## UVOD U TURIZAM

## Pitanje 1

Turist je osoba koja:

   Ostaje više od jedne noći
   Ostaje manje od jedne noći
   Putuje zbog posla ili razonode

Rezultat:

## Pitanje 2

Koja od navedenih organizacija nije dio Turizma:

    WTO, OECD, IATA i CVB
    WTO, ACF, WTA i CVB
    OECD, WTO
    CVB's, WTA, ACF

Rezultat: 

## Pitanje 3

Razlikujemo dvije svrhe za poduzimanje putovanja. To su:

   Posao, potrošnja
   Razonoda, obitelj

   Posao, razonoda

Rezultat:

## Pitanje 4

Komercijalna rekreacija je rekreacija koja od koje ponuda očekuje profit i koju klijent plaća:

   Točno
   Netočno

Rezultat:

## Pitanje 5

Definicija rekreacije je:

   Sve što osobu čini sretnom
   Proces oživljavanja nečega
   Dio društva koje ne kreira zarade
   Ništa od navedenog

Rezultat

**TURISTIČKO TRŽIŠTE**

## Pitanje 1

Statistička klasifikacija putnika (prema WTO) ne uključuje:

   putnike na krstarenjima
   predstavnike konzulata
   dnevne posjetitelje

Rezultat:

## Pitanje 2

Turizam je:

    prirodna znanost
    gospodarska grana
    skup odnosa i pojava
    skup jednoznačnosti pojava

Rezultat: 

## Pitanje 3

Turističke potrebe su:

   Elastične
   Neelastične
   Beskonačno elastične

Rezultat:

## Pitanje 4

Turizam je najbrže rastuća industrija na svijetu?

   Točno
   Netočno

Rezultat:

## Pitanje 5

Subjektivne pretpostavke za formiranje turističke potražnje su:

    životni standard pojedinca
    racionalni i iracionalni čimbenici
    višak slobodnih novčanih sredstava

    slobodno vrijeme

Rezultat:

## DESTINACIJA

## Pitanje 1

Koja od navedenih razina nije razina turističkog proizvoda:

   osnovni proizvod
   očekivani proizvod
   definirani proizvod

Rezultat:

## Pitanje 2

Za turističku destinaciju možemo reći da:

   ne mora raspolagati dostatnim elementima ponude
   je ovisna o administrativnim granicama
   se njome ne mora upravljati
   je orijentirana tržištu, turistima

Rezultat: 

## Pitanje 3

Jedan od tri velika podsustava turističke destinacije je:

   poduzetnički podsustav
   kulturni podsustav
   ništa od navedenog

Rezultat:

## Pitanje 4

Turističko mjesto i turistička destinacija su istovjetni pojmovi:

   Točno
   Netočno

Rezultat:

## Pitanje 5

Kojoj od hipoteza ovdje nije mjesto:

   Ponuda destinacijske menadžment kompanije mora biti jedinstvena
    Ponuda destinacijske menadžment kompanije mora biti fokusirana
    Ponuda destinacijske menadžment kompanije mora biti dio strukovnih udruga
    Ponuda destinacijske menadžment kompanije mora zadovoljiti kvalitetom očekivanja

Rezultat:

## SELEKTIVNI TURIZAM

## Pitanje 1

Svrha usluživanja unutar Nacionalnog parka je:

   Predstavljanje parka javnosti
   zaštita resursa parka
   Sve navedeno

Rezultat:

## Pitanje 2

Ekoturizam je najbrže rastući segment u svjetskom turizmu. Pritom se misli na:

   Avanturistički turizam
   Odgovorni turizam
   Održivi turizam
   Sve navedeno

Rezultat: 

## Pitanje 3

Grad transformiran iz pustinje u jedan od najpoznatijih turističkih gradova svijeta je:

   Monte Carlo
   Las Vegas
   Atlantic City

Rezultat:

## Pitanje 4

Republika Hrvatska ima 7. Nacionalnih parkova:

   Točno
   Netočno

Rezultat:

## Pitanje 5

Oblik selektivnog turizma koji osigurava dvostruko veću turističku potrošnju te se intenzivno razvija u pojedinim hrvatskim obalnim odredištima je:

   ruralni turizam
   gastro turizam
   kongresni turizam
   zdravstveni turizam

Rezultat:

## FAKULTATIVNE PONUDE

## Pitanje 1

Kadrovsko ekipiranje izleta podrazumijeva provođenje programa izleta i to:

   dojava destinacijskim menadžment organizacijama
   najava izleta pružateljima usluga
   usklađivanje cijena prema konkurenciji

