні: | А. Можна вважати цілком задовільним;  Б. Можна вважати досить непоганим попри наявні деякі незначні недоліки організації та недостатньої інноваційної діяльності суб'єктів підприємницької діяльності;  В. Недостатній та потребує інтенсивного планомірного розвитку;  Г. Незадовільний;  Д. Середній рівень. |
| 85. | Законодавчими актами, що регулюють діяльність підприємств туристичної галузі є такі: | А. Закони України, Постанови Кабінету міністрів, накази профільних міністерств та відомств;  Б. Закон України "Про господарські товариства", Господарський кодекс України, Митний кодекс України, Закон України "Про підприємства", Закон України "Про підприємництво в Україні", Закон України "Про туризм" та ін.;  В. Закон України "Про Кабінет Міністрів України", Закон України "Про туризм"; Закон України "Про господарські товариства", Господарський кодекс України, Митний кодекс України та ін.;  Г. Закон України " Про власність", Закон України "Про підприємництво", Звакон України "Про підприємства в Україні", Закон України "Про внесення змін до закону України "Про туризм", Закон України "Про господарські товариства", Господарський кодекс України, Митний кодекс України та ін.; Д. Правильні відповіді В та Г. |
| 86. | Кілька готелів, що належать одному власнику і знаходяться в межах однієї країни складають: | А. Міжнародну готельну мережу;  Б. Готельну мережу національного рівня;  В. Готельну мережу регіонального рівня;  Г. Правильної відповіді немає; Д. Франшизу. |
| 87. | Загострення конкурентної боротьби на ринку готельних послуг: | А. Має вирішальний вплив на розвиток міжнародного туризму;  Б. Не має істотного впливу на розвиток туристичного бізнесу;  В. Негативно впливає на туристичний бізнес;  Г. Позитивно впливає на туристичний бізнес;  Д. Призводить до фінансової кризи. |
| 88. | На формування конкурентних переваг туристичних агенцій певної країни у глобальному масштабі мають вплив наступні чинники: | А. Політична стабільність, прозорість державної влади, багатопартійність, захист прав людини, гармонізація національного законодавства з міжнародними правовими нормами;  Б. Діяльність вітчизняних підприємств та організаційна міжнародних ринках, конфесійна та національна толерантність, захист прав людини;  В. Рекламна діяльність вітчизняних виробників, політична та економічна стабільність у державі, багатопартійність та структурованість представницьких органів влади;  Г. Низький рівень корупції, політична стабільність, прозорість владних структур, ефективна діяльність вітчизняних маркетологів, гармонізація законодавства з міжнародними правовими нормами; Д. Тільки політична стабільніть. |
| 89. | Світовими тенденціями, що активно сприяли втраті колишнього значення державних і митних кордонів та глобалізації світової економіки є наступні: | А. Міжнародна економічна інтеграція, зростання ролі ТНК, міжнародна спеціалізація виробництва і торгівлі товарами та послугами,розширення експорту прямих інвестицій з Північної Америки, Західної Європи та Східної Азії;  Б. Глобалізація фінансів, третинного сектору економіки, управлінських функційта проблем довкілля;  В. Відповіді А та Б правильні;  Г. Правильних відповідей немає;  Д. Політично-економічна ситуація. |
| 90. | Конкурентні переваги країни мають забезпечувати національну безпеку та відповідати національним інтересам на таких рівнях: | А. Основних інтересів – створення умов для набуття та збереження стратегічної стійкості країни;  Б. Внутрішніх інтересів – забезпечення процесів формування і розвитку країни;  В. Зовнішніх інтересів – забезпечення розвитку країни як суб’єкта світового господарства;  Г. Усі відповіді правильні; Д. Правильні відповіді Б та В. |
| 91. | Світові країни-донори туристів: | А. Відправляють за кордон більше своїх громадян, ніж приймають зарубіжних гостей;  Б. Більше приймають іноземних туристів, ніж відправляють за кордон своїх співгромадян; В. Працюють за принципом 50/50; Г. Працюють за принципом 80/20; Д. Правильні відповіді А та Г. |
