

تعداد سوالات: تستی: ۲۹ 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 گزینه های زیر در خصوص برنامه ریزی بازاریابی صحیح نیست؟

۱. سطوح برنامه ریزی کاملاً به صورت سلسله مراتبی ظاهر می شود.
۲. برنامه های بازاریابی، هسته ی اصلی برنامه ریزی شرکت را تشکیل می دهد.
۳. برنامه های عملیاتی بازاریابی، خدمات به مشتری و شواهد فیزیکی و فرآیندها را شامل می شود.
۴. سطوح برنامه ریزی اغلب بر حسب بازخورد باهم در ارتباط هستند.

۲- کدامیک از گزینه های زیر جزء ممیزی بازاریابی محسوب نمی گردد؟

۱. تحلیل مشتری
۲. تجزیه و تحلیل رقبا
۳. تحلیل تاکتیکی
۴. PEST

۳- تحلیل تکنولوژی و سیاسی به ترتیب کدامیک از ابعاد ممیزی را بررسی می کند؟

۱. PEST - تحلیل مشتری
۲. PEST-PEST
۳. تجزیه و تحلیل - تحلیل تاکتیکی
۴. تجزیه و تحلیل رقبا - تحلیل مشتری

۴- "راهبرد رهبری هزینه" پورتر به کدامیک از گزینه های زیر اشاره دارد؟

۱. به توسعه خدمات ویژه کمک می کند.
۲. هدف مجذوبیت کامل در یک بخش
۳. کسب مزیت رقابتی از طریق تخصصی کردن
۴. کاهش هزینه های تولید و توزیع

۵- کدامیک از راهبردهای زیر هنگامی اتخاذ می شود که هدف شرکت، حفظ موقعیت محکم در بازار باشد و به تقلید از رهبر بازار رقابتی، در قالبی ضعیف محصولات را ارائه می نماید؟

۱. راهبرد پیرو
۲. راهبرد رهبری
۳. راهبرد من هم همینطور
۴. راهبرد فرعی

۶- کدامیک از تکنیک های زیر جزء تکنیک های کیفی طبقه بندی نمی شود؟

۱. برنامه ریزی سناریو
۲. شبیه سازی رایانه ای
۳. دلفی
۴. برآورد کارمندان فروش

۷- جهت نشان دادن و چگونگی تاثیری که برخی از متغیرها بر پیش بینی تقاضا می گذارند، کدام گزینه مورد استفاده قرار می گیرد؟

۱. رگرسیون ساده
۲. رگرسیون چند متغیره
۳. سری زمانی
۴. منحنی تحلیل روند



تعداد سوالات: تستی: ۲۹ 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- تحلیل داده های مالی به منظور ارزیابی، چگونگی اثر یک برنامه بازاریابی که شامل محاسبه برخی از نسبت هاست، چه نام دارد؟

۱. تحلیل نسبت ۲. پیوستگی داخلی ۳. پیوستگی بیرونی ۴. هیچکدام

۹- فرآیندی که از طریق آن یک سازمان می کوشد تا در مسیر پیش بینی در آینده پیش برود و محیط بازاریابی و منابع خود را مورد تجزیه و تحلیل قرار دهد، چه نام دارد؟

۱. مدیریت بازاریابی ۲. برنامه ریزی بازاریابی ۳. محیط بازاریابی ۴. آمیزه ی بازاریابی

۱۰- بر اساس نظر مورگان، کدام گزینه در مورد "تفاوت فراغت و گردشگری" صحیح نمی باشد؟

۱. مکان، عمده ترین ویژگی تمایز بین گردشگری و فراغت است.
۲. فراغت و تفریح بخشی از شیوه ی زندگی را تشکیل می دهد.
۳. فراغت اساساً بر پایه محل سکونت انجام می شود.
۴. گردشگری اساساً بر پایه محل سکونت انجام می شود.

۱۱- کدامیک از رویکردهای زیر بر تکامل تدریجی گردشگری تاکید می نماید؟

۱. رویکرد نهادی ۲. رویکرد محصول ۳. رویکرد تاریخی ۴. رویکرد مدیریتی

۱۲- رویکرد جامعه شناسی به کدامیک از مقوله های گردشگری توجه می نماید؟

۱. الگوهای مشارکتی و اثر آن ۲. تخصیص امور فضایی ۳. کندوکاو در مدیریت موسسات گردشگری ۴. مجموعه ای از زمینه های خرد و کلان

۱۳- کدامیک از اجزاء سیستم گردشگری، به تسهیلات و جاذبه های مختلف برای بازدید کنندگان اشاره دارد؟

۱. بازار ۲. مسافرت ۳. مقصد ۴. بازاریابی

۱۴- بر اساس رویکرد میتسون و وال، کدامیک از عوامل زیر به تقاضا و اشکال گردشگری اشاره دارد؟

۱. عامل پویا ۲. عامل ایستا ۳. عامل منتج ۴. عامل ثابت

تعداد سوالات: تستی: ۲۹ 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

۱۵- کدامیک از گزینه های زیر صحیح نمی باشد؟

۱. تسلط بازارهای ملی و محلی بر سیستم گردشگری کمتر از بازارهای بین المللی است.

۲. منظور از یکپارچگی عمودی در صنعت گردشگری مالکیت در چند سطح از زنجیره عرضه را بیان می کند.

۳. منظور از یکپارچگی افقی خریداری سهم رقبا، در همان سطح از زنجیره عرضه را بیان می کند.