Rezultat:

## Pitanje 2

Grupe najčešće idu na izlete u:

   pred sezoni
   sezoni
    posezoni
   ništa od navedenog

Rezultat: 

## Pitanje 3

Poludnevni izleti traju:

    maksimalno 7 sati, a uobičajeno između 4 i 6 sati
   između 2 i 4 sata

   Između osam i 12 sati

Rezultat:

## Pitanje 4

Raspisani program izleta radi se na bazi 6 dana:

   Točno
   Netočno

Rezultat:

## Pitanje 5

Većina avio kompanija ima ketering službe ili \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ koje se natječu za ugovore. To su:

   zaposlenici
   predstavnici izletnika
   servisi hrane
   turistički posrednici

Rezultat:

## JAVNI I PRIVATNI SEKTOR U TURIZMU

## Pitanje 1

Prema metodologiji WTTC-a (TSA) Hrvatska će do 2010. godine ostvariti ukupnu turističku potražnju od:

    9 mlrd Eura
   12 mlrd Eura
   17 mlrd Eura

Rezultat:

## Pitanje 2

Turistički clusteri Istre razvijaju se različitim tempom zbog:

   političkih konotacija
   veličine proračuna
   nepovoljnog geografskog položaja
   dobne strukture osoblja

Rezultat: 

## Pitanje 3

Tržišne i individualne krivulje potražnje u turizmu razlikujemo od istih za druga dobra prema:

   esencijalnoj potrošnji

   višoj cjenovnoj elastičnosti
   masovnosti u turističkoj destinaciji

Rezultat:

## Pitanje 4

Ekonomski cilj državne politike u turizmu je stvoriti pozitivne odnose na relaciji turist-domaćin:

   Točno
   Netočno

Rezultat:

## Pitanje 5

Uloga HGK je:

   promovirati samo turizam
   promovirati državne dužnosnike
   unaprijediti turizam radi multiplikativnih učinaka istog
   pomoći prvenstveno znanstvenicima

Rezultat:

## EKONOMIJA I TURIZAM

## Pitanje 1

Što od navedenog predstavlja standard klasifikacije i standardizacije operativnih rezultata:

   Bilanca plaćanja
   USALI
   Kontribucijske marže

Rezultat:

## Pitanje 2

Prodaja koja se svojim djelovanjem reflektira i na prosperitet izvan hotelske industrije naziva se:

   Učinak provizijske provizije
   Čisti ekonomski učinak
   Multiplikativni učinak
   Ekonomski učinak

Rezultat: 

## Pitanje 3

Koji profil društva uključuje godine, spol, kućanstvo, dohodak per capita itd.:

   Analiza okoliša

   Marketing miks
   Demografske karakteristike

Rezultat:

## Pitanje 4

Hotele se može klasificirati samo prema tipovima usluge?

   Točno
   Netočno

Rezultat:

## Pitanje 5

Vertikalno integriranje je posljedica svjesnosti o tome da smještaj gosta nije definiran samo na jednoj razini već varira prema:

   lokaciji
   preferencijama
   cijenama i mogućnostima
   vlasništvu

Rezultat:

**PROMET I TURIZAM**

## Pitanje 1

Financiranje cesta u Hrvatskoj provodi se iz:

   kratkoročnih kredita
   naknada za ceste iz goriva
   turističkih provizija

Rezultat:

## Pitanje 2

Koji je od navedenih primjera nisko- troškovni avio prijevoznik:

   British Airways
   Ryanair
   Air France
   Quantas

Rezultat: 

## Pitanje 3

Neka ograničenja hrvatskog prometnog sustava su:

   Konzistentan razvitak prometa na regionalnim razinama
   Neusklađenost razvitka pojedinih grana prometa
   Primjerena politika sigurnosti prometa i zaštite okoliša

Rezultat:

## Pitanje 4

Povijesni razvoj turizma podijeljen je u pet etapa. Četiri su paralelno vezane uz pojavu ugovora o alotmanu:

   Točno
   Netočno

Rezultat:

## Pitanje 5

Hotele zračnih luka teže ostvarenju:

   niske okupiranosti
   privlačenju samo obitelji kao tržišnog segmenta
   kapacitetima od 200-600 soba
   izostavljanju pružanja svih drugih usluga osim smještaja

Rezultat:

