

تعداد سؤالات: تستی: ۳۰ تشریحی: -  
زمان آزمون: تستی: ۴۵ تشریحی: - دقیقه  
آزمون نمره منفی دارد ○ ندارد ⊗

نام درس: برنامه ریزی و سرپرستی گشتهای جهانگردی  
رشته تحصیلی و کد درس: مدیریت جهانگردی - ۱۲۱۸۰۲۱

مجاز است.

استفاده از: —

کد سری سؤال: یک (۱)

امام علی<sup>(ع)</sup>: برتری مردم به یکدیگر، به دانشها و خردهاست؛ نه به ثروتها و تبارها.

۱. در کدام یک از بسته های سفر زیر، گروه مسافران از انعطاف پذیری بیشتری نسبت به نوع خدمات، اسباب حمل و نقل و مثلاً زمان مورد تمایل سفر برخوردار هستند؟

الف. بسته های سفر سفارشی

ب. بسته های سفر تورهای زمان بندی

ج. بسته های سفر گروهی عمومی

د. بسته های سفر مستقل

۲. کدام یک از موارد زیر، از خصوصیات بسته های سفر سفارشی نمی باشد؟

الف. از نظر خطر پذیری برای تور گردان نسبت به بسته های سفر گروهی عمومی از ریسک پایین تری برخوردار است.

ب. افراد گردشگر تنها از خدماتی نظیر حمل و نقل هوایی، ترانسفر استفاده کرده و ارتباطی میان آنها و تور گردانان نیست.

ج. حداقل زمانی که برای نخستین بار به یک مقصد، طراحی می شود، با دشواری های خاص خود همراه می باشد.

د. تور گردان بجای مشتریان متعدد با نماینده آنها سروکار دارد و این موضوع سازماندهی گروه را آسان می کند.

۳. در کدام دسته از تور گردانان، ریسک های متداول عملیات تور گردانی بین بنگاه تور گردان اصلی و بنگاههای کوچکتری که بسته های سفر را به صورت عمده خریداری می کنند تقسیم می شود؟

الف. تور گردانان بازار انبوه

ب. تور گردانان عرضه کننده بسته های سفر غیر درستی

ج. تور گردانان تخصصی

د. عملیات تور گردانان پیگی بک

۴. کدام یک از واحدهای زیر در چارچوب اصلی فعالیت های انسانی متداول بنگاههای تور گردان نمی باشد؟

الف. واحد فروش و بازاریابی

ب. واحد پذیرش

ج. واحد عملیات

د. واحد امور اداری

۵. هدف تور گردانان از ارائه برنامه تورهای ارزان قیمت (شامل حمل و نقل و اقامت) چیست؟

الف. عرضه بسته های سفر به منظور پوشش دادن هزینه وسیله حمل و نقل و اقامت که حاشیه سود اندکی نیز ایجاد می کند.

ب. عرضه بسته های سفر به منظور سودآوری و منفعت زیاد که تعادل میان عرضه و تقاضا را بهم می زند.

ج. عرضه بسته های سفر به منظور سهولت در فروش و بازاریابی بنگاههای تور گردان

د. ایجاد توازن میان تقاضا به مقاصد مختلف گردشگری

تعداد سؤالات: تستی: ۳۰ تشریحی: -  
 زمان آزمون: تستی: ۴۵ تشریحی: - دقیقه  
 آزمون نمره منفی دارد ○ ندارد ⊗

نام درس: برنامه ریزی و سرپرستی گشتهای جهانگردی  
 رشته تحصیلی و کد درس: مدیریت جهانگردی - ۱۲۱۸۰۲۱

کد سری سؤال: یک (۱)      استفاده از: ---      مجاز است.

۶. کدام یک از موارد زیر در مورد ماهیت بسته سفر ( ماهیت محصول) صحیح نمی باشد؟

الف. طبقه گسترده ای از خدمات و محصولات در این بسته گرد آمده است.

ب. ارزیابی کیفیت محصول در گرو عملکرد شایسته تک تک عناصر عرضه کننده و عامل مونتاژ کننده آن نهفته است.

ج. برقراری توازن و تعامل میان عرضه و تقاضا را در بنگاههای تورگردان بر عهده دارد.

د. علاوه بر تعامل سازنده اجزاء، عملکرد مطلوب هر عضو بر منافع خود و گاه بر وجه مقصد نیز تاثیر گذار است.

۷. کانالهای توزیع در کسب و کار عرضه بسته های سفر به چه معناست؟

الف. از تقاضای مشتریان شروع و بسته به نیاز مشتریان به عرضه کنندگان کالا و خدمات ختم می شود.

