

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۵۵ 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- از دیدگاه مکینتاش و گلدنر کدام رویکرد زیر نقش واسطه را در گردشگری ایفا می کند؟
 ۱. رویکرد نهادی
 ۲. رویکرد محصول
 ۳. رویکرد تاریخی
 ۴. رویکرد مدیریتی
- ۲- مسافرت افراد مقیم در کشور خودشان چه نوع گردشگری است؟
 ۱. گردشگری ملی
 ۲. گردشگری محلی
 ۳. گردشگری خروجی
 ۴. گردشگری داخلی
- ۳- ورود تعداد کم بازدید کننده از ویژگی های کدام مرحله از مدل توسعه گردشگری می باشد؟
 ۱. مرحله تاثیر گذاری
 ۲. مرحله دوام
 ۳. مرحله مقدماتی
 ۴. مرحله رشد
- ۴- اقتصاد تحت سلطه گردشگری در کدام مرحله از فرایند توسعه گردشگری قرار دارد؟
 ۱. رشد
 ۲. مقدماتی
 ۳. تاثیر گذاری
 ۴. دوام
- ۵- تدارک و مصرف خدمات در یک زمان به وقوع می پیوندد و در فرایند تحویل تهیه کنندگان خدمات با هم در تعامل می باشند این موضوع کدام ویژگی بازاریابی خدمات را نشان می دهد؟
 ۱. عدم مالکیت
 ۲. تفکیک ناپذیری
 ۳. ناهمگونی
 ۴. ناملموس بودن
- ۶- بر مبنای سلسله مراتب نیازهای مازلو کدام گزینه سومین سطح نیازها را نشان می دهد؟
 ۱. خودباوری
 ۲. تعلق
 ۳. شخصیت
 ۴. فیزیولوژی
- ۷- مجموعه ای از ویژگی های روانی که نوع رفتار فرد را مشخص می کند و از فردی به فرد دیگر متفاوت است چه نام دارد؟
 ۱. انتظارات
 ۲. قدرت
 ۳. شخصیت
 ۴. ادراک
- ۸- این نوع از گردشگران افرادی مستقل و بیباک اند و علاقمند آزمون فعالیت های جدید و ملاقات با مردم جدید هستند؟
 ۱. افراد مضطرب
 ۲. ماجراجویان
 ۳. خیال پردازان
 ۴. افراد مقتصد
- ۹- تمایل به یافتن تعطیلات گرانتر از ویژگی های کدام دوره از چرخه زندگی خانواده می باشد؟
 ۱. نوجوانی
 ۲. آشیانه خالی
 ۳. جوانی
 ۴. خانواده
- ۱۰- بر مبنای گونه شناسی پلاگ مسافرینی که در سفر بدنبال راحتی و تجمل می باشند جزو کدام گروه قرار می گیرند؟
 ۱. خطر ورز
 ۲. خونسرد
 ۳. با برنامه
 ۴. جویای خوش گذرانی

سری سوال: ۱ یک

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۵۵ تشریحی: ۰

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ 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- این گروه از مسافران بر مبنای الگوی پلاگ بوسیله علاقه به تاریخ و فرهنگ هدایت می شوند.

۰۱ مردم جویان ۰۲ عقل گرایان ۰۳ بکر گرایان ۰۴ آشنا گرایان

۱۲- فرهنگ، سن و جنس جزو کدام گروه از عوامل تاثیر گذار انگیزشی می باشد؟

۰۱ عوامل خارجی ۰۲ عوامل داخلی ۰۳ عوامل سازمانی ۰۴ عوامل محیطی

۱۳- مرحله اول از فرایند کلی رفتار مصرف کننده کدام یک از موارد ذیل می باشد؟

۰۱ نیاز به شناخت و آگاهی ۰۲ تحقیق برای اطلاعات و دریافت

۰۳ شکل گیری نگرش و طرز فکر ۰۴ انجام خرید

۱۴- کدام یک از عوامل زیر وسیع ترین و عمیق ترین نفوذ را بر رفتار مصرف کننده دارد؟

۰۱ شخصیت ۰۲ فرهنگ ۰۳ خرده فرهنگ ۰۴ ادراک

۱۵- رفتار خریدی که به صورت تشریفاتی و با ترتیب اصولی خاصی انجام می گیرد چه نوع خریدی است؟

