## 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: