

نام درس: برنامه ریزی و سرپرستی گشتهای جهانگردی
روشته تحصیلی و کد درس: مدیریت جهانگردی (ستتی، تجمیع) ۱۲۱۸۰۲۱
تعداد سؤالات: تستی: ۳۰ تشریحی: —
زمان آزمون: تستی: ۴۵ تشریحی: — دقیقه
آزمون نمره منفی دارد ○ ندارد ⊗

مجاز است.

استفاده از: —

کد سری سؤال: یک (۱)

امام علی^ع: شرافت به خرد و ادب است نه به دارایی و نژاد.

۱. اگر افراد گردشگر تنها از خدماتی نظیر حمل و نقل هوایی، ترانسفر فرودگاهی و هتل استفاده کنند، بی آنکه ارتباط خاصی میان آنها و نمایندگان تور شکل گیرد، چنین بسته سفری را چه می نامند؟

الف. بسته سفر گروهی ب. بسته سفر مستقل ج. بسته سفر سفارشی د. بسته سفر زمان بندی شده

۲. کدامیک از گزینه های زیر از ارزانترین خدماتی است که از سوی تورگردانان ارائه می شود؟

الف. برنامه های سفر زمستانی ب. برنامه های سفر تابستانی

ج. فروش محصولات واسطه ای د. فروش بسته حمل و نقل و اقامت

۳. کدامیک از گزینه های زیر از دلایلی است که با وجود رشد صنعت تورگردانی، برخی از بنگاهها با شکست مواجه شدند؟

الف. رشد سریع، استقراض بیش از حد توان و مدیریت غیرکارآمد

ب. تعدد سلايق و درخواستهای مسافران

ج. عدم حمایت های دولت از صنعت گردشگری و بنگاه های تورگردانی

د. آشنا نبودن تورگردانان با مبانی گردشگری به طور صحیح و اصولی

۴. کدامیک از انواع تورگردانان را تورگردانهای دریافت کننده نیز می نامند؟

الف. تورگردانان بازار انبوه ب. تورگردانان تخصصی

ج. تورگردانان داخلی د. تورگردانان تورهای ورودی

۵. انعقاد قرارداد با عرضه کنندگان و انجام پیش پرداخت به طرف های عرضه کننده توسط کدام واحد بنگاه های تورگردان انجام می شود؟

الف. واحد فروش و بازاریابی ب. واحد روابط عمومی

ج. واحد عملیات د. واحد امور اداری

۶. اینکه بسته سفر را از نظر ماهیت، محصولی چتری می دانند، به چه معناست؟

الف. به این معناست که در بسته سفر یک نوع محصول با اشکال متفاوت عرضه می شود

ب. به این معناست که ارزیابی محصول در گرو عملکرد شایسته تک تک عناصر عرضه کننده و عامل مونتاژ کننده آن است

ج. به این معناست که محصولات توسط بنگاه های مختلف همچون هتل ها، رستوران ها، راهنمایان تور و ... ارائه می شود

د. به این معناست که مؤسسات تورگردانی وظیفه ارائه کلیه خدمات را به مشتریان تور دارند

۷. رابطه بین ارزش - قیمت در بسته سفر چگونه باید باشد؟

الف. ارزش تا حد ممکن بیش از قیمتی باشد که مشتری پرداخته است

ب. قیمت پرداختی مشتری بیش از ارزش بسته سفر باشد

ج. ارزش بسته سفر تا حد ممکن با قیمت پرداختی مشتری برابر باشد

د. رابطه ارزش - قیمت بستگی به عوامل متعددی دارد

نام درس: برنامه ریزی و سرپرستی گشتهای جهانگردی
روشته تحصیلی و کد درس: مدیریت جهانگردی (استی، تجمع) ۱۲۱۸۰۲۱
تعداد سؤالات: تستی: ۳۰ تشریحی: —
زمان آزمون: تستی: ۴۵ تشریحی: — دقیقه
آزمون نمره منفی دارد ○ ندارد ⊗
کد سری سؤال: یک (۱)
استفاده از: — مجاز است.

