

نام درس: مدیریت بازاریابی و تبلیغات جهانگردی

رشته تحصیلی و کد درس: مدیریت جهانگردی (سنتی: ۱۲۱۸۰۱۵) - (تجمیع: ۱۲۳۹۰۱۴)

زمان آزمون: تستی: ۴۵ تشریحی: -- دقیقه

آزمون نمره منفی دارد ○ ندارد ⊗

کد سری سؤال: یک (۱)

استفاده از: --

مجاز است.

امام علی^(ع): شرافت به خرد و ادب است نه به دارایی و نژاد.

۱. کدامیک از نگرشهای زیر در بازاریابی بر اهمیت حفظ یا بالابردن رفاه جامعه و تأمین نیازها و خواسته های مشتریان تأکید دارد؟

الف. تولید ب. محصول ج. فروش د. بازاریابی اجتماعی

۲. کدامیک از رویکردهای زیر در مطالعه جهانگردی بر رفتار گردشگری، الگوهای مشارکتی و اثرات آن بر جامعه تأکید دارد؟

الف. رویکرد مدیریتی ب. رویکرد اقتصادی
ج. رویکرد جامعه شناسانه د. رویکرد سیستمی

۳. بازاریابی داخلی کدام مورد را در یک سازمان هدف قرار می دهد؟

الف. کارکنان ب. صاحبان سهام ج. مشتریان بالقوه د. تأمین کنندگان منابع

۴. کدامیک از گزینه های زیر از ویژگی های خدمات نمی باشد؟

الف. ملموس بودن ب. فناپذیری ج. ناهمگونی د. تفکیک ناپذیری

۵. کدامیک از روانشناسان زیر معتقد است که نیروهای عمیقی وجود دارند که رفتارمان را تحریک می کنند، نیروهایی که عمدتاً ناخودآگاه می باشند و بنابراین به آسانی در رفتار آشکار و علنی قابل تشخیص نمی باشد؟

الف. فروید ب. مازلو ج. اسکینر د. راجرز

۶. پلاگ در کار اولیه گونه شناسی گردشگران، تئوری خود را به کدامیک از موارد زیر ارتباط می دهد؟

الف. جامعه شناسی ب. تئوری چرخه زندگی ج. طبقه اجتماعی د. ویژگی های جغرافیای مقصد

۷. کدامیک از گزینه های زیر به فرآیندی که توسط آن افراد اطلاعات را انتخاب، سازماندهی و تعبیر می کنند تا برای خود تصویر با مفهومی از جهان بسازند شناخته می شود؟

الف. انگیزش ب. باورها ج. فرهنگ د. ادراک

۸. کدامیک از گزینه های زیر وسیعترین و عمیق ترین نفوذ را بر رفتار مصرف کننده دارد؟

الف. خرده فرهنگ ب. نژاد ج. طبقه اجتماعی د. فرهنگ

۹. به مجموعه افرادی که به صورت مستقیم یا غیرمستقیم بر عقاید و رفتار فرد اثر می گذارد چه می گویند؟

الف. افراد گروههای غیررسمی ب. گروههای رسمی
ج. گروههای مرجع د. عضویت

۱۰. زنجیره ارزش توسط چه کسی مطرح شد؟

الف. دراگر ب. وبر ج. پورتر د. کاتلر

نام درس: مدیریت بازاریابی و تبلیغات جهانگردی

رشته تحصیلی و کد درس: مدیریت جهانگردی (سنتی : ۱۲۱۸۰۱۵) - (تجمیع : ۱۲۳۹۰۱۴)

زمان آزمون: تستی: ۴۵ تشریحی: -- دقیقه

آزمون نمره منفی دارد ○ ندارد ⊗

کد سری سؤال: یک (۱)

استفاده از: --

مجاز است.

۱۱. در کدامیک از رویکردهای تقسیم بازار زیر، بازار به چندین بخش تقسیم شده و برای هر یک از بخشهای بازار محصول خاصی عرضه می‌گردد؟

الف. تقسیم متمایز

ب. تقسیم بندی غیرمتمایز

ج. تقسیم بندی متمرکز

د. رهبری هزینه

۱۲. کدامیک از گزینه های زیر به مجموعه ای از ابزارهای موجود برای مدیر بازاریابی به منظور دستیابی به موقعیت و یا جهت استراتژیک اشاره دارد؟

الف. جذابیت بازار

ب. نیروی رقابتی

ج. P۴ یا ۴ عنصر بازاریابی

د. توان صنعت

۱۳. کدامیک از راهبردهای زیر به مجذوبیت تقریباً کامل در رابطه با یک بخش بازار از طریق توسعه ارتباطات قوی با مشتریان تأکید داشته و فقط برای بخش کوچکی از بازار انتخاب می‌شود؟

الف. راهبرد تمایز

ب. راهبرد تمرکز

ج. راهبرد ارزان فروشی

د. راهبرد تفکیک

۱۴. ماتریس مشاوران بوستون بر چه مواردی تأکید دارد؟

الف. سهم بازار و جذابیت بازار

ب. رشد بازار و توان صنعت

ج. رشد بازار و سهم بازار

د. توان صنعت و جذابیت بازار

۱۵. خرید یک شرکت توسط شرکت دیگر به منظور بدست آوردن مهارت‌های جدید یا سهم بازار چه نامیده می‌شود؟