ب. از عرضه کنندگان اصلی خدمات نظیر اقامت، حمل و نقل، مراکز فروش و ... آغاز و به مشتری ختم می شود.

ج. از ادارات رفاهی و یا صنعت گرانی که علاقمند به بازدید از جاهای دیدنی هستند شروع و به بنگاهها ختم می شود.

د. در صنعت بسته های سفر موضوع کانال های توزیع به طور کلی فاقد اهمیت تلقی می شود.

۸. در قیمت گذاری بسته سفر رابطه میان ارزش - قیمت به چه صورت تعریف می شود؟

الف. ارزش بسته سفر تورگردان با قضاوت مشتری رابطه ای ندارد.

ب. ارزش بسته سفر بستگی به نظر و خواست مشتری دارد.

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

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

۹. در مراحل عملیات رزرواسیون مرحله پس از « بررسی امکان عرضه بسته سفر به متقاضی» کدام است؟

الف. ثبت اطلاعات مشتری      ب. تایید رزرواسیون

ج. نهایی کردن فروش توسط کارمند فروش      د. پیگیری امور مشتری از سوی کارمند فروش

۱۰. ماتریس رشد - سهم بازار گروه مشاورین بوستن پرتفلیوی محصول عبارتست از :

الف. چارچوبی که بتوان از آن طریق بعضی از محصولات شرکت را اندازه گرفت.

ب. تضمین کننده وضعیت سهم بازار در ارتباط با عدم توازن جریمه نقدینگی

ج. تجزیه و تحلیل در مورد کلیه محصولات که در هر زمان توسط بنگاه ارائه می گردد.

د. بدست آوردن بخش های عمده مصرف کنندگان و شیوه های جدید مصرف که عامل رشد در بازار است.

۱۱. در مدل رشد - سهم بازار، کدام دسته از محصولات دارای سهم بازار بالا بوده و از رشد شدیدی برخوردار می باشد( شرایط ایده آل)

الف. ستارگان      ب. گاوهای شیرده      ج. سگها      د. علامت سوال



تعداد سؤالات: تستی: ۳۰ تشریحی: -  
زمان آزمون: تستی: ۴۵ تشریحی: - دقیقه  
آزمون نمره منفی دارد ○ ندارد ⊗

نام درس: برنامه ریزی و سرپرستی گشتهای جهانگردی  
رشته تحصیلی و کد درس: مدیریت جهانگردی - ۱۲۱۸۰۲۱

مجاز است.

استفاده از: ---

کد سری سؤال: یک (۱)

۱۲. در مواقعی که محصول به سمت منتهی الیه راست - پایین ماتریس رشد- سهم بازار نزدیک شود(سگ) کدام یک از راه حلهای زیر به معنی قطع آگاهانه پشتیبانی تا سطح حداقل به منظور بهینه کردن سودآوری شرکت در طی دوره معمولاً کوتاه مدت می باشد؟

الف. ایجاد ارزش افزوده

ب. تبدیل دارایی ها به نقدینگی

ج. دروکردن بازار

د. تقسیم بازار

۱۳. توفیق یک بسته به عنوان آمیخته ای از عناصر گوناگون تابع چه عامل هایی است؟

الف. میزان و نحوه همکاری و هماهنگی میان تورگردان ، عرضه کنندگان خدمات و مقامات محلی

ب. ارتباط با فعالین متعددی در مقصد

ج. اهمیت مقصد برگزیده از سوی تورگردانان

د. میزان ارتباط با رسانه های عمومی و مشتریان

۱۴. در نمودار تعامل میان طراح بسته سفر و دیگر اجزاء بدنه بنگاه تورگردان ، وظایف مربوط به مذاکره، عقد قرارداد و اجرای بسته سفر بر عهده کدام واحد می باشد؟

الف. تحقیقات بازار

ب. تحقیقات مقاصد

ج. مدیریت عملیات

د. طراحی بسته سفر

۱۵. گردشگری که برای بازدید از جاذبه های مختلف در شهر یا کشورهای همجوار نقل مکان می کند و استقرار می یابد ولی برای بازگشت به موطن خود دیگر به همان مقصد اولیه باز نمی گردد بلکه از آخرین شهر مورد بازدید به سوی وطن باز می گردد کدام بسته سفر را خریده است؟

الف. بسته سفر با مرکزیت ثابت

ب. بسته سفر با مسیر باز

ج. بسته سفر با مسیر حلقوی

د. ترکیب الف و ج

۱۶. کدام یک از برنامه های زیر از سوی واحد عملیات تورگردانان تهیه و تنظیم می شود و هدف اصلی آن اطلاع رسانی به راهنمایان همراهان و رانندگان تور است؟

الف. برنامه داخلی

ب. برنامه تفصیلی

ج. برنامه عملیاتی

د. برنامه خارجی



مجاز است.