۸. کدامیک از گزینه‌های زیر نشان‌دهنده، دومین گام طراحی برنامه کسب و کار برای بنگاه تورگردان می‌باشد؟
الف. تجزیه و تحلیل وضعیت موجود
ب. تعیین بازار هدف
ج. تعیین حوزه‌هایی که فروش باید در آنجا متمرکز گردد
د. تجزیه و تحلیل وضعیت رقابتی
۹. در ماتریس رشد، سهم بازار، زمانی که سهم بازار و رشد هر دو بالا باشند کدامیک از گزینه‌های زیر اتفاق می‌افتد؟
الف. سگ
ب. گاو شیرده
ج. علامت سوال
د. ستاره
۱۰. "در شرایط مطلوب هیچ‌وقت نباید نرخ رشد بیشتر از نرخ رشد باشد، مگر اینکه شرکت از راهبرد درو کردن پیروی نموده باشد". گزینه صحیح را برای کامل کردن عبارت انتخاب کنید.
الف. بازار - شرکت
ب. بازار - محصول
ج. عرضه - تقاضا
د. تقاضا - عرضه
۱۱. زمانی که تورگردان تصمیم ورود به مقصدی جدید را می‌گیرد، کدامیک از اقدامات زیر را در ابتدا باید انجام دهد؟
الف. شناسایی رقبا
ج. بررسی عملکرد سایر تورها
د. هدف‌گذاری در مقصد
۱۲. وظایف مربوط به مذاکره، عقد قرارداد و اجرای بسته سفر بر عهده کدامیک از اجزاء بدنه بنگاه تورگردان می‌باشد؟
الف. واحد تحقیقات بازار
ب. واحد تحقیقات مقاصد
ج. واحد عملیات
د. واحد طراح بسته سفر
۱۳. "تعامل میان تورگردان و عناصر عرضه‌کننده، برای شکل‌گیری کسب و کاری پایدار باید به گونه‌ای باشد که آنها ضمن درک متقابل مسائل یکدیگر و داشتن نگاه به بنا نهادن رابطه‌ای بیاندیشند". گزینه صحیح را برای کامل کردن عبارت انتخاب کنید.
الف. کوتاه‌مدت، برد-برد
ب. بلند مدت، برد-باخت
ج. بلندمدت، برد-برد
د. کوتاه مدت، برد-باخت
۱۴. در کدامیک از شکلهای برنامه سفر، گردشگر در مقصد اول پیاده شده و برای بازدید از جاذبه‌های دیگر که علی‌القاعده در شهرهای متفاوتی قرار دارند به هر کدام از این مقاصد نقل مکان می‌کند و اوقات شبانه خود را در محل جدید می‌گذراند؟
الف. بسته سفر با مرکزیت ثابت
ب. بسته سفر حلقوی
ج. بسته سفر با مسیر باز
د. بسته سفر با مسیر بسته
۱۵. بعد از نهایی شدن طراحی بسته سفر، اطلاعات مربوط به آن را به کدامیک از گزینه‌های زیر باید منتقل نمود؟
الف. مشتریان احتمالی خرید و کارکنان تورگردان و عوامل اجرایی
ب. عرضه کنندگان خدمات، دریافت‌کنندگان خدمات
ج. عرضه کنندگان خدمات و کارکنان تورگردان و عوامل اجرایی
د. مشتریان احتمالی خرید و واحدهای زیر مجموعه توگردانی
۱۶. در کدامیک از گزینه‌های زیر همه آنچه در یک برنامه تفضیلی که در اختیار مسافران قرار داده شده، وجود دارد، لیکن علاوه بر آن اطلاعاتی از قبیل مسیرها و زمان‌بندی حرکت نیز آورده شده است؟
الف. برنامه سفر
ب. راهنمای عملیاتی
ج. بسته سفر
د. برنامه عملیاتی

نام درس: برنامه ریزی و سرپرستی گشتهای جهانگردی
روشته تحصیلی و کد درس: مدیریت جهانگردی (ستى، تجميع) ۱۲۱۸۰۲۱
تعداد سؤالات: تستی: ۳۰ تشریحی: —
زمان آزمون: تستی: ۴۵ تشریحی: — دقیقه
آزمون نمره منفی دارد ○ ندارد ⊗
کد سری سؤال: یک (۱)
استفاده از: —
مجاز است.

