



تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۵۰ تشریحی: ۰

سری سوال: یک ۱

عنوان درس: برنامه ریزی و سرپرستی گشتهای جهانگردی

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

۱- کدام یک از گزینه های زیر در مورد دلایل استفاده از بسته سفر صحیح است؟

- ۰۱ امکان آشنایی با افرادی با علائق مشترک
۰۲ امکان خرید محصول با کیفیتی بالاتر
۰۳ امکان کسب احساس آرامش و خلوت فردی
۰۴ امکان بهره مندی از طول سفری بیشتر

۲- کدامیک از گزینه های زیر در مورد برنامه کاری تور که در اختیار گردشگران قرار می گیرد، صحیح است؟

- ۰۱ برنامه کاری مختصر شامل: اماکن و زمان بندی
۰۲ برنامه کاری تفصیلی شامل: اماکن، زمان بندی، فاقد فعالیت ها
۰۳ برنامه مختصر شامل: اماکن مورد بازدید، فعالیتها و فاقد زمان بندی
۰۴ برنامه کاری تفصیلی شامل: اماکن، آثار و فعالیت ها

۳- چه هنگام یک تورگردان اقدام به فروش مستقل اجزای بسته سفر می نماید؟

- ۰۱ تورگردان هرگز به سراغ عرضه مستقل اجزای بسته سفر نمی روند
۰۲ هر گاه تقاضای کافی برای تور به مقصدی معین فراهم نباشد
۰۳ هرگاه مقصدی با تقاضای مازاد مواجه باشد
۰۴ تنها تورگردانان تخصصی چنین اقدامی انجام می دهند

۴- تورگردانی که برای تورهای خود از امکانات اقامتی خاصی بهره می جوید جز کدام دسته از تورگردانها طبقه بندی می شود؟

- ۰۱ تورگردان داخلی ۰۲ تورگردان تخصصی ۰۳ تورگردان دربستی ۰۴ تورگردان بازار انبوه

۵- پرواز های چارتر و شاتل به ترتیب به کدامیک از پروازها اتلاق می شود؟

- ۰۱ دربستی - یک طرفه
۰۲ متعارف - یک طرفه
۰۳ متعارف - رفت و برگشتی
۰۴ دربستی - رفت و برگشتی

۶- piggy back به چه معناست ؟

- ۰۱ همکاری مشترک میان تورگردانان ورودی و تورگردانان تخصصی
۰۲ خرید عمده بسته سفر از تورگردان توسط دفاتر خدمات مسافرتی و عرضه آن به بازار
۰۳ عرضه بسته های سفر از پیش طراحی شده در فضای مجازی توسط دفاتر
۰۴ طراحی بسته سفر از سوی نهادهای غیر تخصصی نظیر ادارات روابط عمومی سازمان ها



تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۵۰ تشریحی: ۰

سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: برنامه ریزی و سرپرستی گشتهای جهانگردی

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

۷- تورگردانهای اصلی جهت تقسیم ریسک خود در مورد فروش بسته های سفر از چه روشی استفاده می کنند؟

۱. فروش تعداد بیشتر (یا یکجا) بسته سفر به تورگردانهای کوچک تر

۲. استخدام بیشتر بازاریاب جهت عرضه و تبلیغ محصولات به تورگردانهای کوچکتر

۳. درج شرایط سختتر در صورت لغو بسته سفر از سوی تورگردانهای کوچکتر

۴. فروش تعداد کمتر بسته سفر به هریک از تورگردانهای کوچک

۸- بازارهای مطلوب رقابتی در حوزه ی صنعت گردشگری دارای چه ویژگی هستند؟

۱. شدت رقابت بیشتر / حجم تقاضای کمتر

۲. شدت رقابت بیشتر / حجم تقاضای بیشتر

۳. شدت رقابت کمتر / حجم تقاضای کمتر

۴. شدت رقابت کمتر / حجم تقاضای بیشتر

۹- جشنواره تابستانی کیش نمونه بارز کدامیک از فعالیتهای تورگردانهاست ؟

۱. تلاش جهت جذب گردشگران بیشتر در ایام اوج سفر

۲. تلاش جهت رفع صفت ذاتی فصلی بودن این صنعت

۳. تلاش جهت رونق گردشگری خرید در این منطقه

۴. تلاش جهت حفظ صفت رقابتی این منطقه با دیگر مناطق گردشگر پذیر

۱۰- موثرترین سیاست در جهت کاهش اثرات فصلی صنعت گردشگری چیست؟

۱. تغییر ماهیت و ساختار محصولات عرضه شده

۲. افزایش تبلیغات در رسانه های جمعی

۳. کاهش بهای محصولات عرضه شده

۴. تغییر برنامه های ارائه شده بسته سفر در آن ایام

۱۱- در ماتریس رشد - سهم بازار، محصولی که جریان نقدینگی را به مقدار قابل توجهی بالا می برد، رشد آرام و سهم بالای بازار

