

تنها با یاد اوست که دل‌ها آرام می‌گیرد.

۱. کدام رویکرد مطالعه در مورد رفتار گردشگری، الگوهای مشارکتی و اثر آن بر جامعه، مورد بررسی قرار می‌گیرد؟

الف. رویکرد مدیریتی

ب. رویکرد جامعه شناسانه

ج. رویکرد تاریخی

۲. کدام بخش به جریان‌های بازدیدکنندگان و تمایلات آنها اشاره دارد؟

الف. بازار

ب. بازاریابی

ج. مسافرت

د. مقصد

۳. کدام عامل ویژگی‌های گردشگران را به ویژگی‌های مقصد مرتبط می‌سازد؟

الف. عامل پویا

ب. عامل منتج

ج. عامل بازار

د. عامل ایستا

۴. کدام عصر در رویدادنگاری مدیریت گردشگری قرار ندارد؟

الف. عصر خدمات

ب. عصر تولید

ج. عصر فروش

د. عصر بازاریابی

۵. یک سیستم اطلاعاتی بازار یابی مسائل شامل کدامیک از تحقیقات بازاریابیدر این موارد می‌باشد؟

الف. مشتریان، رقبا، تولید کنندگان

ب. مشتریان، رقبا، توانایی و اثربخشی سازمان

ج. رقبا، مصرف کنندگان

د. تولید کنندگان و مصرف کنندگان

۶. کدام یک از موارد زیر در گونه شناسی پلاگ قرار دارد؟

الف. خیال پردازان

ب. افراد صرفه جو

ج. ناز پروردگان

د. جویای خوش گذرانی

۷. در تشخیص عوامل خارجی توسط بازاریابان کدام مورد مربوط به تحلیل روان نگاری می‌باشد و سعی دارد فعالیتها، علایق و عقاید را ارزیابی نماید؟

الف. فرهنگ

ب. طبقه اجتماعی

ج. سن و جنس

د. چرخه زندگی

۸. شخصی که کنترل مالی و احتمالاً اختیار انجام خرید در درون یک گروه از مردم را دارد چه نامیده می‌شود؟

الف. تصمیم گیرنده

ب. تأثیر گذار

ج. آغاز گر

د. مصرف کننده

۹. عوامل تأثیر گذار در معیار تصمیم گیری خریدارن گروهی و سازمانی کدامند؟

الف. محیطی، سازمانی، میان فردی، گروهی

ب. محیطی، سازمانی، میان فردی، فردی

ج. محیطی، سازمانی، میان فردی، خصوصی

د. محیطی، سازمانی، میان فردی، تاریخی

۱۰. تقسیم بازار براساس شیوه زندگی، نماهای اقتصادی و اجتماعی و مربوط به کدام یک از تقسیم بندی ها است؟

الف. جمعیت شناسی

ب. شخصیت

ج. روانشناختی

د. جغرافیایی

۱۱. «کشف ارتباط متقابل خودکار» در کدام یک از فرایندهای ایجاد تقسیمات بازار وجود دارد؟

الف. مهارتها

ب. موقعیت یابی

ج. ویژگی‌های جغرافیایی

د. تولید

۱۲. با توجه به تقسیم بندی بازار مسافری فنلاند، افرادی که مجرد می‌باشند یا زوجهای بدون فرزند، در کدام بخش قرار می‌گیرند؟

الف. دوره حومه نشینی

ب. دوره خوشبختی

ج. دوره مصرف

د. دوره تغییر اجتماعی

۱۳. عوامل «آزمایش و ایجاد سناریوی بلند مدت» جزء کدامیک از عناصر تفکر استراتژیکی در محیط بازاریابی یک سازمان قرار می گیرند؟

الف. دوره حومه نشینی      ب. دوره خوشبختی      ج. دوره مصرف      د. دوره تغییر اجتماعی

۱۴. کدام گزینه بیانگر وسیله ای است که شرکت ها توسط آن بتوانند ناتوانی ها و ضعف های خود را همانگونه که با فرصت ها و تهدید ها ی خارجی مرتبط هستند شناسایی کنند؟

الف. ممیزی بازاریابی      ب. راهکارسنجی      ج. بازار سنجی      د. بازار گرایی

۱۵. در کدام یک از بخش های زیر استانداردهای کیفیت مورد بحث قرار می گیرد؟

الف. طرح ریزی فرایند      ب. طرح ریزی توزیع      ج. طرح ریزی قیمت گذاری      د. راهبرد بازار یابی

۱۶. کدامیک از انواع تکنیک ها، تکنیک هایی هستند که سعی می کنند برپایه تجزیه و تحلیل مفصل ذهنی، سطوح تقاضای آینده را تخمین بزنند؟

