

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- رویکردی که بر وظایف افراد که نقش واسطه در گردشگری ایفا می کنند تاکید کرده و از لحاظ فنی زیر مجموعه رویکرد مدیریتی می باشند چه نوع رویکردی است؟

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

۲- بازدید از یک کشور توسط افراد غیر مقیم چه نوع مسافری است؟

۱. داخلی ۲. ورودی ۳. خروجی ۴. ملی

۳- مجموع مسافرت داخلی و گردشگر خروجی تحت عنوان چه بازدید کننده ای است؟

۱. مسافرت کوتاه ۲. خروجی ۳. ملی ۴. محلی

۴- مطالعه در مورد رفتار گردشگری و الگو های مشارکتی چه نوع رویکرد مطالعه درک گردشگری است؟

۱. رویکرد مدیریتی ۲. رویکرد اقتصادی

۳. رویکرد جامعه شناسانه ۴. رویکرد سیستمی

۵- ویژگی اقتصاد تحت سلطه گردشگری در کدام یک از مراحل توسعه مدل گردشگری می باشد؟

۱. مرحله رشد ۲. مرحله مقدماتی ۳. مرحله تاثیر گذاری ۴. مرحله دوام

۶- آگاهی از بازار، از ویژگی های کدام مرحله از مراحل مدل توسعه گردشگری می باشد؟

۱. مرحله تاثیر گذاری ۲. مرحله رشد ۳. مرحله دوام ۴. مرحله مقدماتی

۷- از دیدگاه «متیسون و وال» عاملی که به تقاضا و اشکال آن می پردازد کدام است؟

۱. عامل ثابت ۲. عامل کلیدی ۳. عامل متغیر ۴. عامل منتج

۸- برای بازاریابان، خدمات مصرف کنندگان و کارکنان همسان نمودن خدمات مشکل می باشد، این مطلب کدامیک از اصول زیر بنایی بازاریابی خدمات را می رساند؟

۱. ناملموس بودن ۲. فناپذیری ۳. ناهمگونی ۴. عدم مالکیت

۹- امکان ذخیره نمودن خدمات وجود ندارد کدامیک از اصول زیر بنایی بازاریابی خدمات را می رساند؟

۱. فنا پذیری ۲. ناملموس بودن ۳. ناهمگونی ۴. تفکیک ناپذیری

۱۰- توزیع لباس های متحدالشکل و محیط های فیزیکی مشابه از اشارات ضمنی کدام یک از اصول زیر بنایی خدمات بازاریابی خدمات می باشد؟

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

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

۱۱- تدارک غذا و آشامیدنی در طیف پیوستگی کالاها و خدمات از دیدگاه ریدراون جزو کدامیک از موارد ذیل می باشد؟

۱. محصولات ملموس ۲. محصولات ناملموس ۳. خدمات ناملموس ۴. داد و ستد ملموس

۱۲- نیاز به تعلق و پذیرش در گروه های اجتماعی جزو کدام گروه از نیازهای طبقه بندی شده از دیدگاه آقای مازلو می باشد؟

۱. اول ۲. دوم ۳. سوم ۴. چهارم

۱۳- مرحله نهایی تقسیم بندی نیازهای مازلو کدام مورد می باشد؟

۱. فیزیو لوژی ۲. امنیت ۳. تعلق ۴. خودباوری

۱۴- به مجموعه ای از ویژگی های روانی متمایز و مشخصی اشاره دارد که نوع رفتار هر فرد را متمایز می کند؟

۱. انگیزش ۲. الگو ۳. شخصیت ۴. ادراک

۱۵- افراد مستقل و بی باکی که علاقه دارند فعالیت جدیدی را تجربه کنند و فرهنگ های مختلف را تجربه کنند به چه نامی مشهور هستند؟

۱. ماجراجویان ۲. افراد مضطرب ۳. خیال پردازان ۴. افراد صرفجو

۱۶- مسافرانی که به سرعت و در آخرین لحظه و بدون برنامه ریزی درباره سفرش تصمیم گیری می کنند از دیدگاه پلاگ در کدام گونه جای می گیرند؟

