



تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: --

نام درس: برنامه ریزی و سرپرستی گشت های جهانگردی

رشته تحصیلی/ کُد درس: مدیریت جهانگردی (سنتی - تجمیع) (۱۲۱۸۰۲۱)

مجاز است.

استفاده از:

۱. کدام گزینه در رابطه با تعریف جاذبه های گردشگری که در یک بسته سفر قرار دارند، صحیح است؟

الف- ارائه خدمات بازدید از مجموعه بازدیدهای گردشگری مقصد

ب- آنچه گردشگر به خاطر بازدید از آن بلیط تهیه می کند

ج- ارائه خدمات بازدید از مجموعه های یک مقصد به قصد کسب اطلاع

د- تأمین یک راهنمای حرفه ای برای برنامه های بازدید

۲. در صورتی که گردشگران از خدمات حمل و نقل و هتل که یک تور ارائه می دهد استفاده کنند و در طول سفر برنامه ای یکسان را تجربه کنند، از کدام نوع بسته سفر استفاده کرده اند؟

الف- بسته سفر گروهی

ب- بسته سفر مستقل

ج- بسته سفر دربستی

د- بسته سفر انفرادی

۳. کدام گزینه جزء دلایل مهم علاقه گردشگران به سفرهای انفرادی است؟

الف- پایین بودن قیمت سفرهای انفرادی

ب- همراهی با افرادی که علاقه ای نزدیک به هم دارند.

ج- تفاوت شرایط روحی افراد در رابطه با سفر

د- آگاهی از مجموعه مبالغی که فرد باید بپردازد.

۴. ارزان ترین محصولی که تورگردانان ارائه می دهند چیست؟

الف- برنامه سفرهای تابستانی

ب- بسته های سفر سفارشی

ج- برنامه سفرهای زمستانی

د- حمل و نقل و اقامت

۵. بنگاه های تورگردان در فصول رکود گردشگری از چه نوع سیاست قیمت گذاری استفاده می کنند؟

الف- سیاست قیمت گذاری بر مبنای هزینه نهایی

ب- سیاست قیمت گذاری بر مبنای قیمت پایه

ج- سیاست قیمت گذاری از طریق ابزارهای ترویجی

د- سیاست قیمت گذاری بر مبنای منافع حاصل از فروش

۶. کدام گزینه در تعریف تورگردانان بازار انبوه صحیح است؟

الف- تورگردانانی که بسته های سفر کامل را برای مقاصد مختلف در داخل کشور خود تدارک می بینند.

ب- تورگردانانی که برای بسته سفر خود از نوع خاصی از امکانات اقامتی نظیر کمپینگ استفاده می کنند.

ج- تورگردانانی که تعداد قابل توجهی از برنامه های تور را عرضه کرده و دارای قدرت چانه زنی با هتلداران هستند.

د- تورگردانانی که از اسباب حمل و نقل خاصی برای بسته سفر خود استفاده کرده و وابسته به یک شرکت حمل و نقل هستند.

۷. گرفتن بازخورد از مشتریان جز فعالیت های کدام بخش از یک بنگاه تورگردان است؟

الف- واحد عملیات

ب- واحد فروش و بازاریابی

ج- واحد مدیریت

د- واحد اداری



مجاز است.

استفاده از:

۸. کدام گزینه جزء انتظارات مشتری از تورگردان است؟

الف - انتقال درست و دقیق اطلاعات و اعلام بهای نهایی محصول

ب - داشتن رفتاری هماهنگ با سایر اعضای تور

ج - وجود امنیت و پاکیزگی در سرویس های حمل و نقل

د - پرداخت به موقع براساس قرارداد از طرف تورگردان

۹. همکاری با کدام بخش صنعت گردشگر موجب پرشدن ویتترین محصولات یک دفتر خدمات مسافرتی می شود؟

