

**Программированный контроль знаний по дисциплине
«Менеджмент экскурсионно-туристических предприятий»**

Вариант 1

1 К направлениям совершенствования профессионального мастерства экскурсовода относятся:

- а) систематизация;
- б) композиционность;
- в) экскурсионность;
- г) специализация.

2 К разработке новых тем экскурсий могут привлекаться:

- а) учащиеся лицеев;
- б) политики;
- в) воспитатели детских дошкольных учреждений;
- г) работники библиотек.

3 По месту проведения экскурсии бывают:

- а) тематические;
- б) единичные;
- в) производственные;
- г) транспортные.

4 Практика подготовки экскурсионных текстов показывает, что лучше всего использовать следующие источники информации:

- а) научную литературу;
- б) архивные документы;
- в) эпистолярные и мемуарные источники информации;
- г) воспоминания свидетелей и очевидцев событий;
- д) рекламную информацию на транспорте.

5 Использование индивидуального текста требует:

- а) развернутого плана проведения экскурсии;
- б) спецэффектов,
- в) карточек – конспекта индивидуального текста;
- г) рекламных мероприятий

6 Особые приемы техники проведения экскурсии – это:

- а) использование в экскурсии видео- и музыкальных записей;
- б) неоднократное движение вокруг объекта;
- в) продажа прохладительных напитков, сувениров во время экскурсии;
- г) обеспечение питания экскурсантов.

7 К основным показателям экскурсионного обслуживания относятся:

- а) стоимость арендованного транспорта;
- б) прибыль от экскурсионных услуг;
- в) стоимость проживания в гостинице;

г) стоимость питания экскурсантов.

8 Экскурсовод как личность должен обладать следующими характерными чертами:

- а) устойчивостью;
- б) значимостью;
- в) интеллектуальностью;
- г) многосторонностью.

9 Для характеристики эффективности экскурсионной деятельности на макроуровне применяются показатели:

- а) производительность труда;
- б) энерговооруженность;
- в) объем экскурсионного обслуживания;
- г) доход от реализации экскурсионных услуг, отнесенный к соответствующим затратам труда.

10 При возвращении экскурсантов в автобус экскурсовод:

- а) возглавляет группу;
- б) находится в центре группы;
- в) выполняет функцию замыкающего;
- г) ждет экскурсантов в автобусе.

11 Оказанию экскурсионных услуг способствует наличие:

- а) списка телефонов и домашних адресов экскурсоводов;
- б) плана зрелищных мероприятий;
- в) программы проводимых кинофестивалей;
- г) плакатов театральных афиш.

12 В освоении профессии экскурсовода важнейшими являются следующие способности:

- а) конструктивные;
- б) функциональные;
- в) художественные;
- г) информационные.

13 Выбор месторасположения группы экскурсантов предполагает:

- а) последовательность показа;
- б) поиск наиболее благоприятной точки осмотра объекта;
- в) выбор средств показа;
- г) деятельность экскурсантов.

14 Дифференцированный подход к экскурсионному обслуживанию решает задачи:

- а) выбора маршрута экскурсии;
- б) способствует максимальному удовлетворению всех запросов экскурсантов;
- в) оказывает благотворное влияние на экологию;
- г) сокращения продолжительности экскурсий.

15 Резервы повышения эффективности организации экскурсионной деятельности – это:

- а) сокращение централизованных дотаций пассажирского транспорта;

- б) повышение цен на топливо;
- в) тематика экскурсий;
- г) создание туристических предприятий различных форм собственности.

16 Схема усвоения методических приемов состоит из этапов:

- а) движения внутри объекта;
- б) движения вокруг объекта;
- в) действия самого приема;
- г) комментирования.

17 Место экскурсовода в автобусе:

- а) экскурсовод стоит лицом к группе на протяжении всей экскурсии;
- б) сидит на первом сиденье справа по ходу автобуса;
- в) располагается так (при наличии оборудованного места), чтобы были видны экскурсионные объекты и все экскурсанты;
- г) сидит на оборудованном месте возле водителя и смотрит только вперед, ведя показ и рассказ о встречающихся на пути объектах.

18 Разделение экскурсантов на группы предполагает учет их:

- а) рода занятий;
- б) места жительства;
- в) национальности;
- г) вероисповедания.

19 К свойствам характера, которыми должен обладать экскурсовод, относятся:

- а) оригинальные;
- б) рациональные;
- в) уникальные;
- г) эмоциональные.

20 Качество экскурсионных услуг определяется соответствующими элементами:

- а) средствами труда;
- б) маршрутом экскурсии;
- в) нормой прибыли;
- г) плановыми показателями.

Вариант 2

1 Учет профессиональных интересов экскурсантов позволяет создать экскурсионные группы:

- а) пенсионеров;
- б) медицинских работников;
- в) коллекционеров;
- г) любителей театра.

2 Многовариантность экскурсионной программы требует обязательного соблюдения следующих условий:

- а) общая стоимость полученных туристом экскурсий не должна превышать стоимости всех экскурсий, предусмотренных путевкой;
- б) экскурсионные услуги могут оказываться в течение определенного периода;
- в) стоимость предложенных согласно программе обслуживания (путевки) экскурсий должна быть выше стоимости плановых экскурсий.

3 Подготовка и переподготовка кадров для туристической отрасли может осуществляться путем:

- а) проведения сертификации;
- б) внедрения стандартов;
- в) организации курсов, семинаров, дистанционного метода обучения;
- г) создания современной системы туристической информации.

4 Качественному экскурсионному обслуживанию предшествует:

- а) организация новых маршрутов;
- б) использование различных видов транспорта;
- в) учет степени подготовки и уровня развития экскурсоводов;
- г) увеличение времени пребывания экскурсантов на маршруте.

5 Повышению качества и эффективности экскурсионного обслуживания способствует избежание:

- а) ухода отдельных экскурсантов с маршрута;
- б) замены одной экскурсии другой, равной по продолжительности и стоимости;
- в) анализа устных замечаний и предложений, поступивших от экскурсантов;
- г) преобладания в экскурсии частного.

6 Ступени качественного уровня экскурсии:

- а) обилие цифр, фактов, примеров;
- б) преобладание показа над рассказом;
- в) синтез приемов показа и рассказа;
- г) преобладание рассказа над показом.

7 В речи экскурсовода могут использоваться следующие стили:

- а) объективный;
- б) нейтральный;
- в) научный;
- г) ориентированный.

8 Использование туристическими предприятиями экскурсионных маршрутов, имеющих важное историко-культурное значение, подразумевает:

- а) развитие экологического туризма;
- б) издание путеводителей;
- в) организацию обучения народным промыслам;
- г) увязку в маршруты наиболее ценных природно-ландшафтных территорий и архитектурных объектов, старинных парков, памятников природы и садово-паркового искусства, мемориальных комплексов и музеев.

9 Тематика экскурсий:

- а) список (картотека) экскурсоводов, которые проводят экскурсии по данной теме;
- б) папка с фотографиями, схемами, репродукциями, копиями документов;
- в) путь следования экскурсионной группы;
- г) совокупность тем, позволяющих поставить организацию экскурсий от эпизодических мероприятий к организации циклов.

10 К особенностям экскурсионной деятельности как объекта управления относятся:

- а) отсутствие объективных критериев оценки экскурсионной сферы деятельности туристических предприятий;
- б) специфика экскурсионного продукта;
- в) конкуренция между предприятиями различной формы собственности;
- г) комплексность и сезонность экскурсионных услуг;

11 Цель экскурсионного менеджмента – это:

- а) обеспечение туристических предприятий техническими средствами;
- б) сохранение природы, культуры, традиций и обычаев;
- в) повышение эффективности экскурсионных услуг;
- г) создание положительного имиджа государства.

12 Особенностью экскурсионной деятельности туристических предприятий является:

- а) сезонность оказания экскурсионных услуг;
- б) учет запросов, потребностей и ожиданий потенциальных клиентов;
- в) получение максимальной выгоды от реализации экскурсионных продуктов;
- г) профессионализм и качество экскурсионного обслуживания.

13 На эффективность экскурсионной сферы деятельности туристических предприятий оказывают влияние:

- а) департамент по туризму;
- б) потребители услуг;
- в) партнеры по экскурсионному обслуживанию;
- г) туристические информационные центры.

14 К элементам организационной структуры управления экскурсионной сферой деятельности туристического предприятия относятся:

- а) группы, связи, системы;
- б) звенья, уровни, связи;
- в) этапы, уровни, службы;
- г) звенья, группы, системы.

15 Организационная структура туристического предприятия обусловлена следующими факторами:

- а) основными фондами предприятия;
- б) уровнем квалификации персонала предприятия;
- в) спросом на экскурсионные услуги;
- г) стратегией развития предприятия.

16 Под лидерством менеджера понимается:

- а) управление на основе неформальных отношений;
- б) оказание влияния через авторитет;
- в) уважение и признание заслуг подчиненных;
- г) управление подчиненными в достижении конкретных целей.

17 Менеджер-лидер:

- а) ничем не отличается от менеджера;
- б) ничем не отличается от лидера;
- в) оказывает влияние на достижение целей предприятия;
- г) наделен официальными полномочиями.

18 В общении с неформальным лидером менеджеру необходимо поступать следующим образом:

- а) дипломатично уменьшать его влияние в коллективе;
- б) повысить в должности;
- в) пойти на компромисс и использовать его влияние.
- г) ваш вариант ответа.

19 Бизнес-коммуникации:

- а) влияют на качество принимаемых решений;
- б) не влияют на качество решений;
- в) определяют организационные возможности реализации решений;
- г) отражают систему управления.

20 К основным коммуникационным барьерам относятся:

- а) коммуникативное пространство;
- б) запросы и ожидания коммуникантов;
- в) информационные помехи;
- г) особенности менталитета.