

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: —
زمان آزمون: تستی: ۴۰ تشریحی: — دقیقه
آزمون نمره منفی دارد ○ ندارد ⊗

نام درس: برنامه ریزی و سرپرستی گشتهای جهانگردی
رشته تحصیلی/گد درس: مدیریت جهانگردی (۱۲۱۸۰۲۱)

گد سری سؤال: یک (۱) استفاده از: — مجاز است. منبع: —

پیامبر اعظم (ص): روزه سپر آتش جهنم است.

۱. درباره گرایش به استفاده از تور میان سفرهای داخلی و خارجی گزینه صحیح کدام است؟

الف. تفاوت روشنی میان سفر داخلی و خارجی و گرایش به استفاده از خدمات تور وجود ندارد.

ب. مسافران سفرهای داخلی گرایش بیشتری به استفاده از خدمات تور دارند.

ج. گرایش به استفاده از خدمات تور ارتباطی با مقصد سفر ندارد.

د. مسافران سفرهای خارجی گرایش بیشتری به استفاده از خدمات تور دارند.

۲. ایجاد ارتباط با مشتری جزء کدام یک از بخشهای بنگاههای تورگردان می باشد؟

الف. واحد فروش و بازاریابی ب. واحد عملیات

ج. امور اداری و مالی د. برنامه ریزی

۳. در ماتریس رشد سهم بازار بالا و رشد شدید بازار نشانگر چیست؟

الف. گاو شیرده ب. علامت سؤال ج. سگ د. ستاره

۴. ترکیب رشد آرام و سهم بالای بازار که در آن جریان نقدینگی قابل توجهی ایجاد می شود کدام بخش را در ماتریس رشد تشکیل می دهد؟

الف. گاو شیرده ب. علامت سؤال ج. سگ د. ستاره

۵. صرفه جویی در هزینه ها مزیت عمده کدام گروه از انواع بسته های سفر است؟

الف. با مرکزیت ثابت ب. حلقوی ج. مسیر باز د. تمامی انواع بسته ها

۶. سفرهایی همچون زیارت خانه کعبه در صنعت گردشگری در زمره چه نوع محصولاتی هستند؟

الف. محصولات با تقاضای کم کشش ب. محصولات پرستیژی

ج. محصولات پر کشش د. محصولات عادی

۷. ساده ترین روش قیمت گذاری محصول کدام است؟

الف. بر مبنای حرکت رقبا ب. بر مبنای هزینه تمام شده محصول

ج. بر مبنای هزینه های پرسنلی د. بر مبنای هزینه های آگهی

۸. «Half board» به چه نوع ارائه خدماتی گفته می شود؟

الف. ارائه خدمات اقامتی با صبحانه ب. ارائه خدمات اقامتی با صبحانه و ناهار و شام

ج. ارائه خدمات اقامتی با صبحانه و ناهار یا شام د. ارائه خدمات فقط اقامتی

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: —
زمان آزمون: تستی: ۴۰ تشریحی: — دقیقه
آزمون نمره منفی دارد ○ ندارد ⊗

نام درس: برنامه ریزی و سرپرستی گشتهای جهانگردی
رشته تحصیلی/گد درس: مدیریت جهانگردی (۱۲۱۸۰۲۱)