۱. خطر ورزان ۲. دارای اعتماد به نفس

۳. مردم جویان ۴. خونسرد

۱۷- اولین و مهم ترین عامل تاثیر گذار خارجی در مورد بازدیدکنندگان از مقاصد گردشگری کدام مورد می باشد؟

۱. سن ۲. جنس ۳. فرهنگ ۴. زبان

۱۸- تمایل به یافتن تعطیلات، گرانتر از رفتارهای گردشگری کدام دوره می باشد؟

۱. جوانان ۲. آشیانه خالی ۳. بازنشستگان ۴. افراد تازه مزدوج

۱۹- این گروه از افراد بسیار مشغول هستند و زمان اصلی ترین مانع سفر آنان می باشد.

۱. زن و مرد هایی که به هم زندگی مشترک دارند ۲. خانواده مرحله ۱

۳. خانواده مرحله ۲ ۴. بازنشستگان

تعداد سواالات: 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)

۲۰- به مجموعه افرادی که به صورت مستقیم یا غیر مستقیم بر عقاید و رفتار فرد اثر می گذارند گروه ..... می گویند.

۱. ایده آل ۲. عضو ۳. مرجع ۴. کانون

۲۱- تقاضای سازمانی نهایتاً ناشی از تقاضای کدامیک از موارد زیر می باشد؟

۱. مصرف کنندگان کالا و خدمات ۲. متصدیان تور  
۳. عمده فروشان تور ۴. خرده فروشان تور

۲۲- بر اساس الگوی اقتباس از عرضه داشت های گردشگری و سرعت اشاعه در بازار، تنبلیها چند درصد از افراد را تشکیل می دهند؟

۱. ۳۴ درصد ۲. ۱۵ درصد ۳. ۱۶ درصد ۴. ۱۰ درصد

۲۳- موضع یک محصول توسط چه کسی تعریف می گردد؟

۱. صنعت ۲. رقبا ۳. مشتری ۴. بازار یاب

۲۴- فلسفه وجودی مسیر یک شرکت قویا به عهده کیست؟

۱. مشتریان ۲. مدیر مالی  
۳. بالاترین مسئول اجرایی سازمان ۴. ترکیب مشتریان

۲۵- وسیله ای که توسط آن یک شرکت می تواند توانایی ها و ضعف های خود را همانگونه که با فرصت ها و تهدید های خارجی ارتباط پیدا می کند شناسایی نماید چه نام دارد؟

۱. ممیزی بازاریابی ۲. آینده نگری ۳. تجزیه و تحلیل ۴. تاکتیک

۲۶- طبق ماتریس گروه مشاوران بوستون سهم و رشد بازار پایین کدام مورد را نشان می دهد؟

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

۲۷- کدامیک از گزینه های زیر، هدف حفظ سطوح فروش و نگذاشتن سهم بازار در مقابل رقبا می باشد. و جریان نقدی ناشی از این قسمت می تواند به منظور به فعالیت وا داشتن مرحله اول مورد استفاده قرار بگیرد؟

۱. علامت سؤال ۲. گاو شیرده ۳. سگ ها ۴. ستاره ها

۲۸- یک رویکرد انعطاف پذیر شامل کسب نظر و عقیده کارشناسی درباره دیدگاه های آینده برای یک بازار خاص بدون آنکه کارشناسان واقعا با یکدیگر ملاقات کنند چه نوع روش پیش بینی است؟

۱. علی ۲. سناریو ۳. دلفی ۴. سری زمانی

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) ۱۳۳۹۰۱۴

۲۹- کدامیک جزو روش های کیفی پیش بینی فروش است؟

۱. تحلیل رشد      ۲. روش دلفی      ۳. هموار سازی نمایی      ۴. مدل باکس جنکینز

۳۰- اولین شیوه از شیوه های بودجه بندی بازاریابی کدام مورد می باشد؟

۱. شیوه هدف و انجام کار      ۲. شیوه درصد فروش  
۳. شیوه هموار سازی      ۴. شیوه روند