**TURISTIČKA KRETANJA**

## Pitanje 1

Program hrvatske Vlade *Plava Brazda* podrazumijeva:

   bespovratne financijske potpore projektima razvoja selektivnih oblika na moru
    bespovratne financijske potpore ulaganjima u infrastrukturu
    ništa od navedenog

Rezultat:

## Pitanje 2

Zakon o turističkom zemljištu omogućuje:

   novi razvojni i investicijski ciklus

   Potiče na drastičnu promjenu elemenata turističke politike
   snažnu promociju na domaćem i inozemnom tržištu
   ništa od navedenog

Rezultat: 

## Pitanje 3

Najveći ukupan broj kreveta u smještajnim kapacitetima Republike Hrvatske otpada na:

   Kampove

   Hotele
   Privatni smještaj

Rezultat:

## Pitanje 4

Privatni sektor u turizmu poboljšava infrastrukturu i suzbija sivu ekonomiju:

   Točno
   Netočno

Rezultat:

## Pitanje 5

Najveće emitivno turističko tržište Europe je:

   Slovenija
   Austrija
   Italija
   Njemačka

Rezultat:

## EMITIVNA TRŽIŠTA I ULOGA DMO-A

## Pitanje 1

Potrebe za uslugama DMC-a rastu sukladno:

   složenosti tražene usluge
   mjerenim rezultatima
   provjeri povjerenja klijenta

Rezultat:

## Pitanje 2

Destinacijska menadžment kompanija je organizacija koja?

   Nudi veliki broj programa i usluga u svrhu zadovoljenja potreba klijenta
   Predvodi eksperte u turizmu koji rade zajedno na profesionalnom usavršavanju

   Vrši odabir destinacije prema različitim kriterijima: klima, lokacija, ekoturizam
   Teži unapređenju ekonomije regije rastom broja posjetitelja i posljedično turističke potrošnje

Rezultat: 

## Pitanje 3

Primjerice, poslovna teza Adriatica.net kao hrvatskog primjera DMC-a «rezultati su posljedica dobro postavljenih stvari» podrazumijeva:

   Efektivnosti
   Efikasnost
   osnovu poslovanja kroz motivaciju

Rezultat:

## Pitanje 4

DMO je vlasništvo nad objektom za vrijeme odmora. Obično se radi o jednom tjednu tijekom zadanog razdoblja

   Točno
   Netočno

Rezultat:

## Pitanje 5

Ellsworth Milton Statler je poznat po:

   Prvom obiteljskom američkom restoranu
   Najvećoj izložbi
   Prvom hotelu koji je nudio gostima tisak svako jutro
   sve navedeno
Rezultat:

## SMJEŠTAJNI KAPACITETI - ISTRA

## Pitanje 1

*Domus Bonus* predstavlja:

   jamstvo kvalitete smještaj
   kalendar događaja u Istri
   povijest Istre kroz stare obrte

Rezultat:

## Pitanje 2

Upravni odjel za turizam Istarske županije obnaša funkciju:

   objavljivanja podataka putem publikacije «Turizam hrvatske u brojkama»
   savjetodavne pomoći i komunikacije
   praćenja domaćih i inozemnih novinara na emitivnim tržištima
   ništa od navedenog

Rezultat: 

## Pitanje 3

VALAMAR je?

   hrvatska *on line* turistička agencija

   hrvatska tvrtka za upravljanje turističkim kapacitetima
   naziv turističkog naselja

Rezultat:

## Pitanje 4

Slikarski tečaj, Batana – umjetnost i obrt, Istražujemo prirodu, Pješačenje, Vožnja biciklom, Multiactivity, Ronjenje su programi specijalnih interesa u turizmu:

   Točno
   Netočno

Rezultat:

## Pitanje 5

Zlatna koza je nagrada koju dodjeljuje TZIŽ za izuzetan doprinos na području:

   *Insentive* programa
   prometne infra i suprastrukture
   marketinških aktivnosti u turizmu Istre
   sve navedeno

Rezultat:

## RAZVOJ POSREDOVANJA

## Pitanje 1

Posrednik u turizmu koji posluje kao turistički savjetnik i prodaje u ime zračnih prijevoznika, hotela kao i rent-a car poduzeća zove se:

   Svjetski operator
   Generalni menadžer
   Turistička agencija

Rezultat:

## Pitanje 2

Specijalizirana usluga je:

   Transport
   Audio vizualna
   Kružno vođenje
   Sve nabrojeno

Rezultat: 

## Pitanje 3

Termin \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ može biti objašnjen kao informacija koja može imati pristup svakom pojedinačnom odjelu u poslovanju?

   tehnologija
   decentralizacija
   dijeljenje informacija

Rezultat:

## Pitanje 4

Upravitelj rezervacijama rezervacije upućuje direktno voditelju (direktoru) hotelskih soba?