گد سری سوال: یک (۱) استفاده از: — مجاز است. منبع: —

۹. در اغلب موارد قیمت پرداختی بابت راهنما:
- الف. از قبل مشخص است ب. توافقی است ج. مبنای ثابتی دارد د. بر حسب سابقه راهنما پرداخت می شود.
۱۰. کدام مورد از منافع مالی حاصل از فعالیت تورگردانان به حساب نمی آید؟
- الف. انجام عملیات Piggy Back به هنگام اوج سفر
ب. حذف حق کمیسیون پرداختی به دفاتر از طریق فروش مستقیم
ج. کسر هزینه های لغو سفر
د. پیش فروش بسته سفر و منافع حاصل از ارزش زمانی پولی
۱۱. در قیمت گذاری رقابتی عمده توجه بنگاه به هنگام تعیین قیمت به :
- الف. تجزیه و تحلیل نقطه سربه سری است.
ب. به شرایط مالی بنگاه بستگی دارد.
ج. به شرایط قیمتی رقبای حاضر در بازار بستگی دارد.
د. به هزینه های تمام شده بستگی دارد.
۱۲. این استراتژی وقتی مورد استفاده قرار می گیرد که شرکت بخواهد درصدی از سهم بازار رقبا را جذب نماید؟
- الف. قیمت گذاری پر مایه
ج. راهبرد قیمت گذاری تهاجمی
ب. اعمال تبعیض قیمتی
د. تخفیف فصلی
۱۳. این نوع تخفیف به منظور خرید بیشتر توسط مشتری، برای خرید عمده ارائه می شود؟
- الف. تخفیف فصلی
ج. تخفیف مقداری
ب. تخفیف نقدی
د. تخفیف تجاری
۱۴. کدام گزینه مقصد احتمالاً کمتر مورد توجه تورگردانان بازار انبوه قرار می گیرد؟
- الف. مشهد مقدس
ج. جزیره کیش
ب. جنوب ترکیه (آنتالیا و ...)
د. دوچرخه سواری در کویر منجاب
۱۵. عبارت نادرست کدام است؟
- الف. در بازار سفر متقاضیان بیش از آن که با تورگردانان آشنا باشند، دفاتر خدمات مسافرتی را می شناسند.
ب. درجه سادگی یا پیچدگی کانال توزیع به توانایی های تورگردان، قوت مالی وی و رفتار خرید مشتری بستگی دارد.
ج. بسته سفر را باید محصولی نهایی تلقی نمود.
د. تورگردانان به دلیل منافع گسترده فروش مستقیم علاقمندی بسیاری به ایجاد دفاتر فروش مستقل دارند.

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: —
زمان آزمون: تستی: ۴۰ تشریحی: — دقیقه
آزمون نمره منفی دارد ○ ندارد ⊗

نام درس: برنامه ریزی و سرپرستی گشتهای جهانگردی
رشته تحصیلی/ گد درس: مدیریت جهانگردی (۱۲۱۸۰۲۱)

گد سری سوال: یک (۱) استفاده از: — مجاز است. منبع: —

۱۶. تمرکز یک برنامه استراتژیک بیشتر بر روی چه بخشی می باشد ؟

الف. طرح های کوتاه مدت
ب. فعالیت های بازاریابی

ج. بر محیط خارجی، فرصت ها و تهدیدها
د. فعالیت های متعارف روزمره بنگاه

۱۷. سطوح مطلوب دستاوردها که بر اساس یک یا چند بعد عملکرد مشخص می شوند و راهنمای تصمیم گیری در زمینه های مالی،

نیروی انسانی و بازاریابی باشند چه نام دارند ؟

الف. نظارت
ب. اثربخشی

ج. سازماندهی

د. اهداف

۱۸. مجموعه ای از ابزارهای بازاریابی که بنگاه به منظور تامین اهداف بازاریابی از آنها بهره می جوید چه نامیده می شود؟

الف. بازار گردانی
ب. بازار منبجی

ج. آمیخته بازاریابی

د. هدف گذاری

۱۹. اطلاع رسانی به هنگام، به بازار هدف به منظور جلب توجه بازار جهت استفاده از محصولی که از سوی بنگاه گردشگری عرضه

