

تعداد سوالات: تستی: ۳۰: تشریحی: ۰: زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۶۰: تشریحی: ۰: سری سوال: یک ۱

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- کدام گزینه یک تکنیک کیفی پیش بینی تقاضا می باشد؟

۰۱. شبیه سازی رایانه ای
۰۲. تکنیک دلفی
۰۳. سری های زمانی
۰۴. رگرسیون چندمتغیره

۲- گردشگری ملی به کدام یک از موارد زیر اطلاق می شود؟

۰۱. مجموع مسافرت داخلی و گردشگری خروجی
۰۲. مجموع مسافرت داخلی و گردشگری ورودی
۰۳. مجموع مسافرت محلی و داخلی
۰۴. مجموع مسافرت داخلی و محلی

۳- بازدید کنندگانی که شروع بازدیدشان از منزل و یا محل گذران تعطیلات شان است و ۲۴ ساعته آن را به پایان می رسانند، چه نام دارند؟

۰۱. گردشگری داخلی
۰۲. گردشگری سیاحتی
۰۳. گردشگر ملی
۰۴. گردشگر محلی

۴- پیشبرد بازار توسط متصدیان تور، مقصدها و کارگزاران دولتی در کدام مرحله ی مدل توسعه گردشگری به وقوع می پیوندد؟

۰۱. تأثیر گذاری
۰۲. رشد
۰۳. مقدماتی
۰۴. دوام

۵- کدام یک از موارد زیر از دیدگاه «متیسون و وال» عامل منتج به حساب می آید؟

۰۱. سطح رضایت گردشگری
۰۲. ویژگی های اجتماعی- اقتصادی
۰۳. استراتژی های مدیریت
۰۴. کنترل های مهندسی

۶- خصوصی سازی و نقش کمتر دولت در قوانین گردشگری به کدامیک از عوامل محیط کلان مربوط می شوند؟

۰۱. محیط فنی
۰۲. محیط اجتماعی- فرهنگی
۰۳. محیط اقتصادی
۰۴. محیط سیاسی

۷- بخش های مرتبط به هم در سیستم گردشگری از نظر «میل و موریسون» چه هستند؟

۰۱. بازار- مسافرت- مقصد- بازاریابی
۰۲. عامل پویا- عامل ایستا- عامل منتج
۰۳. توزیع کنندگان- مصرف کنندگان- تسهیل دهندگان- تولیدکنندگان
۰۴. رقبا- واسطه ها- عرضه کنندگان- متقاضیان

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰ زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۶۰ تشریحی: ۰ سری سوال: ۱ یک

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- کدام یک از موارد زیر بیشترین گردشگر ورودی بین المللی را به خود اختصاص داده اند؟

۱. اروپا ۲. آسیا ۳. امریکا ۴. استرالیا

۹- پنج اصل زیربنایی که بازاریابی خدماتی را از بازاریابی صنعتی متفاوت می سازد، چه هستند؟

۱. ناملموس بودن، فنا ناپذیری، همگونی، تفکیک پذیری، عدم مالکیت
۲. ناملموس بودن، فنا ناپذیری، ناهمگونی، تفکیک پذیری، عدم مالکیت
۳. ناملموس بودن، فناپذیری، ناهمگونی، تفکیک پذیری، عدم مالکیت
۴. ناملموس بودن، فناپذیری، ناهمگونی، تفکیک ناپذیری، عدم مالکیت

۱۰- ورزشکارانی که برای مسابقات المپیک به کشور چین سفر کرده اند از نظر هدف از بازدید، جز کدام یک موارد زیر هستند؟

۱. تفرجی ۲. تفریحی ۳. حرفه ای ۴. غیر حرفه ای

۱۱- رویای بعد از مصرف به حاکمیت کدام یک از موارد زیر در بازاریابی گردشگری اشاره دارد؟

۱. ناملموس بودن ۲. ناهمگونی ۳. تفکیک ناپذیری ۴. عدم مالکیت

۱۲- اساس نظریه بازاریابی کلاسیک چیست؟

۱. خشنودی مصرف کننده ۲. تعداد مصرف کنندگان
۳. ارتقا محصول ۴. تبلیغات

۱۳- گونه شناسی مصرف کننده در کدام رویکرد از مطالعات گردشگری در مورد مصرف کننده، گنجانده می شود؟

۱. فرآیند خرید ۲. مطالعات انگیزشی گردشگری
۳. الگوهای یکپارچه ۴. مطالعات نگرشی

۱۴- "انگیزش، ادراک، یادگیری، شخصیت" در کدام بعد از مطالعات انگیزشی قرار می گیرند؟

۱. نیروهای محرک داخلی ۲. عوامل موثر داخلی
۳. ماهیت موقعیت های خرید ۴. الگوهای یکپارچه

سری سوال: ۱ یک

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۶۰ 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

۱۵- رفتار خریدار مصرف کننده و رفتار سازمانی خریدار به ترتیب چگونه هستند؟

۱. ارتباط مستقل بین خریدار و فروشنده - ارتباط وابسته بین خریدار و فروشنده

۲. ارتباط وابسته بین خریدار و فروشنده - ارتباط مستقل بین خریدار و فروشنده

۳. تشریفاتی - غیررسمی

۴. مهارت های حرفه ای و آموزش - رفتار اکتسابی

۱۶- کدام گزینه، به درستی بخشی از طبقه بندی پلاک را در مورد مسافران بیان می کند؟

۱. مردم جویان - خونسرد - با برنامه - خطر ورزی - جویای خوش گذرانی

۲. مقتصد - خونسرد - با برنامه - ناز و پرورده - جویای خوش گذرانی

۳. مقتصد - مضطرب - خونسرد - ماجراجویان - اعتماد به نفس

۴. ماجراجویان - خونسرد - خیال پرداز - خطر ورزی - اعتماد به نفس

۱۷- مسافری که به تجارب منحصر به فرد و غیر معمولی علاقه مند باشد، در کدام طبقه قرار می گیرد؟