   Točno
   Netočno

Rezultat:

## Pitanje 5

Menadžment zarade (Yield management) je potražno-prognostička tehnika korištena radi maksimiziranja:

   Okupiranosti
   Iskoristivosti
   prihoda po sobi
   zaposlenosti

Rezultat:

## TURISTIČKI PAKET ARANŽMAN

## Pitanje 1

Proizvod turističke agencije je:

   turistička provizija
   turistički paket aranžman
   jamčevina

Rezultat:

## Pitanje 2

«Uniline» Pula je afirmirano ime:

   lokalne turističke agencije koja je opstala unatoč globalnim trendovima
   incoming turoperatora
   osiguravajuće kuće
   hostela

Rezultat: 

## Pitanje 3

Okruženje turističke agencije ne čine:

   političke snage
   marketinške snage
   gospodarske snage

Rezultat:

## Pitanje 4

Zadani predmet od strane hrvatskih propisa uključen u program polaganja za «Turističkog pratitelja» je «Nakladnička djelatnost»:

   Točno
   Netočno

Rezultat:

## Pitanje 5

Turoperatori specijalisti opstaju na tržištu temeljem:

   preuzimanja kijenata generalistima
   masovnošću turističkog pristupa
    personaliziranog pristupa
   ništa od navedenog

Rezultat:

## INFORMACIJSKE TEHNOLOGIJE U TURIZMU

## Pitanje 1

Što od navedenog obilježava CRS:

   Pristup stanju raspoloživih soba svakog hotela u lancu
   Osigurava garanciju broja sobe, raspoloživost i cijene
   omogućava pojavu overbukinga

Rezultat:

## Pitanje 2

Razlika između potvrđene i garantirane rezervacije je:

   Garantirana rezervacija garantira broj sobe, potvrđena rezervacija garantira sobu
   Potvrđena rezervacija osigurava se telefonski, garantirana rezervacija je osobno bukiranje
   Potvrđena rezervacija je osigurana kompjuterskim indiciranim brojem, garantirana rezervacija osigurava robu u slučaju kasnog dolaska, obično kreditnom karticom
   Garantirana rezervacija se osigurava telefonom, potvrđena rezervacija je Internet buking.

Rezultat: 

## Pitanje 3

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ osigurava praćenje preferencija gostiju i pronalaženje novih i zadržavanje postojećih koji su Vaše ciljno tržište?

   POS
   CRM
   CIS

Rezultat:

## Pitanje 4

Tehnologija hotelskim izvršiteljima osigurava manji angažman oko upravljanja opremom:

   Točno
   Netočno

Rezultat:

## Pitanje 5

Informacijski sustavi u turizmu:

   osiguravaju grupama unutar Odjela dijeljenje podataka i informacija koje olakšavaju upravljanje funkcijama istog.
   osiguravaju da osoblje i gosti komuniciraju sa različitih lokacija
   zovu se još i poslovni informacijski sustavi
   informativni sustavi koji osiguravaju povezanost poslova diljem svijeta

Rezultat:

## MENADŽMENT U HOTELIJERSTVU

## Pitanje 1

WTO je skraćenica za:

    World Transportation Organization

    World Travel Organization

    World Tourism Organization

Rezultat:

## Pitanje 2

CHRIE je skraćenica za organizaciju u turizmu koja:

   Promovira konkurentnost u turizmu
   predstavlja asocijaciju škola, sveučilišta, hotela, restorana i dr.
   prepoznaje individualne doprinose u turizmu i radi na vertikalnim integracijama
   sve navedeno

Rezultat: 

## Pitanje 3

Izbacite skraćenicu koja ne opravdava turoperatore:

   TUI
   NUR
   AKTA

Rezultat:

## Pitanje 4

AMTRAK je podružnica Ujedinjenih Naroda (UN)?