الف. تکنیک های بازاریابی      ب. تکنیک های راهبردی      ج. تکنیک های کمی      د. تکنیک های کیفی

۱۷. این تکنیک شامل گرفتن میانگین از مثلاً سه ارزش آخر در مجموعه ای از اطلاعات و استفاده از این میانگین بعنوان ارزش جدید می باشد؟

الف. میانگین متحرک      ب. میانگین ساده      ج. تحلیل روند      د. میانگین موزون

۱۸. مناسبترین تکنیک در میان شیوه های بودجه بندی کدام است؟

الف. درصد فروش      ب. درصد خرید      ج. عملیاتی      د. مصرف و انجام کار

۱۹. این تکنیک در جایی قرار می گیرد که محقق اطلاعات درباره یک فرآیند یا الگوی رفتاری را با شرکت در آن و ثبت همزمان مشاهدات جمع می کند؟

الف. گفتگوی گروهی      ب. مشاهده مشارکتی      ج. دلفی      د. مصاحبه عمیق

۲۰. دو عامل سفر به سوی مقصد ..... و اقامت ..... در مباحث گردشگری، بنیادی و اساسی می باشند.

الف. عامل ایستگاه. عامل ثابت      ب. عامل ثابت. عامل خطی

ج. عامل پویا. عامل ایستگاه      د. عامل خطی. عامل کیفی

۲۱. کدام رویکرد بروظایف افرادی که نقش واسطه را در گردشگری ایفا می کنند تأکید کرده و از لحاظ فنی در زیر مجموعه رویکرد مدیریتی گنجانده می شود.

الف. رویکرد نهادی      ب. رویکرد محصول      ج. رویکرد تاریخی      د. رویکرد اقتصادی

۲۲. با توجه به مدل زنجیره ارزش پورتره کدامیک از فعالیتهای زیر، فعالیت حمایتی می باشد؟

الف. توزیع      ب. فروش      ج. بازاریابی      د. لجستیک داخلی

۲۳. کدام رویکرد معرف سایر رشته ها نظیر مردم شناسی، روانشناسی و علوم سیاسی برای شناخت فرهنگ و دیگر ابعاد اجتماعی گردشگری می باشد؟

الف. رویکرد جغرافیایی      ب. رویکرد میان رشته ای      ج. رویکرد تاریخی      د. رویکرد سیستمی

۲۴. محیط بازار یابی به چند دسته تقسیم می گردد؟

الف. خرد و کلان      ب. بالا و پائین      ج. گران و ارزان      د. ثابت و متغیر

۲۵. معمولاً در الگوی گذراندن تعطیلات، بازار به چند دسته تقسیم می شود؟

الف. یک ماهه و یکساله      ب. کوتاه مدت و طولانی      ج. جغرافیایی و رفتاری      د. متغیر و ثابت

۲۶. بازاریابی فرایند ..... و ..... است که در آن افراد و گروه ها احتیاجات و خواسته های خود را از طریق ایجاد و مبادله محصولات و ارزش آنها با یکدیگر، بدست می آورند.

الف. سازمانی و فردی      ب. جغرافیایی و تاریخی      ج. مدیریتی و اجتماعی      د. انفرادی و گروهی

۲۷. میزان مربوط و به هنگام بودن اطلاعات موجود نزد تیم مدیریت، در کدام یک از معیارهای کارآیی بازار یابی قرار می گیرد؟

الف. اطلاعات بازاریابی      ب. سطح سازمان بازاریابی

ج. اجرای راهبرد و طرح های تاکتیکی      د. تجزیه و تحلیل زنجیره ارزش

۲۸. هدف سازمان کاهش هزینه های تولید و توزیع می باشد تا اگر بخواهد، بتواند آسانتر روی قیمت رقابت کند، این راهبرد مربوط به کدام گزینه است؟

الف. راهبرد تفکیک      ب. راهبرد رهبری هزینه      ج. راهبرد تمرکزی      د. راهبرد غیر متمرکز

۲۹. متداول ترین ماتریس جهت دار استراتژیک چه نام دارد؟

الف. ماتریس آرتور      ب. ماتریس فرصت ها و تهدید ها

ج. ماتریس انسوف      د. ماتریس ویلسون

۳۰. کدام نگرش بر اهمیت حفظ یا بالا بردن رفاه جامعه و تأمین نیازها و خواسته های مشتریان خاص تأکید می ورزد؟

الف. بازاریابی اجتماعی      ب. بازاریابی روانشناختی

ج. بازاریابی هنری      د. بازاریابی اکتسابی