

۱- کدامیک از عوامل زیر در رشد شتابان سفر و صنعت گردشگری در جهان موثر بوده است؟

۱. تبدیل شدن سفر به یک کالای لوکس
۲. کاسته شدن از آثار بلایای طبیعی
۳. پیشرفت در فناوری ارتباطات
۴. بهبود خدمات بهداشتی در مقاصد

۲- یک بنگاه تورگردان ورودی بر اساس داشته های موجود در سرزمین خود اقدام به طراحی یک بسته سفر نموده است، قضاوت شما چیست؟

۱. ناموفق است زیرا او به مشخصات و علائق بازار هدف توجه ننموده است
۲. موفق است زیرا او به هر آن چه باید توجه نماید پرداخته است
۳. با توجه به محدودیت های موجود در مقصد او چاره ای غیر از این نداشته است
۴. با توجه به ویژگی های مقصد باید گفت او بهترین انتخاب را انجام داده است

۳- گزینه نادرست کدام است؟

۱. با افزایش قیمت سوخت احتمالا تمایل به استفاده از بسته های سفر گروهی افزایش خواهد یافت.
۲. با تحول در ماهیت گردشگران تورگردانان در آینده تمایل کمتری به عرضه بسته های سفر ساحلی از قبل طراحی شده خواهند داشت.
۳. با افزایش قیمت دلار تقاضا برای بسته های سفر عرضه شده از سوی تورگردانان تورهای خروجی محدود تر می شود.
۴. انتظار می رود با افزایش قیمت ارز تقاضا برای سفرهای زیارتی با تاکید بر حج واجب به شدت کاهش یابد.

۴- با توجه به ماهیت بسته های سفر و شرایط بازار آن ها، در رابطه با کدام نوع از بسته های سفر مسله گذاری برای تورگردانان اهمیت بسیار بیشتری پیدا می کند؟

۱. بسته های سفر از قبل شکل گرفته
۲. بسته های سفر تابستانی
۳. بسته های سفر زمستانی
۴. بسته های سفر ارزان قیمت

۵- کدام گروه از تورگردانان برای حل مسئله رقابت شدید بازارهای هدف را میان خود تقسیم می کنند؟

۱. تورگردانان ورودی
۲. تورگردانان بازار انبوه
۳. تورگردانان تخصصی
۴. تورگردانان داخلی

۶- فرض کنید بسته سفری به منظور بازدید از شهر تاریخی یزد تنظیم شده است. کدام گزینه می تواند از نقایص جدی و مهم این بسته سفر دانسته شود؟

۱. عدم بازدید از جاذبه ای نظیر زندان اسکندر به عنوان موقعیتی تاریخی.
۲. لحاظ نکردن بازدید از قنادهای حاج خلیفه به عنوان یک جاذبه ارزشمند محلی.
۳. عدم توجه به توان بدنی گروه مسافران و تنظیم برنامه ای سنگین و پر بازدید.
۴. اختصاص یک روز آزاد در برنامه سفر برای خرید یا بازدید از محل هایی که در برنامه تور قرار نداشته است.

۷- چرا ارتباط با دفاتر خدمات مسافرتی برای تورگردانان سود بخش است؟

۱. زیرا بدین ترتیب تورگردانان مسوولیتی در قبال بسته سفر نخواهند داشت.
۲. زیرا در بازار مسافران بیشتر دفاتر خدمات مسافرتی را می شناسند.
۳. زیرا به این ترتیب دفاتر دیگر تنها فروشنده بلیط نبوده و خدمات متنوعی را به مشتریان ارائه می دهند.
۴. زیرا دیگر لازم نیست که تورگردان زحمت جمع آوری اطلاعات و هماهنگی های لازم در مقصد را خود متحمل شود.

۸- کدام عامل در ساده یا پیچیده بودن کانال توزیع در کسب و کار تورگردانان موثر است؟

۱. رفتار خرید مشتریان
۲. توانایی های دفاتر خدمات مسافرتی
۳. گستردگی فعالیت نمایندگان گروه ها و سازمان ها
۴. قدرت مالی دفاتر خدمات مسافرتی

۹- کدام گزینه جزء انتظارات عرضه کنندگان از تورگردان است؟

۱. داشتن برخورد مناسب با مسافران
۲. دادن اطلاعات درست به مسافران
۳. ارائه قیمت قطعی به مسافران
۴. پرداخت به موقع مطابق قرارداد بسته شده

۱۰- کدام دسته از محصولات یک تورگردان برای پشتیبانی از نرخ بالای رشد نیازمند نقدینگی بالا هستند؟

۱. ستارگان
۲. علامت سوال ها
۳. گاوهای شیرده
۴. سگ ها

۱۱- کدام گزینه یک محصول متعلق به دسته سگ ها را معرفی می کند؟

۱. این محصولات حاصل ترکیب رشد آرام و سهم بالای بازار هستند.
۲. این محصولات دارای سهم بالای بازار بوده و بازار آنها از رشد شدیدی برخوردار است.
۳. این محصولات از لحاظ هزینه ها در وضعیتی نا مطلوب قرار داشته و فرصت اندکی برای رشد دارند.
۴. این محصولات حاصل ترکیب نرخ رشد سریع و حاشیه سود کم هستند.