| 92. | Серед вітчизняних підприємств туристичного та готельного бізнесу найчастіше зустрічаються: | А. Суб'єкти підприємницької діяльності – фізичні особи в якості турагентів;  Б. Акціонерні товариства в якості туроператорів;  В. Товариства з обмеженою відповідальністю в якості туроператорів і турагентів;  Г. Правильної відповіді немає;  Д. Всі правильні відповіді. |
| 93. | Географія сучасної туристичної діяльності: | А. Є практично незмінною впродовж останніх 50 років;  Б. Швидко міняється під впливом непередбачуваних змін смаків клієнтів;  В. Змінюється планомірно згідно із планами Світової туристичної організації;  Г. Змінюється незначно (старі туристичні центри залишаються та поступово з’являються нові;  Д. Зміни відбуваються щорічно. |
| 94. | Сучасна індустрія гостинності охоплює: | А. Підприємства готельного, туристичного, ресторанного, транспортного бізнесу;  Б. Готельну, рекреаційну та ресторанну справу, туристичний, конгресний і транспортний бізнес, комерційні шоу та гральний бізнес;  В. Готелі, ресторани, сауни й басейни, театр і естраду;  Г. Правильної відповіді немає; Д. Тільки готельне підприємство. |
| 95. | Реалізація проекту розширення готельно-туристичного комплексу: | А. Має велике значення для інвесторів;  Б. Здійснює вплив на рівень зайнятості населення;  В. Створює умови для припливу туристів та розвитку суміжних галузей;  Г. Усі три відповіді правильні; Д. Правильні відповіді А та Б. |
| 96. | Для отримання туристичної ліцензії керівник підприємства чи його заступник: | А. Повинні мати спеціальну туристичну освіту або стаж практичної роботи в галузі не менше 3 років;  Б. Повинні мати вищу освіту;  В. Повинні мати обов'язкову спеціальну вищу туристичну освіту;  Г. Повинні мати стаж роботи в туризмі не менше п’яти років;  Д. Правильні відповіді В та Г. |
| 97. | Фахівців готельного господарства та туризму в Україні готують: | А. У вищих учбових закладах;  Б. У професійно-технічних училищах і ліцеях;  В. У вищих і середніх спеціальних навчальних закладах;  Г. У технікумах і коледжах; Д. У спеціальних установах обслуговуючого персоналу. |
| 98. | Замкнений готельний цикл обслуговування клієнтів складається із таких етапів: | А. Резервування та реєстрації гостя;  Б. Попередньої оплати та надання розміщення й інших додаткових готельних послуг;  В. Прийому гостя та організації його виїзду;  Г. Усі три відповіді вірні; Д. Правильні відповіді Б та В. |
| 99. | Міжнародні контракти щодо виконання послуг: | А. Регулюються Протоколом Генеральної асамблеї ООН;  Б. Регулюються в рамках комплексу угод ГАТС;  В. Підлягають обов’язковій реєстрації в ЮНВТО;  Г. Гарантують однаковий рівень послуг в межах кожної країни; Д. Правильні відповіді А та Б. |
| 100. | Найважливішими міжнародними туристичними виставками для європейських туроператорів є наступні: | А. Берлінська, Київська, Лондонська та Московська;  Б. Мадридська, Майамська, Московська та Пекінська;  В. Берлінська, Міланська, Московська та Сіднейська;  Г. Берлінська, Лондонська, Мадридська та Міланська;  Д. Італійська та Міланська. |
| 101. | Що слід розуміти під терміном "управління" і де переважно він застосовується? | А. Термін "управління" застосовується переважно до діяльності людей в сфері економіки;  Б. Термін "управління" є синонімом терміну "менеджмент", але він переважно застосовується до ширшого кола об’єктів, різних видів людської діяльності;  В. Термін "управління" не є синонімом терміну "менеджмент" і застосовується тільки до діяльності людей у сфері економіки;  Г. Термін "управління" застосовується при визначенні системи заходів щодо координацїї діяльності людей; Д. Правильної відповіді немає. |
| 102. | Що слід розуміти під терміном "менеджмент"? | А. Термін "менеджмент" означає керування якоюсь системою;  Б. Під терміном "менеджмент" розуміють управління якоюсь соціально-економічною системою (підприємством);  В. Термін "менеджмент" означає управління будь-чим;  Г. Термін "менеджмент" означає постійно контролювати діяльність персоналу в організації; Д. Правильної відповіді немає. |