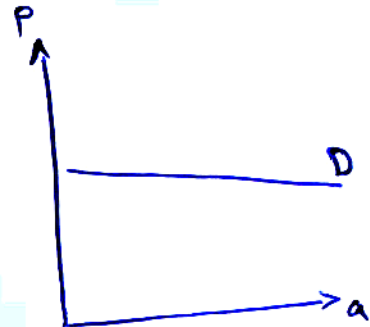
استفاده از: -

کد سری سؤال: یک (۱)

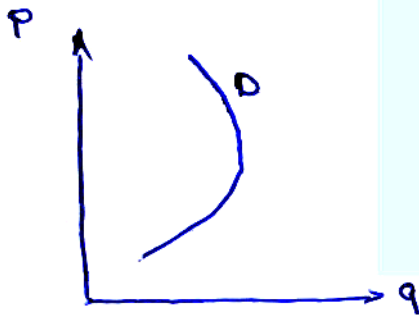
۱۷. کدام یک از نمودارهای زیر، معرف منحنی تقاضای کالای پرستیزی است؟



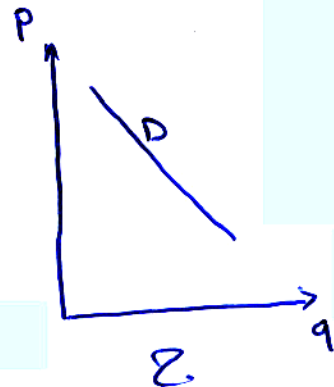
ب.



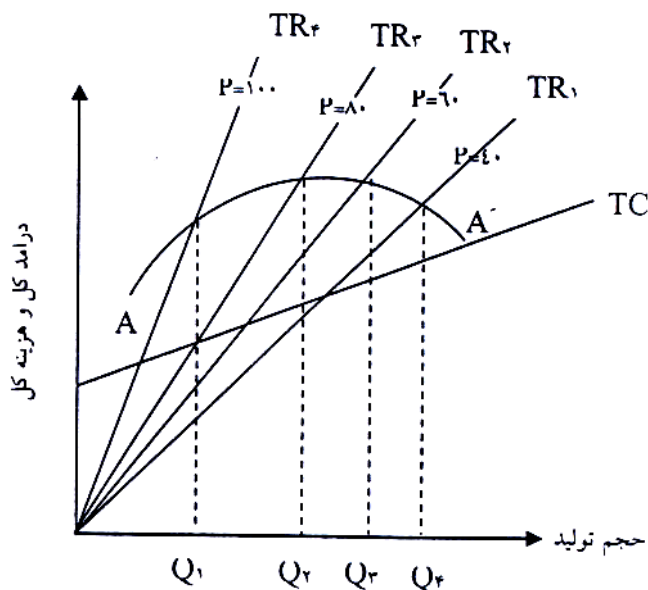
الف.



د.



ج.



۱۸. در نمودار زیر منحنی  $AA'$  در شکل بیانگر:

الف. کل هزینه

ب. کل درآمد

ج. متوسط درآمد

د. متوسط هزینه



دانشگاه پیام نور  
(مرکز آزمون)

نیمسال اول ۸۹-۸۸

استان:

کارشناسی (سنتی - تجميع)

نام درس: برنامه ریزی و سرپرستی گشتهای جهانگردی

رشته تحصیلی و کد درس: مدیریت جهانگردی - 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)

۱۹. کدام یک از موارد زیر در استراتژی کلی قیمت گذاری جای نمی گیرد؟

الف. رهبری در قیمت گذاری ب. قیمت گذاری تهاجمی ج. قیمت گذاری ترویجی د. قیمت گذاری پرمایه

۲۰. کدام دسته از موارد زیر تاکتیک ها یا خط مشی های قیمت گذاری هستند؟

الف. تخفیفات قیمتی - قیمت گذاری بسته ای - قیمت گذاری پرمایه  
ب. اعمال تبعیض قیمتی در بازار - تخفیفات قیمتی - قیمت گذاری تهاجمی  
ج. قیمت گذاری تدریجی - قیمت گذاری پرمایه - رهبری در قیمت گذاری  
د. اعمال تبعیض قیمت گذاری در بازار - تخفیفات قیمتی - قیمت گذاری بسته ای

۲۱. کدام یک مربوط به قیمت گذاری پرمایه نمی باشد؟

الف. کنترل بازاری که قبلاً تحت کنترل سایر رقبا بوده است را بدست آورديم.  
ب. با استفاده از قیمت اولیه بالا می توان تقاضا را در سطح ظرفیت تولید حفظ کرد.  
د. قیمت بالایی بعضی از کالاها موجب تصور کیفیت برتر آنها می گردد.

