

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۶۰ تشریحی: ۰

سری سوال: یک ۱

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- کدام یک از گزینه های زیر بیانگر رویکرد نهادی در گردشگری می باشد؟

۱. مطالعه ای است که روی محصولات گردشگری و چگونگی بازاریابی آنها انجام می شود

۲. بر تکامل تدریجی گردشگری تاکید می نماید

۳. مطالعه ای است در مورد رفتار گردشگری، الگوی مشارکتی و اثر آن بر جامعه

۴. بر وظایف افرادی که نقش واسطه را در گردشگری ایفا می کنند تاکید کرده و از لحاظ فنی در زیر مجموعه رویکرد

مدیریتی گنجانده می شود

۲- در کدام یک از مراحل توسعه گردشگری تلاش جهت اصلاح و بالا بردن عرضه جاذبه ها و تسهیلات جدید گردشگری انجام می شود؟

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

۳- در تعریف پون از گردشگری بر حسب سیستم تولید گردشگری، متصدیان تور و کارگزاران مسافرتی جزء کدام یک از گزینه های زیر می باشند؟

۱. مصرف کنندگان ۲. توزیع کنندگان ۳. تسهیل دهندگان ۴. تولید کنندگان

۴- افزایش اهمیت پیوستگی استراتژیکی میان خطوط هوایی، هتل ها و متصدیان تور، نشانگر کدام گزینه زیر است؟

۱. یکپارچگی مورب ۲. یکپارچگی عمودی ۳. یکپارچگی افقی ۴. یکپارچگی منقطع

۵- مجموع مسافرت داخلی و گردشگری ورودی چه نامیده می شود؟

۱. گردشگری داخلی ۲. گردشگری بین المللی

۳. گردشگری محلی ۴. گردشگری ملی

۶- کدام یک از گزینه های زیر بیانگر محیط خرد بازاریابی گردشگری می باشد؟

۱. شامل عواملی است که در محیط بی واسطه حاکم می شود

۲. شامل عواملی است که تا حدی بر کلیه موسسات گردشگری تاثیر می گذارند

۳. شامل عوامل فرهنگی و اجتماعی است

۴. شامل عوامل سیاسی، اقتصادی و فنی است

۷- بر اساس برآورد ویتکرافت مسافرت و گردشگری، چند درصد از کل هزینه مصرف کننده جهانی را تشکیل می دهد؟

۱. ۲۰ درصد ۲. ۱۲ درصد ۳. ۸ درصد ۴. ۱۸ درصد

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۶۰ تشریحی: ۰

سری سوال: ۱ یک

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- طبق نظر گیلبرت و بیلی مدیریت گردشگری از نظر رویداد نگاری تاریخی، دارای سه مرحله کلی و پیوسته می باشد، آن سه کدامند؟

۱. عصر توسعه، عصر فروش، عصر محصول

۲. عصر تولید، عصر محصول، عصر بازاریابی

۳. عصر توسعه، عصر فروش، عصر تولید

۴. عصر تولید، عصر فروش، عصر بازاریابی

۹- در کدام یک از اصول زیر بنایی بازاریابی خدمات، امکان ذخیره نمودن خدمات وجود ندارد؟

۱. ناملموس بودن

۲. ناهمگونی

۳. فنا پذیری

۴. تفکیک ناپذیری

۱۰- تجزیه و تحلیل محیط بازاریابی مربوط به کدام یک از حوزه ها در فرآیند مدیریت بازاریابی می باشد؟

۱. برنامه ریزی بازاریابی

۲. عملیات بازاریابی

۳. نظارت و کنترل

۴. تهیه سیستم اطلاعاتی بازاریابی

۱۱- کدام یک از رویکردهای مطالعات گردشگری در مورد مصرف کننده، در صدد تشریح ترکیب متغیرهای داخلی و بیرونی در برانگیختن رفتار خرید می باشد؟

۱. مبادله بین عرضه کننده و مشتری

۲. مطالعات انگیزشی گردشگری

۳. فرآیند خرید

۴. الگوهای یکپارچه

۱۲- در گونه شناسی گردشگری، کدام یک از انواع مسافران با فکر مسافرت به هیجان می آیند و برای پیام و تاثیری که سفر در زندگی شان ایجاد می کند، اهمیت زیادی قائل هستند؟

۱. ماجراجویان

۲. خیال پردازان

۳. افراد مضطرب

۴. افراد صرفه جو

۱۳- در گونه شناسی ارزش ها و شیوه های زندگی (VALS)، در کدام گروه جهت گیری کار مهمی می باشد اما به قیمت طرد خانواده آنها تمایل دارند نسبت به آینده محتاط باشند و مایلند بر تریشان را در جامعه نشان دهند؟

۱. معتقدان

۲. موفقیت طلبان

۳. سخت کوشان

۴. تجربه گرایان

۱۴- کدام یک از مراحل فرایند خرید مصرف کننده، کوششی است برای ارزیابی مزایایی که یک خدمت یا مقصد ممکن است داشته باشد؟

۱. آگاهی

۲. تحقیق و درک مطلب

۳. توسعه نگرش

۴. ارزیابی

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۶۰ تشریحی: ۰

سری سوال: ۱ یک

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- «..... به مجموعه ای از ویژگیهای روانی و متمایز کننده اشاره می کند که نوع رفتار هر فرد را متمایز می کند.» گزینه صحیح را برای کامل کردن عبارت انتخاب کنید.