۱۲- تورگردانی قصد دارد مسافران خود را برای بازدید از شهر زیززمینی نوش آباد به این منطقه ببرد اما این جاذبه برای برگزاری سفر کفایت نمی کند لذا در کنار آن برنامه سفر به نطنز و کویر مرنجاب را نیز می گنجانند. در برگزاری این سفر تورگردان از چه راه حلی استفاده کرده است؟

۱. ارائه جاذبه هایی مطابق سلیقه مسافران

۲. در نظر گرفتن امکانات مناسب در مقصد مورد نظر

۳. ایجاد نوآوری در بسته سفر ارائه شده

۴. ایجاد جاذبه های مکمل در مقاصد نزدیک به مقصد اولیه در بسته سفر

۱۳- کدام گزینه مربوط به اطلاعاتی است که تورگردان باید در مورد جاذبه های مقصد از آن آگاهی داشته باشد؟

۱. قیمت اجناس در فروشگاه های جاذبه ها چقدر است.

۲. خدمات راهنمایی تور به چه زبان هایی در جاذبه ها ارائه می شود.

۳. آیا در جاذبه ها افرادی برای حمل خریدهای مسافران وجود دارد.

۴. رفتار مطلوب در مورد انعام دهی در مقصد چگونه است.

۱۴- آگاهی تورگردانان از فضای کسب و کار در بازارهای سنتی کشور مقصد به کدام عنصر مربوط است؟

۱. خرید ۲. جاذبه ۳. هتل ۴. رستوران

۱۵- کدام گزینه در طراحی بسته های سفر زمینی باید مورد توجه یک تورگردان قرار گیرد؟

۱. در نظر گرفتن جاذبه های مورد نظر مسافران ۲. وجود برنامه موسیقی زنده در یک رستوران

۳. تنوع محل صرف غذا و تنوع غذایی در مقصد ۴. توقف های مناسب در استراحت گاههای مجهز

۱۶- کدام گزینه یک بسته سفر حلقوی را نشان می دهد؟

۱. ورود از تهران به اصفهان - اقامت ۴ روزه در اصفهان - بازگشت از اصفهان به تهران

۲. ورود از ایتالیا به واشنگتن در امریکا - سفر به مرلیند و سپس تگزاس - بازگشت از تگزاس به ایتالیا

۳. ورود از تهران به فرانسه - سپس سفر به ایتالیا و آلمان - بازگشت از فرانسه به تهران

۴. ورود از شیراز به کرمان - سپس سفر به یزد و اصفهان - بازگشت از اصفهان به شیراز

۱۷- کدام گزینه جزء معایب بسته های سفر با مرکزیت ثابت است؟

۱. متوسط هزینه اقامت در هتل در این نوع بسته سفر افزایش می یابد.
۲. محل اقامت، صبحانه و فضای پیرامونی هتل برای گردشگر تکراری می شود.
۳. طی مسیرهای جدید برای گردشگر خسته کننده است.
۴. مسافران به دلیل جابه جایی های بی مورد هزینه بیشتری متحمل می شوند.

۱۸- کدام گزینه در برنامه راهنمای عملیات که توسط تورگردان تهیه می شود وجود دارد؟

۱. نرخ هتل ها و جاذبه ها
۲. مسیرهای تردد
۳. سابقه تاریخی جاذبه ها
۴. لغات اضطراری مورد نیاز

۱۹- قیمت از نظر عرضه کنندگان چگونه تعریف می شود؟

۱. مجموع رقم پولی که مشتری حاضر است به ازای در اختیار گرفتن محصول پردازد.
۲. قیمت بیانگر ارزشی است که محصول برای مشتری ایجاد می کند.
۳. قیمت مبلغی است که بابت محصول می توان از مشتری اخذ نمود.
۴. قیمت مبلغی است که مشتری در ازای خرید محصول و خدمات می پردازد.