۰۱ رفتار خرید مصرف کننده ۰۲ رفتار خرید همسالان

۰۳ رفتار خرید بستگان ۰۴ رفتار سازمانی خرید

۱۶- تقاضای سازمانی در نهایت ناشی از تقاضای کدام یک از موارد زیر می باشد؟

۰۱ مصرف کنندگان کالاها و خدمات ۰۲ عمده فروشان

۰۳ کارگزاران سفر ۰۴ متصدیان تور

۱۷- فرایند خرید سازمانی با کدام یک از موارد زیر شروع می شود؟

۰۱ جستجوی عرضه کننده ۰۲ توصیف نیاز کلی

۰۳ مشاوره خرید ۰۴ شناخت مسئله

۱۸- بازار سفرهای دریایی در کدام طبقه از تقسیم بندی جمعیت شناختی جای می گیرد؟

۰۱ ۱۱-۱۸ سال ۰۲ ۱۸-۳۰ سال ۰۳ ۲۵-۵۰ سال ۰۴ ۴۵-۶۰ سال

۱۹- بر اساس مدل اشاعه بازار از دیدگاه راجرز، نوآوران چند درصد از بازار را تشکیل می دهند؟

۰۱ دوازده درصد ۰۲ دو و نیم درصد ۰۳ چهارده درصد ۰۴ سی و چهار درصد

سری سوال: ۱ یک

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۵۵ تشریحی: ۰

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ 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- مفهوم چهار پی کدام عوامل را در بر می گیرد؟

۱. محصول - قیمت - مکان - زمان
۲. محصول - قیمت - مکان - موقعیت
۳. محصول - قیمت - مکان - تبلیغات پیشبردی
۴. فرایند - قیمت - مکان - تبلیغات پیشبردی

۲۱- موضع یک محصول توسط چه کسانی تعریف می شود؟

۱. صنعت
۲. مشتری
۳. همکاران
۴. مدیران

۲۲- تعیین فلسفه وجودی مسیر یک شرکت بر عهده کدام بخش آن است؟

۱. بالاترین مسئول اجرایی
۲. کارمندان
۳. مدیران میانی
۴. مشتریان

۲۳- ابزاری که توسط آن یک شرکت می تواند توانایی ها و ضعف های خود را همان گونه که با فرصت ها و تهدید های خارجی ارتباط پیدا می کنند شناسایی نماید چه نامیده می شود؟

۱. آمیخته بازاریابی
۲. ممیزی بازاریابی
۳. تکنولوژی
۴. برنامه ریزی عقلایی

۲۴- در کدام یک از بخش های ماتریس گروه مشاوران بوستون سهم بازار و رشد بازار پایین می باشد؟

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

۲۵- یکپارچگی شرکت با عرضه کنندگان مواد اولیه خود چه نامیده می شود؟

۱. یکپارچگی پیشرو
۲. یکپارچگی معکوس
۳. یکپارچگی مورب
۴. یکپارچگی افقی

۲۶- این تکنیک انعطاف پذیر شامل کسب نظر و عقیده کارشناسی درباره دیدگاههای آینده برای یک بازار خاص می باشد؟

۱. سناریو سازی
۲. الگوی هانتز
۳. دلفی
۴. سوات

۲۷- این روش پیش بینی بر پایه روند های گذشته ای می باشد که بر یک منحنی جمع آوری می شود؟

۱. سری های زمانی
۲. میانگین متحرک
۳. همسان نمایی
۴. رگرسیون

۲۸- کدام گزینه به منظور نشان دادن تأثیری که شماری از متغیرها بر پیش بینی تقاضا می گذارند، مورد استفاده قرار می گیرد؟

۱. روش تحلیل محتوی
۲. رگرسیون ساده
۳. رگرسیون چند متغیره
۴. سری زمانی

شماره سوال	پاسخ صحيح	وضعيت كليد
1	الف	عادي
2	د	عادي
3	ج	عادي
4	د	عادي
5	ب	عادي
6	ب	عادي
7	ج	عادي
8	ب	عادي
9	ب	عادي
10	د	عادي
11	ب	عادي
12	الف	عادي
13	الف	عادي
14	ب	عادي
15	د	عادي
16	الف	عادي
17	د	عادي
18	د	عادي
19	ب	عادي
20	ج	عادي
21	ب	عادي
22	الف	عادي
23	ب	عادي
24	الف	عادي
25	ب	عادي
26	ج	عادي
27	الف	عادي
28	ج	عادي
29	د	عادي
30	الف	عادي