

۱- معیاری مرکب از زمان و نگرش ذهنی، برای ایجاد دوره های زمانی که در آنها وظایف و سایر تعهدات به حداقل خود می رسند، چه نامیده می شود؟

- ۰۱ فراغت ۰۲ گردشگری ۰۳ تفریح ۰۴ مسافرت

۲- کدام یک از رویکردهای گردشگری نسبت به سایر رویکردها برتری دارد و می تواند در زمینه های خرد و کلان به کار برده شود؟

- ۰۱ رویکرد نهادی ۰۲ رویکرد میان رشته ای

- ۰۳ رویکرد اقتصادی ۰۴ رویکرد سیستمی

۳- گردشگری بین المللی در درجه اول کدام یک از گزینه های زیر را مورد توجه قرار می دهد؟

- ۰۱ مسافرت بین کشورها با فاصله های خیلی طولانی ۰۲ مسافرت بین کشورهای همسایه

- ۰۳ مسافرت های داخلی ۰۴ مسافرت های سیاحتی

۴- کدام یک از گزینه های زیر به تعریف میدلتون از "سطل سوراخ شده سندرم" اشاره دارد؟

- ۰۱ مقصدها باید سعی نمایند مشتریان خود را با جاذبه های بیشتر جذب نمایند.

- ۰۲ هر کشوری باید سعی در تشویق و ترغیب مردم کشور خود به گردشگری داخلی نماید.

- ۰۳ مقصدها باید بدون توجه به اینکه تعدادی از مشتریان را هر ساله در اثر عدم توجه به محل بازار از دست می دهند، مشتریان جدیدی را جذب نمایند.

- ۰۴ هر کشوری باید تلاش نماید مردم کشور خود را به گردشگری بین المللی تشویق و ترغیب نماید.

۵- کدام یک از گزینه های زیر از اصول زیر بنایی گردشگری، که بازاریابی خدماتی را از بازاریابی صنعتی متفاوت می سازد، می باشد؟

- ۰۱ تفکیک پذیری ۰۲ ملموس بودن ۰۳ فناپذیری ۰۴ همگونی

۶- هماهنگ کردن فعالیتهای بازاریابی داخلی و خارجی، به کدام یک از حوزه های فرایند مدیریت بازاریابی مربوط می شود؟

- ۰۱ تهیه سیستم اطلاعاتی بازاریابی ۰۲ نظارت و کنترل

- ۰۳ عملیات بازاریابی ۰۴ برنامه ریزی بازاریابی

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۵۵ 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

۷- فرایندی که در آن افراد اطلاعاتی را که دریافت می کنند به منظور متناسب ساختن با تجسم و تفکر کلی از دنیا، تصفیه می نمایند، چه نامیده می شود؟

۱. انگیزش ۲. ادراک ۳. نگرش ۴. عادت

۸- در گونه شناسی گردشگری، کدام یک از گروههای زیر علاقه دارند فعالیت های جدید را امتحان کنند و با مردم جدید ملاقات کنند و فرهنگ های مختلف را تجربه نمایند؟

۱. ماجراجویان ۲. نازپروردگان ۳. افراد مقتصد ۴. افراد مضطرب

۹- کدام یک از عوامل تاثیرگذار خارجی موثر بر انگیزش و خرید در گردشگری، با بیان شرح حال گروههای مختلف مردم با شیوه ای که آنها بدان طریق زندگی می کنند پیش بینی انگیزه های مسافرت آنها و خریدهایشان امکان پذیر می گردد؟

۱. طبقه اجتماعی ۲. فرهنگ ۳. شیوه زندگی ۴. چرخه زندگی

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

۱. مرحله آگاهی ۲. مرحله تحقیق و درک مطلب ۳. مرحله توسعه نگرش ۴. مرحله ارزیابی

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

۱. فرایندی نسبتا ساده اما غیر رسمی است ۲. دستورالعمل معینی برای رفتار خرید وجود ندارد
۳. یک یا دو نفر در فرایند خرید درگیر هستند ۴. ارتباط وابسته بین خریدار و فروشنده وجود دارد

۱۲- "مفهوم از نظر وبستر و ویند، به این معنی است که تمام افراد و گروههایی که در فرایند تصمیم گیری شرکت می کنند کسانی هستند که در هدف ها و خطرات مشترک ناشی از تصمیم گیری سهیم می باشند".

۱. ماهیت خرید ۲. ماهیت بازاریابی ۳. واحد مشارکت ۴. واحد تصمیم گیری

۱۳- "برای بازاریابی متبکرانه لازم است مورد هدف قرار گیرد".

۱. بازار گردهمایی ۲. تسهیلات جذاب محلی ۳. امنیت ۴. بازار قابل دسترس

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۵۵ 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

۱۴- توصیف کنندگان گردشگر چه افرادی را "پلنگهای خاکستری" می نامند؟

۱. افرادی که پیش از موقع بازنشسته شده و به سفر علاقمندند
۲. افراد ماجراجویی که به دنبال سفرهای اکتشافی هستند
۳. افراد پولداری که به سفرهای جذاب علاقمندند
۴. افرادی که در جستجوی مکان های جدید غیر معمولی هستند

۱۵- در کدام یک از انواع تقسیم بندی بازار مشتریان، فرض بر این است که مردم درباره انواع تعطیلات یا عرضه داشت های گردشگری موجود نگرش های متفاوتی دارند؟

۱. تقسیم بندی روانشناختی
۲. تقسیم بندی جمعیت شناختی
۳. تقسیم بندی بر اساس ادراک
۴. تقسیم بندی بر اساس کاربرد

۱۶- کدام یک از گزینه های زیر از عناصر اصلی آمیزه بازاریابی (۴ پی) نمی باشد؟

۱. محصول
۲. زمان
۳. قیمت
۴. تبلیغات

۱۷- "..... در درجه اول به اندازه و مصرف بالقوه بازار و مهمتر از آن به میزان و شدت رقابت بستگی دارد". گزینه صحیح را برای کامل کردن عبارت انتخاب کنید.