۲۰- کدام یک از عناصر زیر در ارائه استراتژی قیمت گذاری متناسب با تصویری که می خواهیم از بسته سفر در ذهن مسافر شکل گیرد، تطابق دارد؟

۱. هدف گیری سهم بازار
۲. اعتبار نام تجاری
۳. تغییر الگوی تقاضا
۴. حداکثر ساختن سود

۲۱- کدام یک از عناصر آمیخته بازاریابی می تواند بیشترین تاثیر را در قیمت گذاری بسته سفر ایجاد کند؟

۱. ترویج و تبلیغ بسته سفر
۲. رفتار خرید مسافران
۳. مکان استقرار بنگاه تورگردان
۴. محصول تورگردان

۲۲- کدام گزینه جزء مواردی است که یک بنگاه تورگردان باید در رابطه با عوامل جمعیتی به آن توجه نماید؟

۱. میزان اشتغال زنان
۲. میزان اعتبارات در دسترس
۳. مکان یابی نسبت به بازار هدف
۴. قیمت گذاری

۲۳- نحوه رزرو جا جزء کدامیک از عناصر آمیخته بازاریابی برای یک بنگاه محسوب می شود؟

۱. مکان      ۲. محصول      ۳. ترویج      ۴. فرایند

۲۴- کدام گزینه مربوط به " جلوه های ظاهری " یک بنگاه تورگردان است؟

۱. نحوه ارائه خدمات کارکنان عناصر عرضه کننده نظیر هتل  
۲. ظاهر سایر مسافرانی که با شما در یک تور همسفر هستند  
۳. امکان برقراری تماس مستقیم تلفنی با تورگردان  
۴. یونیفرم زیبا و یکسان راهنمایان

۲۵- وقتی یک بنگاه تورگردان سعی می کند برای کارکنان دفاتر خدمات مسافرتی که بسته های سفر او را ارائه می کنند، امتیازاتی قائل شود، کدام یک از اهداف تبلیغ را مورد توجه قرار داده است؟

۱. افزایش فروش      ۲. ایجاد رابطه بهتر با عناصر واسطه  
۳. معرفی یک بسته سفر جدید      ۴. ایجاد وجهه مناسب برای بسته های سفر

۲۶- وقتی رقابت در بازار سفر شدت می گیرد، تورگردانان از چه نوع تبلیغاتی برای پیشبرد کار خود بهره می برند؟

۱. تبلیغات خاص      ۲. تبلیغات متقاعد کننده  
۳. تبلیغات آگاه کننده      ۴. تبلیغات انتخابی

۲۷- تدارک سفری مجانی برای افراد سرشناس از سوی یک تورگردان جزء کدامیک از روش های پیشبرد فروش است؟

۱. کالاهای تبلیغاتی      ۲. نمونه های رایگان  
۳. برگه های تخفیف      ۴. فوق العاده تجاری

۲۸- کدام گزینه مربوط به عملیات قبل از اجرای تور است؟

۱. رزرواسیون- ارسال لیست نفرات به هتل  
۲. به هنگام سازی اطلاعات- معرفی برنامه روز بعد  
۳. رفتن به محل تحویل مسافران- مرور برنامه کلی سفر برای مسافران  
۴. انجام پیش پرداخت به عرضه کنندگان- گرفتن باز خورد مسافران

تعداد سوالات: نستی: ۳۰ تشریحی: ۰  
زمان آزمون (دقیقه): نستی: ۵۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: برنامه ریزی و سرپرستی گشتهای جهانگردی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت جهانگردی، مدیریت جهانگردی (چندبخشی) ۱۲۱۸۰۲۱

۲۹- کدام گزینه جزء وظایف تورگردان در ایام برگزاری تور است؟

۱. ایجاد تاثیر مثبت بر مسافران برای رفع نارضایتی های احتمالی

۲. بیان مقدمه ای در خصوص سفر برای مسافران

۳. کمک به مسافران و دادن اطلاعات مورد درخواست ایشان

۴. ایجاد زمینه رقابت میان اعضای تور

۳۰- متوسط دریافتی حاصل از هر مسافر چگونه محاسبه می شود؟

۱. تعدادانصراف از یک بسته سفر تقسیم بر حداکثر ظرفیت قابل عرضه در برنامه سفر

۲. متوسط اعضای هر تور تقسیم بر حداکثر ظرفیت قابل عرضه در هر مرتبه

۳. تعداد بسته های فروخته شده تقسیم بر تعداد دفعات برگزاری بسته های سفر مذکور

۴. دریافتی حاصل از فروش بسته سفری معین تقسیم بر کل بسته های سفر به فروش رفته

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