الف - خطوط هوایی ب - تورگردان ها ج - هتلداران د - راهنمایان تور

۱۰. در کانال توزیع بسته های سفر کدام گروه نقش کلیدی را بر عهده دارند؟

الف - مراکز فروش ب - حمل و نقل ج - راهنمایان د - تورگردانان

۱۱. در صورتی که یک بنگاه تورگردان بخواهد دریابد که مشتریان از کدام محصولات وی بیشتر استقبال کرده اند از چه راهکاری

باید استفاده کند؟

الف - قیمت گذاری بر مبنای قیمت نهایی ب - ارائه محصولات متعدد و متنوع

ج - ارائه معیاری برای گروه بندی محصولات د - تجزیه و تحلیل موقعیت خود در بازار

۱۲. کدام گزینه رقیب مستقیم بنگاهی است که تور سفر به ترکیه با قطار را ارائه می دهد؟

الف - بنگاهی که تور سفر به سوریه با قطار را ارائه می دهد.

ب - بنگاهی که تور سفر به ترکیه با هواپیما را ارائه می دهد.

ج - بنگاهی که تور سفر به ترکیه را با قطار ارائه می دهد.

د - بنگاهی که تور سفر به سوریه را با هواپیما ارائه می دهد.

۱۳. در چه زمانی میزان سودآوری بنگاه ها کاهش می یابد؟

الف - در صورتی که رقابت شدت پیدا کند. ب - در صورتی که رقبا از وضعیت یکسانی برخوردار نباشند.

ج. در صورتی که حجم تقاضا افزایش یابد. د - در صورتی که قیمت ها افزایش یابد.

۱۴. کدام گزینه جزء معایب تجزیه و تحلیل پر تفولیوی محصول است؟

الف - ممکن است منابع مالی شرکت برای ترویج محصولات ممتاز کافی نباشد.

ب - مقررات صنفی مانع استفاده از برخی از راهبردها می گردد.

ج - امکان سودآوری بیشتر برای همه رقبا فراهم می شود.

د - امکان افزایش قیمت برای کلیه محصولات در دسترس نیست.

۱۵. جمع آوری اطلاعات در رابطه با مقصد سفر چه کمکی به یک تورگردان می کند؟

الف - شناخت رقبا ب - قیمت گذاری مناسب

ج - آگاهی نسبت به نحوه تبلیغ د - شناخت محدودیت های احتمالی



مجاز است.

استفاده از:

۱۶. مهمترین عامل موفقیت یک بسته سفر چیست؟
- الف - قیمت مناسب و ارائه تخفیف به مشتریان
ب - همکاری میان تورگردانان و عرضه کنندگان و مقامات محلی
ج - همکاری میان راهنمایان تور و مشتریان
د - وجود جاذبه های متعدد در بسته سفر
۱۷. تورگردانان برای صرفه جویی در زمان در بسته سفر خود چه عنصری را در نظر می گیرند؟
- الف - استفاده از سرویس های حمل و نقل اختصاصی
ب - استفاده از تور گشت های هتل
ج - صرف صبحانه در هتل محل اقامت
د - صرف ناهار در هتل های محل اقامت
۱۸. کدام یک از وظایف زیر توسط مدیریت عملیات یک بنگاه تورگردان صورت می گیرد؟
- الف - انتخاب مقصد
ب - انتخاب بازار هدف
ج - برقراری ارتباط با عرضه کنندگان خدمات
د - انتخاب شیوه حمل و نقل
۱۹. کدام گزینه در مورد بسته سفر حلقوی صحیح است؟
- الف - مسافری که وارد تهران می شود و پس از بازدید از چند شهر در ایران دوباره از تهران به کشورش برمی گردد.
ب - مسافری که وارد اصفهان می شود و پس از بازدید هر جاذبه به هتل محل اقامت خود بازمی گردد.
ج - مسافری که وارد تهران می شود و پس از بازدید از چند شهر در ایران از تبریز به کشورش برمی گردد.
د - مسافری که وارد ایران می شود سپس به ترکیه و عراق می رود و سرانجام از سوریه به کشورش بازمی گردد.
۲۰. تهیه راهنمای عملیات بر عهده چه کسی است؟
- الف - راهنمایان تور
ب - دفاتر خدمات مسافرتی
ج - تورگردانان
د - گشت هتل ها
۲۱. مهمترین عامل در آمیخته بازاریابی که بر قیمت تاثیر می گذارد چیست؟
- الف - محصول
ب - نام تجاری
ج - مکان
د - ترویج
۲۲. کدام گزینه در مورد قیمت گذاری رقابتی صحیح است؟
- الف - در این روش پس از محاسبه هزینه تمام شده محصول، قیمت گذاری صورت می گیرد.
ب - در این روش قیمت براساس ارزشی که محصول از نظر مشتری دارد تعیین می شود.
ج - در این روش قیمت بر مبنای نرخ بازده سرمایه تعیین می شود.
د - در این روش قیمت گذاری با توجه به شرایط قیمتی سایر رقبا تعیین می شود.