   Točno
   Netočno

Rezultat:

## Pitanje 5

Svjetske statistike u turizmu kalkulaciju koja determinira poslovanje hotela (prodaje po sobi) imenuju kao:

   tekuća premija
   prosječna dnevna zarada
   Dodatna zarada
   Prihod po sobi

Rezultat:

## EKONOMIKA HOTELSKOG POSLOVANJA

## Pitanje 1

Stil menadžmenta koji je fokusiran na prevenciju pogrešaka poznat je pod nazivom:

   QC
   TQM
   LQM

Rezultat:

## Pitanje 2

Poslovni koncept koji osigurava rapidan rast tvrtke korištenjem novca drugih ljudi poznati je pod nazivom:

   Partnerstvo

   Sindikalizam
   Franšiza
   Lizing

Rezultat: 

## Pitanje 3

Čimbenici koji prisiljavaju lidere u turizmu ka aktivnom donošenju financijskih odluka vezano za hotelski razvoj su:

   Recesija i inflacija
   Kamatne stope

   Kreativno financiranje

Rezultat:

## Pitanje 4

Što od nabrojenog nije primjer vertikalnog povezivanja:

   turistička agencija i avio kompanija
   turoperator i turistička agencija

Rezultat:

## Pitanje 5

Što od nabrojanog nije trend razvoja hotelske industrije:

   Sigurnost i pouzdanost

   Tehnologija
   Segmentacija
   Novi menadžment

Rezultat:

## MARKETING U TURIZMU

## Pitanje 1

Koje od nabrojenog ne predstavlja «Disney» model usluživanja:

   kontakt očima i govor tijela
   rigidni standardi usluživanja
   iniciranje kontakta s gostom

Rezultat:

## Pitanje 2

Što od navedenog nije razina životnog ciklusa proizvoda:

   Zrelost
   Rast
   Nestajanje
   Sve nabrojeno

Rezultat: 

## Pitanje 3

Razlika marketinga i prodaje je:

   U prodaji je fokus na gostu
   U prodaji je fokus na menadžmentu
   U marketingu je fokus na gostu

Rezultat:

## Pitanje 4

Jedan od P elemenata marketing miksa je Partnerstvo?

   Točno
   Netočno

Rezultat:

## Pitanje 5

Što od navedenog determinira potrebu za proizvodom ili uslugom na tržištu:

   tržišna potražnja
   tržišno prihvaćanje
   marketing akcijski plan
   Usporedna matrica

Rezultat:

## PODUZETNIŠTVO U TURIZMU

## Pitanje 1

Koncept koji identificira najbolji način djelovanja i po kojem je tvrtka prepoznatljiva u regiji je:

   TQM
   Benchmarking
   MBO

Rezultat:

## Pitanje 2

«Middle» menadžeri su:

   Odgovorni za kratkoročno i srednjoročno planiranje, ciljeve.
   Često su nazivani supervizorima
   Odgovorni za srednjoročne i dugoročne planove, ciljeve i strategije
   Odgovorni za praćenje i upravljanje poslovanjem «front-line» menadžera

Rezultat: 

## Pitanje 3

Top menadžer je:

   netko tko radi sa ljudima i unutar timova ljudi
   Uvijek upravlja poslovima «line» zaposlenika
   Vezan uz poslove nabavka opreme za hotele

Rezultat:

## Pitanje 4

Lider je osoba koju karakteriziraju konzistentnost i naređivanje?

   Točno
   Netočno

Rezultat:

## Pitanje 5

Elementi SWOT analize uključuju:

    Strengths (Snage)
    Weaknesses (Slabosti)
    Opportunities (Prilike)
   Sve navedeno

Rezultat:

## FUNKCIJA UPRAVLJANJA

## Pitanje 1

S gledišta organizacije, o kojoj razini Maslowljeve hijerarhije govorimo kada mislimo na plaćanje, profite i sigurnost zaposlenja:

   potrebe za sigurnošću

   potrebe za prihvaćanjem
   Fiziološke potrebe

Rezultat:

## Pitanje 2

Što od navedenog ne ulazi u odgovornost osobe zadužene za hotelske sobe:

   Usluživanje gostiju
   Situacija vezana za marketing miks
   financijska odgovornost -sobe
   Prodaja suvenira

Rezultat: 

## Pitanje 3

Što prema dosad naučenom predstavlja najznačajniji varijabilni trošak kuhinje:

   Zadržavanje (gubitak vremena)
   Rad
   Distribucija

Rezultat:

## Pitanje 4

Dvorana za sastanke koja će zauzeti najmanje mjesta po osobi treba biti posložena u oblik «Učionice»:

   Točno
   Netočno

Rezultat:

## Pitanje 5

Odjel Hrane i pića vođen je od strane:

   Generalnog menadžera
   Šefa
   Menadžer ljudskih resursa
   Direktora hrane i pića

Rezultat: