



زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۵۰ تشریحی: ۰

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: مدیریت بازار یابی و تبلیغات جهانگردی، مدیریت بازاریابی و تبلیغات جهانگردی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت جهانگردی ۱۲۱۸۰۱۵ - مدیریت جهانگردی (چندبخشی) ۱۲۳۹۰۱۴

۱- در بازاریابی بر مبنای امروزی، کشورهای هند، ایالات متحده آمریکا و کشورهای اروپایی به ترتیب جزء کدامیک از بازارها هستند؟

۱. نوپا- مولد - نوپا ۲. مولد - نوپا - مولد ۳. نوپا - مولد - مولد ۴. مولد - نوپا - نوپا

۲- بازاریاب های گردشگری تمایل دارند محصولات گردشگری را توسط بروشورها و ویدئوها و نمایشهای بصری مورد عرضه و فروش برسانند، این عمل آنها بیانگر کدامیک از اصول زیربنایی بازاریابی خدمات می باشد؟

۱. ناهمگونی ۲. فناپذیری ۳. ناملموس بودن ۴. تفکیک ناپذیری

۳- در کدامیک از حوزه های مدیریت بازاریابی به هماهنگ کردن فعالیت های بازاریابی داخلی و خارجی پرداخته می شود؟

۱. برنامه ریزی بازاریابی ۲. عملیات بازاریابی ۳. نظارت و کنترل ۴. برنامه ریزی مبارزات تاکتیکی سازمان

۴- اساس نظریه بازاریابی کلاسیک کدام گزینه است؟

۱. خشنودی مصرف کننده ۲. سود بیشتر ۳. خشنودی تولید کننده ۴. تولید بیشتر

۵- کدام رویکرد در زمینه مطالعات مصرف کننده خدمات گردشگری به تشریح ترکیب متغیرهای داخلی و بیرونی در برانگیختن رفتار خرید می پردازد؟

۱. مطالعات انگیزشی ۲. فرایند خرید ۳. تولید فروش ۴. الگوهای یکپارچه

۶- میل و مودیسون کدام دو بعد را به نظریه سلسله مراتب نیز مازلو اضافه نمودند؟

۱. دانش و تعلق ۲. دانش و زیباشناسی ۳. دانش و شناخت ۴. زیباشناسی و رفتار شناسی

۷- بازاریابان از کدام تکنیک، جهت شناسایی رابطه بین سطح اهمیت درک شده از سوی بازدیدکننده و فعالیت حقیقی انجام شده از سوی عرصه کننده استفاده می کنند؟

۱. نقشه برداری رفتاری ۲. نقشه برداری انگیزشی ۳. نقشه برداری ادراکی ۴. نقشه برداری مفهومی



تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰ زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۵۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: مدیریت بازار یابی و تبلیغات جهانگردی، مدیریت بازاریابی و تبلیغات جهانگردی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت جهانگردی ۱۲۱۸۰۱۵ - ، مدیریت جهانگردی (چندبخشی) ۱۲۳۹۰۱۴

۸- در کدامیک از مراحل فرایند خرید مصرف کننده، گردشگر اقدام به مذاکره با دوستان و آشنایان و تقویت عقاید مثبت خود می کند؟

۱. تحقیق برای اطلاعات و دریافت
۲. شکل گیری نگرش و طرز فکر
۳. ارزیابی راههای ممکن
۴. شناخت و آگاهی

۹- از نظر دیویس اساس بازاریابی تجاری کدام گزینه است؟

۱. بخش بندی معین
۲. همسان سازی محصولات
۳. حداکثر کردن سود
۴. حداکثر کردن تولید

۱۰- طبق نظر اسمیت در تقسیم بندی مشتریان کدام عبارت غلط می باشد؟

۱. طبق نظر اسمیت گردشگران را بر اساس مسافت طی شده نیز می توان طبقه بندی نمود.
۲. طبق نظر اسمیت گردشگران را بر اساس صفت ماجراجویی و علاقه مند به سفر نیز می توان طبقه بندی نمود.
۳. طبق نظر اسمیت صفت پلنگهای خاکستری برای افرادی است که شاغل و علاقه مند به سفر هستند و بدنبال فرصت جهت سفر می گردند بکار برده می شود.
۴. طبق نظر اسمیت صفت پویندگان - ماجراجو برای افرادی که در جستجوی مکان جدید و غیر معمول هستند بکار برده می شود.

۱۱- سفرهای دریایی نظیر سفرهای p&o جزء کدام دسته از سفرها از لحاظ جمعیت شناختی طبقه بندی می شود؟

۱. سفرهای زوج های جوان
۲. سفرهای خانوادگی
۳. سفرهای شهروندان بزرگسال
۴. تعطیلات افراد بدون خانواده

۱۲- کدام نوع از تقسیم بندی مشتریان ، اغلب در بخش های حمل و نقل و مهمان نوازی ، اعمال می گردد؟

۱. کاربرد(استعمال)
۲. ادراک
۳. تقسیم بندی چند سطحی
۴. تقسیم بندی چندمتغیره

۱۳- طبق نظر یالمو، کدام یک از گزینه های زیر جزء سه بعد افزودنی به آمیزه ی بازاریابی می باشد؟

۱. راهبرد
۲. مکان
۳. شواهد فیزیکی
۴. زمان



تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰ زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۵۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: مدیریت بازار یابی و تبلیغات جهانگردی، مدیریت بازاریابی و تبلیغات جهانگردی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت جهانگردی ۱۲۱۸۰۱۵ - ، مدیریت جهانگردی (چندبخشی) ۱۲۳۹۰۱۴

۱۴- بازار هدف target market عبارتست از :

۱. گروهی که کالا و خدمات به آن ارائه می شود
۲. محلی که مشتریان خرید می کنند
۳. محلی که آنجا معامله انجام می شود
۴. محلی که قبلاً فروش خوبی داشته است

۱۵- کدام عبارت در مورد ممیزی غلط می باشد؟

۱. وسیله ای که شرکت می تواند از طریق آن توانایی و ضعف ها را با فرصت و تهدیدات خارجی مرتبط سازد
۲. ابعاد خارجی ممیزی تنها به عوامل اجتماعی، سیاسی، اقتصادی توجه دارد
۳. برای انجام عمل ممیزی می بایست محیط خارجی را تجزیه و تحلیل نمود
۴. ابعاد خارجی که در ممیزی مهم است عموماً غیر قابل کنترل است

۱۶- طبق نظر پورتر، انتخاب راهبرد رقابتی، به چه عواملی بستگی دارد؟

۱. شرایط رقبا- منبع سازمان
۲. محیط بازار - شرایط رقبا
۳. محیط بازار- منبع سازمان
۴. عوامل خارجی و عوامل داخلی سازمان

۱۷- "انعقاد قرارداد با مجریان تور" مثال بارز کدام گروه از ماتریس گروه مشاوران بوستون است؟

۱. سگ
۲. گاو شیرده
۳. علامت سوال
۴. ستاره

۱۸- کدام یک از راهبردهای زیر، برای بدست آوردن سهم بازار در امریکای شمالی متداول تر است؟

۱. اعطای امتیاز
۲. کسب تملک
۳. هم پیمانی
۴. تجارت مشترک

۱۹- کدام گزینه در مورد طرح ریزی بازاریابی صحیح است؟

۱. طرح زیری برنامه ریزی غیر منعطف است
۲. طرح ریزی یک برنامه ریزی بلند مدت است
۳. طرح ریزی بازاریابی ۳ تا ۵ سال طول می کشد
۴. طرح ریزی بازاریابی نمی تواند اطلاعاتش سالانه به روز شود