۱. خطرورز ۲. دارای اعتماد به نفس

۳. با برنامه ۴. جویای خوش گذرانی

۱۸- کسی که در درون یک گروه از مردم کنترل مالی و احتمالاً انجام خرید را بر عهده دارد چه نامیده می شود؟

۱. تصمیم گیرنده ۲. تأثیر گذار ۳. مصرف کننده ۴. خریدار

۱۹- کدام یک به درستی یکی از اصول مهم رفتار خریدار سازمانی را بیان می کند؟

۱. میزان مشارکت و خطرپذیری به ماهیت فرآیند خرید بستگی ندارد.

۲. رشد فناوری و فرصت های جهانی، فرآیند خرید را تغییر و اصلاح می نماید.

۳. شدت فرآیند مذاکره به طور کلی نیاز به مهارت های حرفه ای خاصی از سوی خریداران و فروشندگان ندارد.

۴. رفتار خریدار سازمانی یک فرآیند تصمیم گیری بسیار ساده را ترسیم می کند.

۲۰- خالی ماندن یک تخت هتل در یک شب کدام اصل زیربنایی بازاریابی خدمات را تداعی می کند؟

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

۲۱- منشی ها و متصدیان پذیرش در کدام یک از گروههای واحد تصمیم گیری قرار می گیرند؟

۱. دروازه بانان ۲. تأیید کنندگان ۳. تأثیر گذاران ۴. مصرف کنندگان

سری سوال: ۱ یک

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۶۰ 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

۲۲- "ارزیابی توانایی شرکت در برآورده کردن احتیاجات-ایجاد پایگاه اطلاعاتی قوی" به ترتیب در کدام گروه ها قرار می گیرند؟

۱. تقسیم بندی بازار-هدف گیری بازار ۲. هدف گیری بازار-تقسیم بندی بازار

۳. موقعیت یابی-تقسیم بندی بازار ۴. تقسیم بندی بازار-موقعیت یابی

۲۳- چنانچه بازار هدف را بر اساس سن و مکان زندگی تقسیم بندی شود و سپس آن دسته که به منظور بازدید از دوستان و آشنایان سفر کرده اند را مورد مطالعه دقیقتر قرار داده شود. از کدام یک از روش های تقسیم بندی بازار هدف استفاده شده است؟

۱. تقسیم بندی چند سطحی ۲. تقسیم بندی چند متغیره

۳. تقسیم بندی جمعیت شناختی و جغرافیایی ۴. تقسیم بندی جغرافیایی و جمعیت شناختی

۲۴- اولین گام در فرآیند برنامه ریزی بازاریابی کدام است؟

۱. تعیین موقعیت کنونی ۲. تعیین بهترین مسیر دستیابی به هدف

۳. تعیین قصد سازمان برای موقعیت آتی ۴. تعیین چگونگی اجرا شدن طرح

۲۵- سفرهای طولانی که با دوچرخه صورت می گیرند بر اساس هرم مازلو می توانند کدام یک از سطح از نیازها را برآورده سازد؟

۱. اقتدار ۲. تعلق ۳. خودباوری ۴. فیزیولوژی

۲۶- کدام یک از موارد زیر در راهبرد تفکیک بکار گرفته می شود؟

۱. کاهش هزینه های تولید و توزیع

۲. عملکرد تخصصی با توجه به یک یا چند جنبه از آمیزه بازاریابی

۳. قیمت بالا برای طراحی و اراده خدمات منحصر به فرد

۴. بهره بردن از صرفه جویی ناشی از مقیاس

۲۷- کدامیک از الگوهای جهت دار استراتژیک هستند؟

۱. ماتریس انسوف ۲. ماتریس BCG

۳. الگوی جذابیت بازار جنرال الکتریک ۴. الگوی پورتر

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۶۰ تشریحی: ۰

سری سوال: ۱ یک

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

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

۲۸- کدام راهبرد در زمانی اتخاذ می شود که: "سازمان برآورد می کند که آنچه باید عرضه کند، برای شمار محدودی از بخش های بازار سودمند است و یا بازار محدودی وجود دارد که به سهولت و سرعت می توان در آن ارائه خدمت نمود".؟

۰۲. راهبرد استراتژیک

۰۱. راهبرد رهبری بازار

۰۴. راهبرد پیرو

۰۳. راهبرد بازاریابی گوشه ای (فرعی)

۲۹- کدام گزینه از عوامل فرسودگی استراتژیک می باشد؟

۰۲. کنترل زیاد بر زنجیره ارزش

۰۱. توالی حرکت سریع و ورود افراد مبتکر به بازار

۰۴. کم بودن سرعت تغییر پیشرفت تکنولوژیکی

۰۳. ایجاد ارتباطات داخلی قوی

۳۰- آرمان ها و نشانه گاه هایی که یک سازمان آرزو دارد تا در مدت معینی به آن ها دست پیدا کند چه خوانده می شود؟

۰۴. هدف

۰۳. طرح

۰۲. مأموریت

۰۱. راهبرد