| 103. | Що означає термін "менеджмент" і з якої мови він походить? | А. 3 англійської мови і означає керувати, стояти на чолі, завідувати, бути здатним впоратися з будь-якою проблемою;  Б. 3 німецької мови і означає керувати, завідувати будь-чим;  В. 3 івриту і означає керувати, завідувати будь-чим;  Г. 3 російської і означає завідувати будь-чим; Д. Правильної відповіді немає. |
| 104. | Що таке менеджмент з функціональних позицій? | А. Процес планування, організацїї, контролю, регулювання;  Б. Процес планування, організації, мотивації, контролю, які необхідні для досягнення певної мети; В. Процес планування, організації, мотивації;  Г. Процес організації і контролю; Д. Всі відповіді правильні. |
| 105. | Що об'єднує суб'єкт та об'єкт управління ? | А. Партнерство та однодумство;  Б. Спільне місце їх діяльності;  В. Спільна мета діяльності;  Г. Спільне бажання отримувати прибутки; Д. Спільні мотиви та функції. |
| 106. | Визначіть, що таке об'єкт управління? | А. Людина чи група людей, якими управляють;  Б. Апарат управління; В. Люди, які займаються управлінням;  Г. Люди, які виконують певні завдання; Д. Команда над роботаю певного проекту. |
| 107. | "Батьком " школи наукового управління вважається: | А. А. Файоль;  Б. Е. Мейо;  В. Ф. Тейлор;  Г. М. Фоллет;  Д. Герцербг. |
| 108. | Що належить до методів морального стимулювання? | А. Видача туристичних путівок;  Б. Подяка за хорошу роботу, офіційне чи неофіційне визнання професійної досконалості працівника;  В. Підбадьорення та поблажливість у випадках притягнення до відповідальності;  Г. Видача грамот та похвальних листів;  Д. Жодна з відповідей. |
| 109. | Від чого, перш за все, залежить ефективне використання методів управління організацією? | А. Від знання стану, в якому знаходиться об'єкт управління;  Б. Від знання методів управління та механізму їх дії;  В. Від знання характеру проблемних ситуацій;  Г. Від знання психології об'єктів управління;  Д. Від методів впливу на соціальний стан. |
| 110. | В сучасних умовах керівниками найчастіше застосовується така група методів менеджменту: | А. Соціально-психологічні;  Б. Організаційно-розпорядчі;  В. Економічні;  Г. Адміністративні;  Д. Всі перераховані вище. |
| 111. | Економічні методи менеджменту – це: | А. Методи, що ґрунтуються на використанні таких мотивів трудової діяльності, як почуття обов'язку та відповідальності;  Б. Засоби впливу на колектив і окремих його працівників, які ґрунтуються на використанні об'єктивних відносин між ними;  В. Засоби владного впливу на колектив та окрему особу;  Г. Методи, за допомогою яких здійснюється вплив на еконо­мічні інтереси колективів і окремих членів;  Д. Вірні відповіді А та Г. |
| 112. | Соціально-психологічні методи менеджменту – це: | А. Засоби впливу на колективи і окремих їх працівників, які ґрунтуються на використанні об'єктивних відносин між ними;  Б. Методи, що ґрунтуються на використанні таких мотивів трудової діяльності, як почуття обов'язку та відповідальності;  В. Методи, за допомогою яких здійснюється вплив на еко­номічні інтереси колективів і окремих членів;  Г. Засоби владного впливу на колектив та окрему особу;  Д. Вірні відповіді Б та В. |
| 113. | Організаційно-розпорядчі методи менеджменту – це: | А. Методи, що ґрунтуються на використанні таких мотивів трудової діяльності, як почуття обов'язку та відповідальності;  Б. Засоби владного впливу на колектив та окрему особу;  В. Засоби впливу на колективи і окремих їх працівників, які ґрунтуються на використанні об'єктивних відносин між ними;  Г. Методи, за допомогою яких здійснюється вплив на економічні інтереси колективів і окремих членів; Д. Всі відповіді правильні. |
| 114. | Теорія мотивації Мак-Клелланда передбачає враховувати такі основні потреби: | А. Влади і причетності; Б. Успіху і влади;  В. Влади, успіху, причетності;  Г. Влади і економічної зацікавленості; Д. Всі відповіді вірні. |
| 115. | Згідно з двофакторною теорією Герцберга всі фактори поділяються на: | А. Гігієнічні та економічні; Б. Економічні та психологічні;  В. Гігієнічні та психологічні;  Г. Гігієнічні та мотиваційні; Д. Вірні відповіді А, В та Г. |