۴. در بین بخش های عرضه، وسایل ارتباطی سفر به صورت فزاینده ایی در حال افزایش است.

۱۶- با توجه تعاریف گوناگون، کدامیک از گزینه های زیر مفهوم بازاریابی را در خود جای نداده است؟

۱. فرآیند مبادله ای

۲. فرآیند مدیریتی و اجتماعی

۳. فرآیند شامل فعالیت های انفرادی

۴. فرآیند مصرفی

۱۷- جمله ی زیر به کدامیک از خصوصیات خدمات اشاره دارد؟

"در فرآیند تحویل خدمات، تهیه کننده و مصرف کننده با هم در تعامل اند و در یک زمان به وقوع ی پیوندند"

۱. تفکیک ناپذیری

۲. فنا ناپذیری

۳. ناملموس بودن

۴. عدم مالکیت

۱۸- کدامیک از مطالعات رفتار مصرف کننده به ترکیب متغیرهای داخلی و بیرونی در برانگیختن رفتار خرید، اشاره می کند؟

۱. مطالعات انگیزشی

۲. فرآیند خرید

۳. الگوهای یکپارچه

۴. رفتارگرایان

۱۹- کدامیک از مصرف کنندگان زیر نسبت به سایر گروهها، تحصیل کرده و مرفه ترند و نیز مسافرت در زندگیشان نقش اساسی را ایفا می کند؟

۱. افراد مضطرب

۲. افراد صرفه جو

۳. خیال پرداز

۴. ماجراجویان

۲۰- طبق تئوری پلاگ کدام گروه از مسافران سعی دارد از طریق سفر به مردم نزدیک تر می شوند و فرهنگ گوناگون را تجربه کنند؟

۱. عقل گرایان

۲. با برنامه

۳. ماجراجویان

۴. بکر گرایان

۲۱- کدامیک از گزینه های زیر در خصوص نقش طبقه اجتماعی و سفر صحیح نیست؟

۱. هر چه سطح درآمد در اختیارات شخص بالاتر باشد، به احتمال بیشتری مسافرت می رود.

۲. طبقه اجتماعی یکی از مهمترین عوامل داخلی انگیزشی سفر محسوب می شود.

۳. طبقه اجتماعی در درجه اول با شغل و سطح درآمد ارزیابی می گردد.

۴. طبقه اجتماعی یکی از دسته بندی های اساسی در گروه بندی اجتماعی و اقتصادی است.

تعداد سوالات: تستی: ۲۹ 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

۲۲- کدامیک از گزینه های زیر در بردارنده ی مفهوم جمله ی زیر است؟

«هنگامی که مردم با یکدیگر زندگی می کنند، روش زندگیشان تغییر می کند، مثلاً اگر بچه دار شوند شیوه ی زندگیشان بصورت اساسی تغییر می کند.»

- ۱. مفهوم واقع گرایانه
- ۲. مفهوم چرخه زندگی
- ۳. مفهوم شیوه زندگی
- ۴. مفهوم عادات اجتماعی

۲۳- کدامیک از گزینه های زیر در فرایند خرید به ادراکات، ترجیحات و نگرش خریدار اشاره دارد؟

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

۲۴- از نظر «یشین»، تفاوت اصلی بین مصرف کننده و خریدار تجاری چیست؟

- ۱. عنصر خردمندی
- ۲. عنصر محیطی
- ۳. عنصر سازمانی
- ۴. عنصر مکانی

۲۵- از نظر رایبسنسون، بیشترین میزان خطر در فرآیند خرید، چه زمانی است؟

- ۱. اولین بار خرید
- ۲. خرید مجدد مستقیم
- ۳. خرید مجدد اصلاحی
- ۴. خرید مجدد غیر مستقیم

۲۶- کدامیک از گزینه های زیر بر پایه ی این فرض است که بازار به منظور ارائه هدفمند خدمات می توان به آسانی به بخش هایی تقسیم می شود؟

- ۱. اصول طراحی عرضه
- ۲. اصول فرصت های جدید بازار
- ۳. اصول تقسیم بندی بازار
- ۴. اصول طراحی تقاضا

۲۷- کدامیک از تقسیم بندی ها، مشتریان بخش های بازار بالقوه را بر حسب محله های مسکونی که افراد در آنجا زندگی می کنند، طبقه بندی می کند؟

- ۱. تقسیم بندی روانشناختی
- ۲. جمعیت جغرافیایی
- ۳. تقسیم بندی جغرافیایی
- ۴. جمعیت شناختی

۲۸- هنگامی که هدف یک سازمان بدست آوردن قسمتی از یک بازار کوچک باشد که دیگران تعقیب آن را ارزشمند به حساب نمی آورده، از کدامیک از تقسیم بندی های زیر استفاده نموده است؟

- ۱. تقسیم بندی غیر متمایز
- ۲. تقسیم بندی متمایز
- ۳. تقسیم بندی متمرکز
- ۴. تقسیم بندی غیر متمرکز



تعداد سوالات: تستی: ۲۹ 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

۲۹- جذابیت بازار به کدامیک از گزینه های زیر بستگی دارد؟

۱. اندازه و مصرف بالقوه بازار - شدت رقابتی بودن
۲. اندازه و مصرف بالقوه بازار - تعهد منابع و سطح توانایی شرکت
۳. تعهد منابع و سطح توانایی شرکت - شدت رقابتی بودن
۴. تعهد منابع و سطح توانایی شرکت - رقبای سلطه طلب