



زمان آزمون: تستی: ۵۰ تشریحی: -- دقیقه
آزمون نمره منفی دارد ○ ندارد ⊗

نام درس: مدیریت بازاریابی و تبلیغات جهانگردی

رشته تحصیلی و کد درس: مدیریت جهانگردی

۱۲۳۹۰۱۴ - ۱۲۱۸۰۱۵

کد سری سؤال: یک (۱)

استفاده از: --

مجاز است.

امام علی^(ع): برتری مردم به یکدیگر، به دانش‌ها و خردهاست؛ نه به ثروت‌ها و تبارها.

۱. کدامیک از اصول زیر جزو اصول گردشگری نمی‌باشد؟

الف. گردشگری شامل فعالیت‌های بازدید کنندگان روزانه یا گردش کنندگان روزانه می‌باشد

ب. گردشگری شامل مصرف دامنه وسیعی از محصولات و خدماتی است که توسط سازمان‌های دولتی و خصوصی ارائه شده است.

ج. گردشگری فرایندی کاملاً خنثی نمی‌باشد اما می‌توان مزایا و ضررهای قابل توجه را برای جامعه به بار آورد.

د. گردشگری را می‌توان به عنوان فعالیت‌ها و کارهای مجازی تعریف کرد که در زمان فراغت و در محدوده منزل یا محل نزدیک

به منزل انجام می‌شود.

۲. این تعریف مربوط به کدام رویکرد گردشگری است؟

« بر وظایف افرادی که نقش واسطه را در گردشگری ایفا می‌کنند تأکید کرده و از لحاظ فنی در زیر مجموعه رویکرد مدیریتی گنجانده

می‌شود»

الف. رویکرد محصول

ب. رویکرد نهادی

ج. رویکرد اقتصادی

د. رویکرد جامعه‌شناسانه

۳. رویکرد سیستمی برای مدیریت بازاریابی گردشگری مناسبترین رویکرد می‌باشد زیرا

الف. ارتباط بین مبدأ، مقصد و گردشگر را معرفی می‌کند

ب. ارتباط بین مصرف کننده، عرضه کننده و گردشگر را معرفی می‌کند

ج. ارتباط بین مصرف کننده، عرضه کننده و مقصدها را معرفی می‌کند.

د. ارتباط بین مبدأ، گردشگر و مقصد را معرفی می‌کند.

۴. کدام یک از عوامل زیر جزو چهاربخش مرتبط در سیستم گردشگری از دیدگاه میل و موریسون نیست؟

الف. فراغت

ب. بازار

ج. مسافرت

د. مقصد

۵. در گذراندن تعطیلات بازار توقف طولانی چه مدت است؟

الف. ۱-۳ شب

ب. ۳-۴ شب

ج. بیش از ۳ شب

د. بیش از ۴ شب

۶. تهیه یک سیستم اطلاعاتی بازاریابی تاسیس یک سیستم اطلاعاتی که شامل تحقیقات بازاریابی شامل کدام مورد زیر نیست؟

الف. بازار

ب. مشتریان

ج. رقبا

د. توانایی و اثر بخش سازمان



زمان آزمون: تستی: ۵۰ تشریحی: -- دقیقه
آزمون نمره منفی دارد ○ ندارد ⊗

نام درس: مدیریت بازاریابی و تبلیغات جهانگردی

رشته تحصیلی و کد درس: مدیریت جهانگردی

۱۲۳۹۰۱۴ - ۱۲۱۸۰۱۵

کد سری سؤال: یک (۱)

استفاده از:

مجاز است.

۷. این تعریف شامل کدام دسته از مردم است؟

« مسافرت یک راه خرج از کار روزانه به منظور استراحت فراهم می‌کند و به عنوان یک تجربه که به زندگی‌شان معنی می‌بخشد نیست. »

الف. ماجراجویان ب. افراد صرفه‌جو ج. افراد مضطرب د. افراد خیال پرداز

۸. در گونه شناسی پلاگ تعریف زیر مربوط به کدام دسته از مسافران است ؟

« جستجوگرانی که به دنبال کشف مکان‌های توسعه نیافته یا دست نخورده باشند. »

الف. خطر ورزی ب. میان گرایان ج. بکرگرایان د. مردم جویان

۹. در الگوی رابینسون فرایند خرید که تحت تاثیر ماهیت خرید می‌باشد شامل کدام مورد زیر نمی‌باشد؟

الف. کار جدید ب. خرید مجدد اصلاحی ج. خرید مجدد مستقیم د. انتخاب عرضه کننده

۱۰. کدامیک از موارد زیر بر خرید سازمانی تاثیر نمی‌گذارد؟

الف. عوامل سازمانی ب. عوامل میان سازمانی ج. عوامل فردی د. عوامل میان فردی

۱۱. در تقسیم بندی مشتریان پلنگهای خاکستری شامل چه دسته از افراد است؟

الف. افرادی که در جستجوی مکان‌های جدید غیر معمولی می‌باشند.