۱۷. در بنگاههای تورگردانی، در صورتی که تقاضای محصول کشش پذیر باشد، به چه شکلی می توان سودآوری را افزایش داد؟
الف. با تغییرات قیمت ها به سمت بالا
ب. با تغییر قیمت ها به سمت پایین
ج. با کاهش وسعت عملکرد
د. با افزایش وسعت عملکرد
۱۸. وقتی محصولی دارای جانشین های متعدد باشد، درجه کشش پذیری آن چه تغییری می کند؟
الف. تغییر نمی کند
ب. کاهش می یابد
ج. افزایش می یابد
د. ابتدا افزایش و سپس کاهش می یابد
۱۹. کدام یک از روشهای قیمت گذاری در صنعت گردشگری، نخست از سوی خطوط هوایی مورد استفاده قرار گرفت و سپس در صنعت هتلداری و اقامت هم به کار برده شد؟
الف. قیمت گذاری بر مبنای ارزش محصول برای مشتری
ب. قیمت گذاری بر مبنای هزینه تمام شده محصول
ج. قیمت گذاری رقابتی
د. قیمت گذاری بر مبنای مدیریت بازده
۲۰. کدام یک از استراتژیهای قیمت گذاری در صنعت گردشگری، زمانی مورد استفاده قرار می گیرد که شرکت بخواهد درصدی از سهم بازار رقبا را جذب نماید؟
الف. راهبرد قیمت گذاری تهاجمی
ب. قیمت گذاری پرمایه
ج. راهبرد رهبری در قیمت گذاری
د. قیمت گذاری داخلی
۲۱. کدام یک از انواع خط مشی های تخفیف قیمت، گاه تخفیف عملیاتی نیز خوانده می شود؟
الف. تخفیف مقداری
ب. تخفیف فصلی
ج. تخفیف خرید نقدی
د. تخفیف تجاری
۲۲. فرایند مدیریتی که نیازهای مشتری را چنان شناسایی، پیش بینی و تأمین کرده که متضمن کارایی و سودآوری نیز باشد، چه نامیده می شود؟
الف. بازاریابی
ب. برآورد شیوه فروش
ج. مشتری مداری
د. بهره وری
۲۳. کدام یک از گزینه های زیر از عوامل تأثیرگذاری در یک برنامه ریزی بازاریابی ناموفق است؟
الف. پذیرش ناقص برنامه از سوی مدیریت سازمان
ب. فقدان حمایت مدیریت ارشد سازمان
ج. کلی نگرایی بیش از حد
د. در اختیار بودن اطلاعات بیش از حد نیاز
۲۴. کدام یک از گزینه های زیر از عوامل رقابتی مؤثر بر تدوین برنامه بازاریابی گردشگری محسوب می شود؟
الف. نرخ تشکیل شدن خانوار و اندازه خانوارها
ب. میزان اعتبارات در دسترس و پس اندازها
ج. انتخاب نوع مشتری و بازار هدف
د. مقررات اعطای وام
۲۵. اطلاع رسانی به هنگام به بازار هدف به منظور جلب توجه این بازار جهت استفاده از محصولی که از سوی بنگاه گردشگری عرضه می شود، چه نامیده می شود؟
الف. ترویج
ب. فرایند
ج. خدمت رسانی
د. اطلاع رسانی حمایتی
۲۶. کدام یک از اهداف تبلیغات، زمانی که رقابت شدت می گیرد به منظور ایجاد تقاضای انتخابی انجام می پذیرد؟
الف. تبلیغات آگاه کننده
ب. تبلیغات متقاعد کننده
ج. تبلیغات یادآوری کننده
د. تبلیغات ترویجی

نام درس: برنامه‌ریزی و سرپرستی گشتهای جهانگردی
رشته تحصیلی و کد درس: مدیریت جهانگردی (ستتی، تجمع) ۱۲۱۸۰۲۱
تعداد سؤالات: تستی: ۳۰ تشریحی: —
زمان آزمون: تستی: ۴۵ تشریحی: — دقیقه
آزمون نمره منفی دارد ○ ندارد ⊗
کد سری سؤال: یک (۱)
استفاده از: —
مجاز است.

۲۷. کدامیک از گزینه‌های زیر از مهمترین عواملی است که بر زمان‌بندی تبلیغات موثر است؟

الف. نوع رسانه مورد نظر

ب. هدف از انجام تبلیغات

ج. هزینه رسانه

د. نوع پیام

۲۸. برگزاری نمایشگاههای عرضه محصول، در زمره کدامیک از ابزارهای پیشبرد فروش می‌گنجد؟

الف. ابزارهای تشویق مصرف‌کننده

ب. ابزارهای تشویق واسطه‌های تجاری

ج. ابزارهای تشویق فروشندگان شرکت

د. ابزارهای تشویق بازاریابان

۲۹. نوعی تبلیغ غیر شخصی که پیام تبلیغ بوسیله سازمان ذینفع انتشار نمی‌یابد بلکه توسط اشخاص و یا سازمانهای دیگر مطرح

می‌شود و سازمان بابت آن هزینه‌ای پرداخت نمی‌کند، چه نامیده می‌شود؟

الف. اشتهار

ب. روابط عمومی

ج. تبلیغ عمومی

د. تبلیغ خاص

۳۰. کدامیک از گزینه‌های زیر نشان‌دهنده دومین مرحله عملیات رزرواسیون تورها می‌باشد؟

الف. دریافت تقاضای اولیه

ب. نهایی کردن فروش توسط کارمند فروش

ج. ثبت اطلاعات مربوط به فروش بسته سفر از سوی کارمند فروش

د. بررسی امکان عرضه بسته سفر به متقاضی