

1. Plan putovanja se drugačije naziva:

- a voucher
- b **itinerer**
- c agenda.

2. U koju grupu smeštajnih kapaciteta spadaju moteli i pansioni?

- a **osnovne**
- b komplementarne
- c dopunske.

3. Karakteristika ugovora o subagenturi je:

- a **ugovorne strane su dve agencije**
- b ugovorne strane su turistička agencija i hotelijer
- c ugovorne strane su agencija i putnik.

4. Kako mogu biti podeljeni paket aranžmani po načinu nastanka?

- a **naručeni i oglašeni**
- b boravišni i akcioni
- c inicijativni i receptivni.

5. Kojom vrstom integracije nastaju hotelski lanci?

- a **horizontalnom**
- b vertikalnom
- c diversifikacijom.

6. Atraktivni faktori jednog turističkog područja dele se na:

- a **prirodne i društvene**
- b morske i planinske
- c sezonske i celogodišnje.

7. Kome su prvenstveno namenjeni komercijalni redovi letenja?

- a **potencijalnim putnicima**
- b avio kompanijama
- c rezervacionim i distributivnim sistemima.

8. Šta podrazumeva korišćenje „ekonomije velikog obima“?

- a **zajedničko zakupljivanje kapaciteta za smeštaj, prevoz i druge usluge čime se dobija veći popust u ceni i time snižavaju troškovi**
- b iznajmljivanje većeg broja smeštajnih i prevoznih kapaciteta čime se snižava cena jer su povećani troškovi
- c horizontalnu integraciju kojim se povećava cena uz niže troškove.

9. Kojim načinom integracije se hotelski lanci vezuju za avio-kompanije?

- a horizontalnim
- b vertikalnim
- c franšizom.

10. Između turističke agencije i hotela mogu se sklapati sledeći ugovori:

- a ugovor o kupoprodaji apartmana i ugovor o posredovanju,
- b ugovor o alotmanu i ugovor o zatraženoj i potvrđenoj rezervaciji
- c ugovor o čarteru i ugovor o alotmanu.

11. Boljim korišćenjem kapaciteta fiksni troškovi po jedinici proizvoda i usluga se:

- a smanjuju
- b povećavaju
- c ne menjaju.

12. Procentualnim odnosom između ostvarenog broja noćenja i ukupnog broja postelja izražava se:

- a stepen korišćenja smeštajnog kapaciteta
- b maksimalni mogući broj noćenja
- c minimalni mogući broj noćenja.

13. Iz kojih izvora se obezbeđuju sredstva za vođenje opšte turističke propagande?

- a nevladinih organizacija
- b sopstvenih izvora preduzeća
- c državnog budžeta.

14. Plasman neke turističke agencije često se vrši preko poslovnica drugih agencija i turističkih biroa i to se u praksi naziva:

- a subagentura
- b provizija
- c čarter.

15. Rizik poslovanja kod ugovora o fiksnom zakupu hotelskih kapaciteta snosi:

- a hotelijer
- b turistička agencija
- c podjednako hotelijer i turistička agencija.