



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

۱- کدامیک از تعاریف زیر در مجموعه تعاریف فنی گردشگری، صحیح است؟

۱. خروجی به معنای بازدید توسط افراد مقیم یک کشور، از کشوری دیگر است.

۲. ورودی به معنای بازدید از یک کشور توسط افراد مقیم است.

۳. گردشگری محلی به مجموع مسافرتها داخلی و خارجی گفته می شود.

۴. گردشگری ملی به مجموع مسافرتها در داخل کشور گفته می شود.

۲- مناسب ترین رویکرد برای "مدیریت بازاریابی گردشگری" کدامیک از گزینه های زیر است؟

۱. رویکرد جامعه شناسانه

۲. رویکرد میان رشته ای

۳. رویکرد سیستمی

۴. رویکرد جغرافیایی

۳- در سیستم گردشگری از دیدگاه میل و موریسون (۱۹۹۲) کدام بخش منجر به ایجاد اشکال متنوعی از خرید سفر می گردد؟ «چهار بخش مرتبط به هم»

۱. بازاریابی

۲. مقصد

۳. بازار

۴. مسافرت

۴- در چارچوب مفهومی که توسط "متیسون و وال" ارائه شده، کدامیک از عوامل زیر اثرات اقتصادی، فیزیکی و اجتماعی را نمایان می سازد؟

۱. عامل پویا

۲. عامل ایستا

۳. عامل ثابت

۴. عامل منتج

۵- کدامیک از گزینه های زیر به مفهوم "بازاریابی اجتماعی" همانگونه که "کاتلر" بیان نموده اشاره دارد؟

۱. بازارهای مصرف کننده نسبت به قبل بیشتر به مسائل اجتماعی و محیطی علاقه نشان می دهند.

۲. عرضه کنندگان گردشگری، امروز نسبت به مسائل اجتماعی و محیطی حساس نمی باشند.

۳. در جوامع در حال ایجاد جریانات اصلی گردشگری بین المللی، ثبات مسائل فرهنگی و محیطی برای مصرف کننده تفاوتی ندارد.

۴. به دلیل تغییر تقاضای مصرف کنندگان، اندیشه و فعالیت شرکت ها بدون آموزش ارزشهای جدید اجتماعی، توسعه می یابد.



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

۶- کدامیک از تعاریف درمورد «اصول زیر بنائی بازاریابی خدمات» صحیح است؟

۱. عدم مالکیت: مصرف کننده حق مالکیت کالا ها را همانند بازاریابی دارد.

۲. فنا پذیری: امکان ذخیره نمودن خدمات وجود ندارد.

۳. ناملموس بودن: خدمات همانند محصولات، ماهیتاً ناملموس می باشند.

۴. تفکیک ناپذیری: تدارک و مصرف خدمات در یک زمان به وقوع نمی پیوندند.

۷- باز خور مشتری «به عنوان بخشی از برنامه تحقیقات بازاریابی» در ذیل کدامیک از حوزه های کلیدی فرایند مدیریت بازاریابی می گنجد؟

۱. برنامه ریزی مبارزات تاکتیکی

۲. برنامه ریزی بازاریابی

۳. عملیات بازاریابی

۴. نظارت و کنترل

۸- کدامیک از جنبه های مرتبط به هم، در رفتار مصرف کننده، مورد نیاز بازاریاب می باشد؟

۱. انگیزه، گونه شناسی و فرایند خرید

۲. الگو های کامل، گونه شناسی، فرهنگ

۳. فرهنگ، انگیزه و موقعیت خرید

۴. فرهنگ، گونه شناسی، موقعیت خرید

۹- مسافرانی که تحت عنوان "جویای خوش گذرانی" طبقه بندی می شوند، در ذیل کدام نوع از طبقه بندی گونه شناسی می گنجد؟

۱. اسمیت

۲. سازمان گالوپ

۳. پلاگ

۴. لایویک

۱۰- کدامیک از حوزه های مطالعه در ذیل عوامل تاثیرگذار خارجی در زمینه گردشگری، به عنوان تحلیل روان نگاری شناخته می شود؟

۱. طبقه اجتماعی

۲. شیوه زندگی

۳. فرهنگ

۴. عادات اجتماعی

۱۱- کدامیک از گزینه های زیر در مورد "چرخه زندگی" صحیح می باشد؟

۱. زمانی که مردم با هم زندگی می کنند، روش زندگیشان تغییر نمی کند.