| 116. | До змістовних теорій мотивації не відносяться: | А. Теорія Мак-Клелланда;  Б. Теорія Маслоу;  В. Теорія очікувань Врума;  Г. Теорія Туган-Барановського;  Д. Теорія двох чинників Фредеріка Герцберга. |
| 117. | Чому необхідно здійснювати контроль за виконанням управлінських рішень? | А. Щоб своєчасно виявити відхилення у виконанні рішень і вжити відповідних заходів;  Б. Щоб виконавці боялись покарання і добре виконували накази;  В. Тому що є працівники, які за контроль отримують гроші, і вони контролюють все;  Г. Щоб заохочувати працівників;  Д. Всі відповіді вірні. |
| 118. | Основною метою розробки і реалізації управлінських рішень на будь-якому рівні управління є: | А. Досягнення цілей організації;  Б. Виконання виробничих комерційних та інших завдань;  В. Отримання прибутку;  Г. Вплив на діяльність колективу;  Д. Комерційна діяльність. |
| 119. | Як можна класифікувати управлінські рішення за рівнем прийняття? | А. На середньому і вищому рівнях управління;  Б. На вищому, середньому і нижчому рівнях управління;  В. На вищому і найвищому рівнях управління;  Г. На найвищому і середньому рівнях управління;  Д. На початковому рівні. |
| 120. | Продуктом управлінської праці є: | А.Управлінські рішення;  Б. Інформація;  В. Обчислювальна техніка;  Г. Майно;  Д. Проект. |
| 121. | Поняття «сталий розвиток туризму» і «сталий туризм» було введено: | А. В 1990 р;  Б. В 1993 р;  В. В 1997 р;  Г. В 1995 р;  Д. В 2007 р. |
| 122. | У якому році підписана Угода про асоціацію між Україною та Європейським Союзом щодо розвитку внутрішнього водного транспорту? | А. В 2014 р;  Б. В 2000 р;  В. В 2007 р;  Г. В 2012 р;  Д. В 2010 р. |
| 123. | Основою процесу обслуговування в туристичній фірмі є | А. Реклама туристичних послуг;  Б. Бронювання туристичних послуг;  В. Встановлення мети подорожі, пропозиція і вибір туру (послуг) та оформлення замовлення (бронювання);  Г. Оформлення туристичної документації; Д. Правильні відповіді Б та Г. |
| 124. | Туристичні ресурси – це: | А. Сукупність природних і створених людиною предметів та явищ довкілля, що використовуються в сфері туризму як об'єкти туристського зацікавлення та похідні компоненти для створення туристичного продукту;  Б. Ресурси призначені для споживання;  В. Туристичні послуги, які знаходяться на реалізації; Г. Релігійний туризм; Д. Всі відповіді вірні. |
| 125. | Ініціативна туристична фірма – це: | А. Фірма-туроператор;  Б. Фірма, що займається відправленням туристів (закордонний туристичний ринок) ;  В. Фірма, що займається прийомом туристів (іноземний туристичний ринок) ;  Г. Фірма, що виконує суто агентські послуги;  Д. Правильної відповіді немає. |
| 126. | Рецептивна туристична фірма – це: | А. Фірма-туроператор;  Б. Фірма, що займається відправленням туристів (закордонний туристичний ринок) ;  В. Фірма, що займається прийомом туристів (іноземний туристичний ринок);  Г. Троператор формує складні маршрутні тури; Д. Фірми, що займаються відправкою внутрішніх туристів в інші регіони країни. |
| 127. | Туристичний баланс – це: | А. Різниця між показниками в'їзного та виїзного туристичного ринку;  Б. Обсяг витрат;  В. Обсяг надходжень;  Г. Співвідношення надходжень від зарубіжних туристів в даній країні і витрат туристів даної країни за кордоном;  Д. Правильні відповіді Б та Г. |
| 128. | Консолідований туроператор – це: | А. Фірма, яка формує туристичні групи;  Б. Представництво закордонної фірми – ініціативного туроператора;  В. Підприємство, яке зорієнтоване на внутрішній туризм;  Г. Туристичні підприємства, які є частиною холдингу та об'єднані в єдиний господарюючий суб'єкт;  Д. Туроператори масового ринку. |
| 129. | До основних факторів, які впливають на формування програм туристичної подорожі відносяться: | А. Сезонність, маршрут та його туристично-рекреаційні ресурси, тип клієнтури та від туризму; Б. Наявність ліцензії та сертифікату відповідності в підприємства - тур оператора;  В. Гарантована якість туристичних послуг підприємств-суміжників;  Г. Розташування офісу;  Д. Популярність турфірми. |