الف. کسب تملک

ب. اعطای امتیاز

ج. فرانچیز

د. نمایندگی

۱۶. در کدامیک از راهبردهای زیر هدف حفظ موقعیت محکم در بازار با تقلید از راهبرد رهبری بازار است؟

الف. راهبرد رهبری بازار

ب. راهبرد من هم همینطور

ج. راهبرد بازاریابی گوسی

د. راهبرد فرعی

۱۷. کدامیک از تکنیک های پیش بینی تقاضای زیر شامل کسب نظر و عقیده کارشناسی درباره دیدگاه های آینده برای یک بازار خاص می‌شود؟

الف. تکنیک اقتصاد سنجی

ب. برآورد کارمندان فروش

ج. روش دلفی

د. رگرسیون چند متغیره

۱۸. کدامیک از تکنیک‌های پیش بینی تقاضای زیر فرض می‌کند تقاضا با نرخ ثابت بر پایه روند گذشته رشد خواهد شد؟

الف. روش دلفی

ب. برآورد کارکنان فروش

ج. عقیده مدیریت ارشد

د. روش سری های زمانی

۱۹. کدامیک از موارد زیر جزء روشهای کیفی پیش بینی فروش است؟

الف. تحلیل روند

ب. برآورد کارمندان فروش

ج. همواره سازی نمایی

د. مدل باکس جنکینز

نام درس: مدیریت بازاریابی و تبلیغات جهانگردی
رشته تحصیلی و کد درس: مدیریت جهانگردی (سنتی: ۱۲۱۸۰۱۵) - (تجمع: ۱۲۳۹۰۱۴)
زمان آزمون: تستی: ۴۵ تشریحی: -- دقیقه
آزمون نمره منفی دارد ○ ندارد ⊗
کد سری سؤال: یک (۱)
استفاده از: --
مجاز است.

۲۰. این مفهوم که استاندارد نمودن خدمات، بدین دلیل که امکان تغییر پذیری وجود دارد مشکل می باشد، بر کدامیک از مفاهیم و ویژگی های خدمات زیر دلالت دارد؟
الف. ناملموسی ب. تفکیک ناپذیری ج. ناهمگونی د. فناشدنی
۲۱. در کدامیک از مراحل چرخه عمر محصول رشد فروش آهسته می شود؟
الف. توسعه محصول ب. معرفی ج. رشد د. بلوغ
۲۲. اولین مرحله از فرآیند توسعه محصول کدامیک از موارد زیر است؟
الف. ایجاد ایده ب. غربال کردن ج. آزمایش مفهوم د. توسعه خدمت
۲۳. کدامیک از رویکردهای قیمت گذاری زیر فرض می کند بخشهای مختلف بازار برای مجموعه ای از منافع اصلی مشابه قیمت های مختلفی پرداخت خواهند کرد، و قیمت گذاری در این وضعیت، بیشتر به فصل، محل و سطوح مختلف خدمات بستگی دارد؟
الف. قیمت گذاری تبعیضی ب. قیمت گذاری برای بقا
ج. نفوذ در بازار د. قیمت گذاری اضافی
۲۴. در چه وضعیتی از تقاضا، تبلیغات پیشبردی به عنوان ابزاری برای یکنواخت کردن تقاضا به کار برده می شود؟
الف. تقاضای پنهان ب. تقاضای تنزلی ج. تقاضای کامل د. تقاضای نامنظم
۲۵. روابط عمومی جزء کدامیک از آمیزه های بازاریابی دسته بندی می شود؟
الف. محصول ب. تبلیغات پیشبردی
ج. قیمت د. توزیع
۲۶. کدامیک از موارد زیر بر تماس سازمان با مشتریان مورد نظر از طریق رسانه های مختلف نظیر استفاده از تلفن و پست تأکید دارد؟
الف. بازاریابی مستقیم ب. روابط عمومی ج. بازاریابی با یک داده د. برند
۲۷. الگوی AIDA در کدامیک از آمیزه های بازاریابی کاربرد دارد؟
الف. محصول ب. قیمت
ج. ارتباطات و ترویجیات پیشبردی د. توزیع
۲۸. مجموعه ای از سازمانهای مستقلی که در فرایند در اختیار گذاری یک محصول یا خدمت به مشتریان یا سازمانها مشارکت دارند، چه نامیده می شوند؟
الف. دلال ب. کارگزار ج. سیستم ذخیره ها د. کانال توزیع
۲۹. مجموعه ویژگی ها و خصوصیات یک محصول یا خدمت که توانایی آن را به منظور برآورد نمودن یک نیاز شخصی یا ضمنی تحت تأثیر قرار می دهد، به کدامیک از مفاهیم زیر دلالت دارد؟
الف. کیفیت محصول ب. تبلیغات ج. تحویل محصول د. ارزش محصول
۳۰. کدامیک از گزینه های زیر جزء سه عامل سازنده و کلیدی بازاریابی یک مقصد گردشگری نیست؟
الف. منابع طبیعی ب. آب و هوا ج. فرهنگ د. تفرجگاه