۲. اگر سطح مالی و تعهدات مردم تغییر کند، شیوه زندگیشان تغییر نمی کند.

۳. اگر آنها بعداً بچه دار شوند، شیوه زندگیشان تغییر اساسی تر می کند.

۴. خانواده های تک والدی در چارچوب این الگو قرار نمی گیرند.



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

۱۲- کدامیک از نقش های زیر به شخصی اطلاق می شود که در موقعیت های خرید، در گزینش، انتخاب اطلاعات و غیره، نظرات خود را بیان می کند؟

۱. تصمیم گیرنده ۲. تاثیرگذار ۳. خریدار ۴. مصرف کننده

۱۳- کدامیک از گزینه های زیر از اصول مهم و زیر بنایی رفتار خریدار سازمانی می باشد؟

۱. یک یا دو نفر در فرآیند خرید درگیر می باشند.
۲. عدم وجود دستورالعمل معین برای رفتار خرید
۳. رشد فن آوری و فرصت های جهانی، فرایند خرید را تغییر و اصلاح نمی نمایند.
۴. شدت فرایند مذاکره، مستلزم مهارت های حرفه ای قابل ملاحظه ای از سوی خریداران و فروشندگان می باشد.

۱۴- نقش "دروازبانان" را در الگوی (کاتلر، باون، مکنز ۱۹۹۶) که متناسب با بازار گرد همایی می باشد، چه کسانی می پذیرند؟

۱. مدیر فروش یا حسابدار ۲. منشی ها و متصدیان پذیرش
۳. روسای گذشته سازمانها ۴. تصمیم گیرندگان

۱۵- "هر شخصی در فرایند تصمیم گیری خرید، دارای انگیزش های شخصی، ادراکات، ترجیحات و نگرشهایی به سمت خطر است."

تعریف فوق به کدامیک از گزینه های زیر به عنوان عامل موثر بر معیار تصمیم گیری خریداران گروهی سازمانی، اطلاق می شود؟

۱. فردی ۲. سازمانی ۳. میان فردی ۴. محیطی

۱۶- کدامیک از گزینه های زیر در مورد "تقسیم بندی" صحیح است؟

۱. مفهوم تقسیم بندی به طور گسترده در بازاریابی گردشگری مورد قبول واقع نشده است.
۲. در این روش، هر گروه مشتریانی را در بر دارد که ویژگیهای مشابهی از خود نشان می دهند.
۳. در بخش رستوران های ارائه دهنده غذای حاضری، تقسیم بندی در بالاترین حد وجود دارد.
۴. شرکت هایی مثل "پیزا هات و مک دونالد" خواستار یک بازار کامل در سراسر جهان نیستند.

۱۷- شرکتی که بازارش را تقسیم بندی کرده است، معمولاً پس از این مرحله چه اقدامی را انجام می دهد؟

۱. ایجاد پایگاه اطلاعاتی ۲. موقعیت یابی
۳. هدف گیری ۴. توسعه راهبرد



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

۱۸- چهار عنصر اصلی " آموزه بازاریابی " از دید « مک کارتی ، ۱۹۶۰ » کدامیک از گزینه های زیر است؟

۱. محصول ، قیمت ، مکان و تبلیغات پیشبردی
۲. محصول ، فرآیند ها ، قیمت ، مکان
۳. محصول ، اشخاص ، قیمت ، مکان
۴. محصول ، قیمت ، شواهد فیزیکی ، فرآیند ها

۱۹- عوامل " آزمایش ، اختراع و ایجاد سناریو بلند مدت " در ذیل کدامیک از عناصر تفکر استراتژیکی، در محیط بازاریابی یک سازمان می گنجد؟

۱. پذیرای عقاید جدید
۲. پرورش شایستگی های اصلی
۳. آینده نگری
۴. توسعه نگرش های مثبت

۲۰- وسیله ای که توسط آن یک شرکت می تواند توانایی و ضعف های خود را شناسایی نماید ، چه نام دارد؟