۱. جذابیت بازار
۲. راهبرد بازار
۳. موقعیت بازار
۴. تمرکز بازار

۱۸- آرمان ها و نشانه گاه هایی که یک سازمان آرزو دارد تا در یک مدت معین بدان دست پیدا کند، چه نامیده می شود؟

۱. تاکتیک
۲. راهبرد
۳. تکنیک
۴. هدف

۱۹- 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 کنند، شناسایی نماید، چه نامیده می شود؟

۱. برنامه ریزی بازاریابی
۲. ممیزی بازاریابی
۳. راهبرد بازاریابی
۴. ماموریت بازاریابی

۲۰- هدف کدام یک از راهبردهای رقابتی محوری پورتر مجذوبیت تقریبا کامل در رابطه با یک بخش بازار از طریق توسعه ارتباطات قوی با مشتریان موجود و بالقوه است؟

۱. راهبرد رهبری هزینه
۲. راهبرد تفکیک
۳. راهبرد تمرکزی
۴. راهبرد ساختار

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۵۵ 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

۲۱- در ماتریس گروه مشاوران بوستون، زمانی که سهم بازار بالا و رشد بازار پایین باشد کدام یک از گزینه های زیر وجود خواهد داشت؟

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

۲۲- در شبکه برنامه ریزی فعالیت استراتژیک ماتریس جنرال الکتریک محورها چه چیز را نشان می دهد؟

۱. سهم بازار، توانمندی شرکت ۲. رشد بازار، جذابیت صنعت
۳. موقعیت رقابتی، سهم بازار ۴. موقعیت رقابتی، جذابیت صنعت

۲۳- زمانی که یک شرکت یا سازمان برآورد می نماید آنچه باید عرضه کند برای شمار محدودی از بخش های بازار سودمند می باشد، کدام یک از راهبردهای زیر کاربرد دارد؟

۱. راهبرد پیرو ۲. راهبرد من هم همینطور
۳. راهبرد بازاریابی گوشه ای ۴. راهبرد رهبری بازار

۲۴- کدام یک از تکنیک های کیفی پیش بینی، شامل کسب نظر و عقیده کارشناسی درباره دیدگاههای آینده برای یک بازار خاص است بدون آنکه کارشناسان یا یکدیگر ملاقات کنند؟

۱. تکنیک برآورد کارمندان فروش ۲. تکنیک دلفی
۳. تکنیک عقیده مدیریت ارشد ۴. تکنیک برنامه ریزی سناریو

۲۵- کدام یک از تکنیک های کمی پیش بینی، شامل پیش بینی تقاضای آینده بر پایه روندهای گذشته می باشد؟

۱. سری های زمانی غیر علی ۲. روش های علی
۳. شبیه سازی رایانه ای ۴. تجزیه و تحلیل همسانی

۲۶- کدام یک از گزینه های زیر نشان دهنده شیوه های بودجه بندی می باشد؟

۱. شیوه درصد فروش، شیوه هدف و انجام کار ۲. شیوه بررسی تقاضا، شیوه درصد فروش
۳. شیوه برابری با رقبا، شیوه هدف و انجام کار ۴. شیوه بررسی تقاضا، شیوه برابری با رقبا

۲۷- "عموماً جهت ارزیابی ارتباط بین دو متغیر مالی و مقدماتاً به منظور ارزیابی عملکرد کنونی موسسه، هم داخلی و هم با رقبا، مورد استفاده قرار می گیرد".

۱. بازده سرمایه ۲. نسبت سود به هزینه
۳. بازگشت سرمایه ۴. تحلیل نسبت

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۵۵ 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

۲۸- "تحقیقات بازاریابی درباره وظیفه تولید اطلاعات می باشد در حالی که بر مدیریت جریان اطلاعات برای تصمیم گیرندگان بازاریابی متمرکز می شود".

- ۰۱ سیستم اطلاعات مدیریت MIS
۰۲ سیستم پشتیبانی تصمیم گیری DSS
۰۳ سیستم اطلاعات بازاریابی MKIS
۰۴ سیستم پشتیبانی مدیریت ارشد ESS

۲۹- کدام یک از گزینه های زیر نشان دهنده اولین مرحله در فرایند تحقیقات بازاریابی می باشد؟

- ۰۱ اندیشیدن در خصوص طرح تحقیقی
۰۲ تشخیص و تعریف مشکل
۰۳ بررسی مقدماتی منابع اطلاعاتی
۰۴ جمع آوری اطلاعات

۳۰- کدام یک از شیوه های پیمایش متداولترین شکل پیمایش می باشد؟

- ۰۱ پیمایش های کلی
۰۲ پیمایش های در محل یا خارج
۰۳ پیمایش های پستی
۰۴ پیمایش های تلفنی

پایگاه خبری دانشجویان پیام نور
WWW.PNUNA.COM
« آخرین اخبار دانشگاه پیام نور »
« بانک نمونه سوالات دانشگاه پیام نور »