مجاز است.

استفاده از:

۲۳. تخفیف تجاری چیست؟

- الف - تخفیفی است که برای متقاضیانی در نظر گرفته می شود که در فصول کاهش تقاضا خرید می کنند.
ب - تخفیفی است که در قبال خرید به صورت عمده به مشتری داده می شود.
ج - تخفیفی است برای پرداخت هزینه های که واسطه ها برای وظایف بازاریابی متحمل می شوند.
د - تخفیفی است که در قبال خرید نقدی به مشتریان داده می شود.

۲۴. کدام گزینه مربوط به تجزیه و تحلیل بازار است؟

- الف - عوامل حقوقی و عوامل تکنولوژیکی
ب - ویژگی های محصول و نرخ بیکاری
ج - عوامل رقابتی و محل اقامت
د - نیروی انسانی و عوامل بیولوژیکی

۲۵. در قیمت گذاری محصول کدام نکته اهمیت دارد؟

- الف - کارکنان ارائه دهنده خدمات
ب - نحوه اطلاع رسانی به بازار هدف
ج - روش هایی برای عرضه محصول به بازار
د - میزان تمایل به پرداخت بازار هدف

۲۶. کسب رضایت نهایی مشتری از محصولات گردشگری متأثر از چیست؟

- الف - فرایند ترویج
ب - فرایند قیمت گذاری
ج - فرایند عرضه
د - فرایند مکان یابی

۲۷. هدف اصلی تبلیغ چیست؟

- الف - برقراری ارتباط مؤثر
ب - معرفی یک بسته جدید سفر
ج - خنثی کردن عملیات رقبا
د - افزایش فروش

۲۸. ضریب اشتغال بسته سفر برای یک تور گردان چگونه محاسبه می شود؟

- الف - تقسیم تعداد بسته های سفر فروخته شده به تعداد دفعات برگزاری تور
ب - تقسیم متوسط تعداد اعضای هر تور بر حداکثر ظرفیت قابل عرضه در هر مرتبه
ج - تقسیم متوسط تعداد اعضای هر تور به تعداد بسته های سفر فروش رفته
د - تقسیم تعداد بسته های سفر فروش رفته به کل بسته های سفر در هر مرتبه

۲۹. کدام گزینه مربوط به عملیات قبل از اجرای تور است؟

- الف - تعیین زمان دقیق حضور افراد
ب. معرفی بسته های سفر دیگر تورگردان
ج - ایجاد زمینه رقابت میان اعضای تور
د - تعیین مسیر و جزئیات برنامه سفر

۳۰. بهترین اقدامی که تورگردانان می توانند در قبال مشتریان راضی از بسته های سفر، ارائه دهنده چیست؟

- الف - سعی کنند وی را مشتری مجدد بسته های سفر کنند.
ب - سعی کنند به آنها پیشنهاد بسته های سفر جدید را بدهند.
ج - سعی کنند برای آنها در سفرهای بعدی تخفیف قایل شوند.
د - سعی کنند آنها را از اطلاعات مربوط به سفر زودتر آگاه کنند.