د. می تواند به عنوان حصاری قوی در مقابل اشتباهات احتمالی شرکت در قیمت گذاری قرار گیرد.

۲۲. وقتی میزان خرید بسته سفر از تعدادی معین بیشتر می شود، ( نظیر اینکه یک بسته سفر از سوی عرضه کننده مجانی در نظر گرفته شود) گروه خریداران مشمول چه نوع تخفیفی می شوند؟

الف. تخفیف فصلی ب. تخفیف مقداری ج. تخفیف تجاری د. تخفیف خرید نقدی

۲۳. کدام یک از موارد زیر در قیمت گذاری خط محصول، بازاریاب نقشی ایفا نمی کند؟

الف. ارزان ترین محصول خود و قیمت آن  
ب. تفاوت قیمتی، برای دیگر محصولات موجود در خط محصول  
ج. مشابه بودن قیمتها، برای دیگر محصولات مشابه  
د. گران ترین محصول خود و قیمت آن

۲۴. تخفیفی که جهت پرداخت هزینه های واسطه ها برای انجام وظایف بازاریابی از جمله انبار کردن، توزیع و غیره، داده می شود را چه می نامند؟

الف. خرید نقدی یا عملیاتی ب. فصلی یا مقداری ج. عملیاتی یا مقداری د. تجاری یا عملیاتی



تعداد سؤالات: تستی: ۳۰ تشریحی: -  
زمان آزمون: تستی: ۴۵ تشریحی: - دقیقه  
آزمون نمره منفی دارد ○ ندارد ⊗

نام درس: برنامه ریزی و سرپرستی گشتهای جهانگردی  
رشته تحصیلی و کد درس: مدیریت جهانگردی - ۱۲۱۸۰۲۱

مجاز است.

استفاده از: -

کد سری سؤال: یک (۱)

۲۵. کدام یک از موارد زیر در تعیین اهداف برای هر یک از بخش های بازار نادرست است؟

الف. اهداف باید بصورت کیفی مشخص شود.

ب. اهداف سرنخی برای تعیین آمیخته بازاریابی هر بخشی به شمار می رود.

ج. اهداف مبنایی برای ارزیابی اثر بخشی آمیخته بازاریابی در هر بخش بازار به شمار می رود.

د. دوره زمانی هدفگذاری و تأمین اهداف مشخص می باشد.

۲۶. از نظر فیلیپ کاتلر، اهداف تبلیغات چه هستند؟

ب. یادآور کننده-افزایش فروش-جذب کننده

الف. متقاعد کننده-آگاهی دهنده-افزایش فروش

د. جلب مشتری-یادآوری کننده-ترویج کننده

ج. آگاه کننده-متقاعد کننده-یادآوری کننده

۲۷. اگر برای مقصد جزیره قشم ۶۶۰ بسته تور را در طول فصل تابستان به فروش رسانیده باشیم و در طول این فصل تعداد برنامه های اجرا شده تور ما برابر ۱۰ باشد یعنی تعداد ۱۰ بار ارائه خدمات تور قشم داشته و ظرفیت بسته سفر ما به جزیره قشم معادل ۸۰ نفر باشد.

آنگاه متوسط اعضاء هر تور و ضریب اشتغال به چه مقدار خواهد بود؟

د. ۸۰ و ۰/۸۲

ج. ۶۶ و ۰/۷۹

ب. ۶۶ و ۰/۸۲

الف. ۱۰ و ۰/۷۹

۲۸. نقطه شروع عملیات قبل از اجرای تور چیست؟

د. عرضه بسته سفر به مشتریان

ج. طراحی بسته سفر

ب. معرفی بسته سفر

الف. قیمت گذاری آن

۲۹. اشتها چیست؟

الف. نوعی تخفیف یا پرداخت جنس است.

ب. کوپن یا برگ تخفیف محصول است.

ج. نمونه های رایگان ابزار پیشبردی است که در محل نمایشگاه در اختیار مشتریان قرار می گیرد

د. نوعی تبلیغ غیر شخصی است که پیام تبلیغ بوسیله سازمان ذینفع انتشار نمی یابد.

۳۰. فرآیندی که طی آن میزان منابع مورد نیاز در هر مقطع زمانی و نحوه تخصیص آنها میان فعالیت های مختلف بازاریابی و بالاخره محل

تامین این منابع مشخص می شود را .....گویند.

ب. اجرای برنامه بازاریابی

الف. تعیین بودجه بازاریابی

د. زمانبندی و محدودیت های زمانی

ج. ارزیابی طرح بازاریابی