ب. افرادی که راحتی در یک هتل را به هر چیز ترجیح دهند.

ج. افرادی که پیش از موعد مقرر بازنشسته شده و به سفر علاقه مندند

د. افرادی که آموزش و پرورش را به تفریح ترجیح می‌دهند.

۱۲. تقسیم بندی بازارهای بر طبق مجموعه‌های تصمیم یافته شیوه زندگی نمادهای اقتصادی، اجتماعی و شخصیت چه نامیده می‌شود؟

الف. تقسیم بندی براساس رفتار خریدار ب. تقسیم بندی روانشناختی

ج. تقسیم بندی جمعیت شناختی د. تقسیم بندی جغرافیای

۱۳. این رویکرد تقسیم بندی شامل تقسیم بندی، بخش‌های خصوصی کوچکتر است که با بازاریابی جایگاه (مناسب) در ارتباط باشد؟

الف. بازاریابی تقسیم بندی متمایز ب. راهبرد تقسیم بندی غیر متمایز

ج. بازاریابی تقسیم بندی غیر متمرکز د. بازاریابی تقسیم بندی متمرکز



زمان آزمون: تستی: ۵۰ تشریحی: -- دقیقه

آزمون نمره منفی دارد ○ ندارد ⊗

نام درس: مدیریت بازاریابی و تبلیغات جهانگردی

رشته تحصیلی و کد درس: مدیریت جهانگردی

۱۲۳۹۰۱۴ - ۱۲۱۸۰۱۵

کد سری سؤال: یک (۱)

استفاده از:

مجاز است.

۱۴. کدام یک از موارد زیر جزو چهار عنصر تفکر استراتژیکی که باید سازمان را در محیط بازاریابی انعطاف پذیر نماید نیست؟

الف. قلمرو وسیعتر

ب. پذیرایی عقاید جدید

ج. آینده نگری

د. پرورش شایستگی های اصلی

۱۵. در این راهبرد هدف سازمان کاهش هزینه های تولید و توزیع می باشد تا اگر بخواهد بتواند آسانتر روی قیمت رقابت کند.

الف. راهبرد رهبری هزینه ب. راهبرد تفکیک ج. راهبرد تمرکزی د. راهبرد محصول

۱۶. در ماتریس گروه مشاوران بوستون برای ارزیابی سرمایه گذاری ها واحدهایی که در بخش گاوهای شیرده می باشند:

الف. سهم بازار آنها زیاد و نرخ رشد آنها زیاد و اغلب سودآورند

ب. سهم بازار آنها زیاد و نرخ رشد آنها کم و اغلب سود آورند.

ج. سهم بازار آنها کم و نرخ رشد زیاد و سودآورند.

د. سهم بازار و نرخ رشد بازار زیاد و وجوه نقد و دریافتی آنها نیز زیادند.

۱۷. کدام یک از موارد زیر بر علامت تجاری بین المللی یا منطقه ای و تبعیت قوی از ارزش های هسته ای علامت تجاری تکیه دارد؟

الف. کسب تملک

ب. اعطای امتیاز

ج. راهبرد رهبری بازار

د. هم پیمانی و تجارت مشترک

۱۸. این راهبرد هنگامی اتخاذ می گردد که شرکت یا سازمان برآورد می نماید آنچه باید عرضه نماید برای شمار محدودی از بخش های بازار

سودمند می باشد.

الف. راهبرد پیرو

ب. راهبردهای من هم همینطور

ج. راهبرد بازاریابی گوشه ای (فرعی)

د. راهبرد کسب سود

۱۹. تکنیکهای کیفی پیش بینی تقاضا شامل کدام مورد زیر نیست؟

الف. برآورد کارمندان فروش

ب. عقیده مدیران ارشد

ج. روند موجود

د. تکنیک دلفی

۲۰. در کدام یک از تکنیک های پیش بینی زیر مستلزم پیش بینی تقاضا بر پایه روندهای گذشته است؟

الف. رگرسیون چندگانه

ب. هموارسازی

ج. سری های زمانی

د. دلفی



زمان آزمون: تستی: ۵۰ تشریحی: -- دقیقه
آزمون نمره منفی دارد ○ ندارد ⊗

نام درس: مدیریت بازاریابی و تبلیغات جهانگردی

رشته تحصیلی و کد درس: مدیریت جهانگردی

۱۲۳۹۰۱۴ - ۱۲۱۸۰۱۵

کد سری سؤال: یک (۱)

استفاده از:

مجاز است.