۱. نگرش      ۲. ذهنیت      ۳. فرهنگ      ۴. شخصیت

۱۶- کدام یک از گزینه های زیر در خصوص رفتار سازمانی خریدار صحیح است؟

۱. چندین نفر در فرآیند خرید درگیر می باشند  
۲. فرآیندی غیر رسمی و نسبتا ساده است  
۳. دستور العمل معین برای رفتار خرید وجود ندارد  
۴. ارتباط مستقل بین خریدار و فروشنده وجود دارد

۱۷- "..... عبارت است از تمام افراد و گروههایی که در فرایند تصمیم گیری شرکت می کنند و در هدف ها و خطرات مشترک ناشی از تصمیم گیری سهیم می باشند." گزینه صحیح را برای کامل کردن عبارت انتخاب کنید.

۱. مصرف کنندگان      ۲. واحد تصمیم گیری      ۳. دروازه بانان      ۴. تصمیم گیرندگان

۱۸- بیشین معتقد است یک تفاوت اصلی بین مصرف کننده و خرید تجاری می باشد، آن عنصر چه نامیده می شود؟

۱. تطابق با فروشنده      ۲. تطابق با محیط خرید  
۳. پویایی      ۴. خردمندی

۱۹- کدام یک از گزینه های زیر از اصول مهم و زیر بنایی رفتار خریدار سازمانی می باشد؟

۱. میزان مشارکت و خطرپذیری به ماهیت فرایند خرید بستگی ندارد  
۲. شدت فرایند مذاکره مستلزم مهارت حرفه ای از سوی بازاریابان می باشد  
۳. رشد فناوری و فرصتهای جهانی، فرایندفروش را تغییر و اصلاح می نماید  
۴. رفتار خریدار سازمانی، یک فرایند تصمیم گیری ارزشمند و پیچیده می باشد

۲۰- کدام یک از گزینه های زیر از مشخصه های بخش ها در تقسیم بندی بازار می باشد؟

۱. قابل دسترسی      ۲. نظری بودن      ۳. غیر قابل توجه بودن      ۴. غیر قابل تشخیص

۲۱- در تقسیم بندی بازار مشتریان، در جایی که یک سازمان در ابتدا بر اساس جمعیت شناختی جغرافیایی به تقسیم بندی می پردازد و سپس متعاقبا به طور مفصل تری با استفاده از متغیرهای دیگر به تقسیم بندی می پردازد، چه نوع تقسیم بندی صورت پذیرفته است؟

۱. تقسیم بندی روانشناختی      ۲. تقسیم بندی چند متغیره  
۳. تقسیم بندی چند سطحی      ۴. تقسیم بندی جمعیت شناختی

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۶۰ تشریحی: ۰

سری سوال: ۱ یک

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- طبق نظر کاتلر و همکارانش، در مورد وظیفه موقعیت یابی، در کدام مرحله "اولویت بندی مزایای رقابتی به منظور انتخاب یک مجموعه بهینه"، انجام می گیرد؟

۱. مرحله اول      ۲. مرحله دوم      ۳. مرحله سوم      ۴. مرحله چهارم

۲۳- مجموعه ای از ابزارهای موجود برای مدیر بازاریابی، به منظور دستیابی به موقعیت و یا جهت استراتژیکی خاص، چه نامیده می شود؟

۱. آمیزه بازاریابی      ۲. جذابیت بازار      ۳. بازاریابی متمرکز      ۴. بازاریابی متمایز

۲۴- وسیله ای که توسط آن یک شرکت می تواند توانایی ها و ضعف های خود را همانگونه که با فرصت ها و تهدیدهای خارجی ارتباط پیدا می کند، شناسایی نماید، چه نامیده می شود؟

۱. تدوین راهبرد      ۲. ممیزی بازاریابی      ۳. تدوین استراتژی      ۴. استراتژی بازاریابی

۲۵- کدام یک از راهبردهای رقابتی محوری پورتر، یک راهبرد بسیار متداول در گردشگری می باشد؟

۱. راهبرد رهبری هزینه      ۲. راهبرد تمرکزی  
۳. راهبرد مشتری مداری      ۴. راهبرد تفکیک

۲۶- با استفاده از کدام یک از چارچوب های راهبردی که توسط سازمانهای گردشگری اتخاذ شده اند، شرکت می پذیرد که ممکن است رهبر بازار شدن در کوتاه مدت امکان پذیر نباشد، لذا راهبردی را اتخاذ می نماید که به او اجازه دهد در بازار موقعیت قوی نزدیک به رهبر را حفظ کند؟

۱. راهبرد بازاریابی گوشه ای      ۲. راهبرد پیرو  
۳. راهبرد چالشگر بازار      ۴. راهبرد رهبری بازار

۲۷- کدام یک از گزینه های زیر از تکنیک های کیفی پیش بینی تقاضا در گردشگری می باشد؟

۱. سری زمانی      ۲. روشهای علی      ۳. دلفی      ۴. شبیه سازی یارانه

۲۸- در تکنیک سری های زمانی و غیر علی، کدام شیوه شامل ترسیم اطلاعات می باشد؟

۱. تحلیل منحنی روند      ۲. میانگین متحرک  
۳. همسازی نمائی      ۴. تجزیه و تحلیل رگرسیون

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۶۰ تشریحی: ۰

سری سوال: ۱ یک

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- کدام یک از شیوه های بودجه بندی، بر مبنای برنامه های قبلی بازاریابی محاسبه می شوند و بر پایه رشد بازار و سهم بازار پایه گذاری شده اند؟

۱. شیوه هدف و انجام کار
۲. شیوه درصد فروش
۳. شیوه مبتنی بر امکانات
۴. شیوه مبتنی بر هزینه ها

۳۰- در کدام یک از مراحل فرآیند تحقیقات بازاریابی، هدف و حوزه تحقیق تعیین می شود؟

۱. تشخیص و تعریف مشکل
۲. بررسی مقدماتی منابع اطلاعاتی
۳. جمع آوری اطلاعات
۴. تجزیه و تحلیل اطلاعات