۲۰- کدامیک از تکنیک های زیر جز تکنیک های کمی روش های پیش بینی تقاضا می باشد؟

۱. روش های علی
۲. بررسی قصد خریداران
۳. تکنیک دلفی
۴. برنامه ریزی سناریو



تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰ زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۵۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: مدیریت بازار یابی و تبلیغات جهانگردی، مدیریت بازاریابی و تبلیغات جهانگردی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت جهانگردی ۱۲۱۸۰۱۵ -، مدیریت جهانگردی (چندبخشی) ۱۲۳۹۰۱۴

۲۱- کدام یک از شیوه های تدوین بودجه بازاریابی، فرض را بر تعیین هزینه های بازاریابی توسط سطح عواید فروش می گذارد؟

۱. شیوه درصد فروش ۲. شیوه هدف ۳. شیوه انجام کار ۴. شیوه درصد خرید

۲۲- برگشت سرمایه ضرب در نسبت سود به فروش برابر با کدام گزینه است؟

۱. هزینه های فروش ۲. هزینه های تولید ۳. بازده سرمایه ۴. نسبت سود به هزینه

۲۳- اطلاعات توصیفی به بهترین طریق به چه وسیله ای بدست می آید؟

۱. تحقیقات مشاهده ای ۲. تحقیقات پیمایشی ۳. تحقیقات آزمایشی ۴. تحقیقات پس از وقوع

۲۴- در کدامیک از مراحل زیر در فرآیند تحقیقات بازاریابی، محقق اطلاعات ضروری تعیین کرده و روش جمع آوری این اطلاعات را مشخص می کند؟

۱. تعریف مسئله ۲. پیش از اجرا ۳. توسعه دادن طرح تحقیق ۴. تجزیه و تحلیل تحقیق

۲۵- کدام گزینه در مورد اصول گردشگری مطرح شده از دیدگاه اندیشمندان صحیح می باشد؟

۱. گردشگری در درمحل از محل اقامت یا کار صورت می گیرد.
۲. حرکت و جابجایی بلندمدت می باشد.
۳. گردشگری آمیخته ای از پدیده ها و روابط است.
۴. اقامت دائم و یا استخدام جز دلایل گردشگری می باشد.

۲۶- کدام رویکرد گردشگری نقش واسطه ها را در این صنعت بررسی می کند؟

۱. رویکرد مدیریتی ۲. رویکرد سیستمی ۳. رویکرد نهادی ۴. رویکرد میان رشته ای



تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰ زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۵۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: مدیریت بازار یابی و تبلیغات جهانگردی، مدیریت بازاریابی و تبلیغات جهانگردی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت جهانگردی ۱۲۱۸۰۱۵ - ، مدیریت جهانگردی (چندبخشی) ۱۲۳۹۰۱۴

۲۷- کدامیک در رویکردهای گردشگری جامعتر و کاملتر است ؟ چرا؟

۱. رویکرد بازار - توجه به عرضه کنندگان و مصرف کنندگان

۲. رویکرد بازار - توجه به فرایند مبادلاتی

۳. رویکرد سیستمی - توجه همه جانبه به مسائل

۴. رویکرد سیستمی - توجه به عرضه کنندگان و مصرف کنندگان

۲۸- راهنماهای تورهای مسافرتی جزئی کدامیک از زیر بخش های عرضه گردشگری قرار می گیرند؟

۱. مقصد ۲. توزیع کنندگان

۳. انجمن های محلی ۴. رسانه های گردشگری

۲۹- در پیش بینی تغییرات بازار اولین مفهوم اصلی که باید آنرا در نظر گرفت چیست؟

۱. حفظ بازدید کنندگان ۲. ساختار رقابت شدید

۳. قدرت مصرف کنند ۴. ملاحظات اجتماعی و محیطی

۳۰- بر اساس پیشنهاد گیلبرت و بیلی مراحل تحول مدیریت گردشگری از نظر رویدادنگاری تاریخی کدام است؟

۱. عصر فروش ، عصر بازاریابی ، عصر محصول ۲. عصر تولید ، عصر فروش ، عصر بازاریابی

۳. عصر تولید ، عصر بازاریابی ، محصول ۴. عصر تولید ، عصر محصول ، عصر فروش