۲۱. کدام یک از موارد زیر جزو تحقیقات کیفی نیست؟

الف. مصاحبه‌های عمیق ب. گفتگوهای گروهی ج. تکنیک دلفی د. توزیع پرسشنامه

۲۲. این تعریف شامل کدام نوع محصول است؟

« ترکیبی از کالاها و خدمات است که بازدید کنندگان را قادر می‌سازد محصول اصلی را خریداری نمایند »

الف. محصول تسهیل کننده ب. محصول حمایت کننده

ج. محصول افزوده د. محصول اصلی

۲۳. کدام مورد از دلایل توسعه خدمات جدید برای بقا شرکت‌های خدماتی نیست؟

الف. کنترل هویت علامت تجاری ب. سود بردن از پیشرفت‌ها و موفقیت‌های مهم تکنولوژی

ج. ایجاد شناخت به عنوان یک مبتکر در بازار د. تقلید موفقیت از سازمان دیگر

۲۴. مفهوم گاهی اوقات برای توصیف ویژگی‌های علامت تجاری که ارتباط مشتری با آن را منتقل می‌نماید مورد استفاده « قرار می‌گیرد ».

الف. راهبرد علامت تجاری ب. مشخصه علامت تجاری

ج. مدیریت علامت تجاری د. ارزش تجاری

۲۵. این رویکرد قیمت گذاری اذعان دارد که قیمت گذاری باید کاملاً با سایر جنبه‌ها و ابعاد راهبرد بازاریابی هماهنگ باشد.

الف. پیشنهاد مناقصه رقابتی ب. قیمت گذاری بر مبنای بازار

ج. قیمت گذاری بر مبنای قیمت رقیب د. قیمت گذاری بر مبنای هزینه

۲۶. این رویکرد قیمت گذاری فرض می‌کند که بخشهای مختلف بازار برای مجموعه‌ای از منابع اصلی مشابه قیمت‌های مختلف خواهند پرداخت.

الف. قیمت گذاری برای بقاء ب. قیمت گذاری اضافی

ج. قیمت گذاری حداکثر د. قیمت گذاری تبعیضی

۲۷. این تعریف مربوط به کدام نوع تقاضا می‌باشد؟

« تبلیغات پیشبردی می‌تواند برای جایگیری مجدد در یک عرضه داشت گردشگری مورد استفاده قرار گیرد »

الف. تقاضای پنهان ب. تقاضای تنزلی ج. تقاضای نامنظم د. تقاضای ناسالم

زمان آزمون: تستی: ۵۰ تشریحی: -- دقیقه
آزمون نمره منفی دارد ○ ندارد ⊗

نام درس: مدیریت بازاریابی و تبلیغات جهانگردی

رشته تحصیلی و کد درس: مدیریت جهانگردی

۱۲۳۹۰۱۴ - ۱۲۱۸۰۱۵

کد سری سؤال: یک (۱)

استفاده از:

مجاز است.

۲۸. کدامیک از روشهای توزیع زیر پوششی گسترده در اغلب بازارهای مولد را در نظر می گیرد؟

الف. توزیع گزینشی ب. توزیع انحصاری ج. توزیع فشرده د. توزیع یکسان

۲۹. تعریف زیر کدام نوع شکاف است؟

« کارکنان درگیر در امر تحویل میزان خدمات معین را به طور ضعیف و نامناسب ارائه می دهند زیرا به طور کافی آموزش دیده نمی باشد.»

الف. مدیریت در مورد ادراک مشتری قضاوت نادرست می کند

ب. فقدان توسعه

ج. تحویل ضعیف

د. انتظارات غیر واقعی

۳۰. درمارتريس مشاوران بوستون کدامیک از گزینه های زیر نشان دهنده محصولاتی هستند که دارای رشد پایین بوده و شرکت نیز سهم کمی در آن محصول دارد؟

الف. علامت سؤال ب. ستاره ج. گاو شیرده د. ساک