می شود چه نام دارد ؟

الف. تبلیغ
ب. روابط عمومی

ج. ترویج

د. تشویق

۲۰. مقایسه نتایج با اهداف تعیین شده در یک برنامه چه نامیده می شود؟

الف. اثربخشی
ب. کارایی

ج. هدف گذاری

د. ارزیابی

۲۱. این جمله تعریف کدام عبارت می باشد؟

«معرفی و ترویج غیر حضوری یک ایده، کالا یا خدمت از طریق رسانه هایی نظیر رادیو، تلویزیون، روزنامه، مجله که هزینه آن از طریق بانی مشخص پرداخت می گردد»

الف. روابط عمومی
ب. ارتقای فروش

ج. تبلیغات

د. ترفیعات

۲۲. کدام یک از عوامل زیر در انتخاب رسانه تبلیغ نقش ندارند ؟

الف. هدف آگهی
ب. نوع محصول

ج. شیوه توزیع محصول
د. حجم محصول

۲۳. مهم ترین صفحه بروشور کدام قسمت آن می باشد؟

الف. صفحه وسط
ب. جلد آن

ج. صفحه پشت

د. صفحات داخلی

۲۴. محل درج قیمت در بروشور کجاست؟

الف. بهتر است بروشور فاقد قیمت باشد.
ب. بخش پائینی در صفحات داخلی

ج. صفحه اول روی جلد قسمت پائین
د. قسمت بالای صفحه آخر

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: —
زمان آزمون: تستی: ۴۰ تشریحی: — دقیقه
آزمون نمره منفی دارد ○ ندارد ⊗

نام درس: برنامه ریزی و سرپرستی گشتهای جهانگردی
رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت جهانگردی (۱۲۱۸۰۲۱)

کد سری سوال: یک (۱) استفاده از: — مجاز است. منبع: —

۲۵. مجموعه متنوعی از ابزار انگیزشی کوتاه مدت برای تشویق مصرف کنندگان و عوامل تجاری به خرید بیشتر و هر چه سریعتر از محصول است.

الف. تبلیغ ب. پیشبرد فروش ج. بازار گرمی د. بازار سنجی

۲۶. کدام مورد از وظایف متعارف واحد یا کارمند رزرواسیون به حساب نمی آید؟

الف. انجام هماهنگی با مدیر اقامتگاه در مقصد

ب. پیگیری امور مشتری نظیر انجام پرداخت توسط او در تاریخ مقرر

ج. بررسی امکان عرضه بسته سفر به مقاضی

د. تأیید رزرواسیون و اعلام شماره تماس رزرواسیون در سیستم

۲۷. کدام گزینه از جمله خدمات متعارف بسته سفر نیست و مشتری باید جداگانه بابت آن پرداخت نماید؟

الف. هزینه اقامت ب. مالیاتهای متعلقه ج. روم سرویس د. هزینه حمل و نقل فرودگاهی

۲۸. مهمترین مزیت فروش حضوری چیست؟

الف. فروش آسانتر ب. دوجانبه بودن ارتباط میان فروشنده و خریدار

ج. فروش با قیمت بیشتر د. فروش بدون چانه زنی

۲۹. عبارت صحیح کدام است؟

الف. اگر اقامتگاه در نظر گرفته شده برای مسافران واجد کیفیت مناسب نیست، مدیر اجرایی تور کار خاصی نمیتواند انجام دهد.

ب. اگر گردشگری دچار بیماری گردید یا با بی توجهی به علائم راهنما دچار مشکلی شد، مسئولیتی متوجه تورگردان نمی باشد.

ج. اگر مسافری با تأخیر موجب آزار دیگر مسافران شود مدیر اجرایی تور نمیتواند او را جا بگذارد.

د. مدیر اجرایی تور فقط وقتی مشکل خالصی پیش بیاید، اقدام به گزارش دهی به بنگاه تورگردان می کند.

۳۰. هماهنگ سازی برنامه های روزانه تور بر عهده کیست؟

الف. مدیر اجرایی تور ب. مدیر عامل دفتر خدمات مسافرتی

ج. مدیر مالی بنگاه تورگردان د. مدیر تدارکات بنگاه تورگردان