۱. قدرت رقابتی
۲. تدوین راهبرد
۳. اطلاعات بازاریابی
۴. ممیزی بازاریابی

۲۱- در ماتریس گروه مشاورتی بوستون فرض بر این است که نرخ رشد با کدامیک از گزینه های زیر می تواند یکسان پنداشته شود ؟

۱. توان صنعت
۲. سهم بازار
۳. موقعیت رقابتی
۴. جذابیت بازار

۲۲- خرید یک شرکت توسط شرکت دیگر به منظور بدست آوردن مهارتهای جدید یا سهم بازار چه نامیده می شود ؟

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

۲۳- اگر سازمانها در حفظ عزم حرکت شکست بخورند و با فرسودگی استراتژیک مواجه شوند ، کدامیک از نتایج زیر حاصل می شود ؟

۱. قوت بخشیدن به ارتباطات داخلی
۲. متحمل شدن مزیت رقابتی
۳. افزایش اطلاعات در باره انتظارات مشتری
۴. افزایش یافتن قابلیت های مدیریتی

۲۴- " این تکنیک کیفی که یک رویکرد انعطاف پذیر در رابطه با سازمانها در گردشگری است ، ضمن اخذ نظر و عقیده کارشناسی (بدون ملاقات کارشناسان) در باره دیدگاههای آینده برای یک بازار خاص مواردی را ارائه میدهد . " تعریف فوق بیانگر کدامیک از گزینه های زیر است ؟

۱. تکنیک دلفی
۲. برآورد کارمندان فروش
۳. عقیده مدیریت ارشد
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

۲۵- "این روشها از تکنیکهای کمی هستند و با استفاده از تجزیه و تحلیل رگرسیون نشان می دهند که چگونه برخی معیارهای تقاضای گردشگری توسط متغیرهای انتخابی به غیر از زمان ، تحت تاثیر قرار می گیرند".
تعریف فوق بیانگر کدامیک از گزینه های زیر است ؟

۱. روش های غیر علی ۲. همسازی نمایی ۳. روش های علی ۴. تحلیل منحنی روند

۲۶- دو رویکرد وسیع شیوه های بودجه بندی کدامند ؟

۱. درصد فروش ، پیوستگی داخلی ۲. تدوین بودجه ، عملکرد واحد
۳. درصد فروش ، هدف و انجام کار ۴. تدوین بودجه ، هدف و انجام کار

۲۷- هنگامی که ارتباط بین دو متغیر مالی، به منظور ارزیابی عملکرد کنونی موسسه «هم داخلی و هم با رقبا» مورد استفاده قرار می گیرد و نسبتهای عملکرد اصلی برجسته می شود، کدامیک از موارد زیر اعمال گردیده است ؟

۱. عملکرد واحد ۲. تحلیل نسبت ۳. پیوستگی داخلی ۴. روشهای بودجه ای

۲۸- اطلاعاتی که برای منظور دیگری غیر از کاربرد کنونی جمع آوری شده اند و در انواع گزارشات دولتی و تجاری در دسترس می باشند ، در کدامیک از انواع تحقیقات زیر مورد استفاده قرار می گیرند ؟

۱. تحقیقات اولیه ۲. تحقیقات کمی ۳. تحقیقات کیفی ۴. تحقیقات ثانویه

۲۹- سه سطح اصلی پاسخ در یک پرسشنامه، در کدامیک از گزینه های زیر لحاظ شده است ؟

۱. تعیین هویت ، طبقه بندی ، داده های موضوعی ۲. تعیین هویت ، سوالات باز ، اطلاعات هسته ای
۳. تعیین هویت ، سوالات باز ، طبقه بندی ۴. تعیین هویت ، سوالات بسته ، داده های موضوعی

۳۰- کدامیک از گزینه های زیر در مورد "تحقیق بازاریابی" صحیح است ؟

۱. در حد گسترده ، فراتر از شرکتهای بین المللی مورد استفاده قرار گرفته است .
۲. در حد گسترده ای در سازمانهای دولتی مورد استفاده قرار گرفته است .
۳. این تحقیق ، جانشینی برای تصمیم گیری در سازمانها و شرکتهای نمی باشد .
۴. این تحقیق تاثیری در کاهش خطرات احتمالی در فرایند مدیریت ندارد .