را به دنبال دارد، در کدام طبقه جای دارد؟

۱. طبقه ستارگان

۲. طبقه ی سگ

۳. طبقه گاوهای شیرده

۴. طبقه علامت سوال



تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۵۰ تشریحی: ۰

سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: برنامه ریزی و سرپرستی گشتهای جهانگردی

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

۱۲- در مورد جلد بروشور عبارت صحیح کدام است؟

۱. جلد باید تا حد ممکن رمز آلود باشد تا توجه فرد را برانگیزد

۲. تمرکز خواننده بروشور به طور معمول بر یک سوم بالایی صفحه است

۳. قیمت بسته سفر باید بر روی جلد بروشور درج گردد

۴. روی جلد بروشور باید شیوه دسترسی به ما را نشان دهد

۱۳- در کدامیک از انواع بسته سفر، بیشترین صرفه جویی در هزینه های اقامت صورت می گیرد؟

۱. بسته سفر با مرکزیت ثابت

۲. بسته سفر حلقوی

۳. بسته سفر با مسیر باز

۴. بسته سفر ترکیبی

۱۴- در کدامیک از انواع بسته سفر، با تنوع در مکانهای اقامت مواجه هستیم؟

۱. بسته سفر با مرکزیت ثابت

۲. بسته سفر حلقوی

۳. بسته سفر با مسیر باز

۴. تفاوتی از این نظر میان انواع بسته ای سفر وجود ندارد

۱۵- اطلاعات دقیق و ریز مربوط به بسته های سفر در اختیار کدام یک قرار نمی گیرد؟

۱. مشتریان احتمالی خرید

۲. عوامل اجرایی تورگردانها

۳. راهنمایان تور

۴. طرف های تجاری

۱۶- برنامه ای که از سوی واحدهای عملیاتی تورگردان تهیه و تنظیم می شود و اطلاعاتی از قبیل مسیرها و زمان بندی حرکت را بیان می کند، چه نام دارد؟

۱. برنامه تفصیلی تور

۲. برنامه اصلی سفر

۳. برنامه عملیاتی تور

۴. برنامه خلاصه تور

۱۷- کدام یک از عوامل زیر مهمترین عامل در آمیخته بازاریابی است که بر قیمت اثر می گذارد؟

۱. مکان توزیع کالا

۲. محصول

۳. کانال توزیع کالا

۴. تبلیغات

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۵۰ تشریحی: ۰

سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: برنامه ریزی و سرپرستی گشتهای جهانگردی

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

۱۸- مهمترین مبنای تعیین کننده کف قیمت محصولات گردشگری چیست؟

۱. هزینه های پیش از تولید و هزینه های مراحل تولید
۲. هزینه های پس از تولید، مراحل تولید، خدمات پس از فروش
۳. هزینه های تولید، پس از فروش، خدمات جانبی
۴. هزینه های پیش از تولید، مراحل تولید و تبلیغات، خدمات جانبی

۱۹- ساده ترین روش قیمت گذاری محصولات گردشگری کدام است؟

۱. قیمت گذاری بر اساس تجزیه و تحلیل نقطه سربه سری
۲. قیمت گذاری بر مبنای ارزش محصول برای مشتری
۳. قیمت گذاری بر اساس هزینه تمام شده محصول
۴. قیمت گذاری رقابتی

۲۰- قیمت گذاری کدامیک از ترکیبات سفر کاری دشوارتر بوده و کمتر قاعده مند است؟

۱. قیمت گذاری جاذبه ها و گشت ها
۲. قیمت گذاری خدمات راهنمایان
۳. قیمت گذاری خدمات غذایی
۴. قیمت گذاری حمل و نقل

۲۱- کدامیک از گزینه های زیر درست است؟

۱. هزینه ثابت شامل: راهنمای تور، هزینه اجاره اتوبوس، اجاره هتل بصورت درست
۲. هزینه متغیر: وعده های غذایی، بلیط هواپیما، راهنمای تور
۳. هزینه ثابت شامل: اجاره هتل، اجاره اتوبوس، خدمات غذایی
۴. هزینه متغیر: وعده غذایی، بلیط گشت، راهنمایان تور

۲۲- کدامیک از استراتژی های زیر با عنوان نفوذ در بازار شناخته می شود؟

۱. قیمت گذاری بر مبنای پایه
۲. قیمت گذاری تهاجمی
۳. قیمت گذاری ترویجی
۴. قیمت گذاری بسته ای

۲۳- تخفیفی که تولید کنندگان برای انجام وظایف بازاریابی به واسطه ها و عمده فروشان ارائه می دهند، چه نام دارد؟

۱. تخفیف مقداری
۲. تخفیف فصلی
۳. تخفیف عملیاتی
۴. تخفیف نقدی

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۵۰ تشریحی: ۰

سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: برنامه ریزی و سرپرستی گشتهای جهانگردی

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

۲۴- کدامیک جزء خصوصیات و ویژگی های خدمات گردشگری نمی باشد؟

۱. غیر ملموس بودن ۲. غیر قابل جداسازی ۳. غیر همگنی ۴. قابلیت تملک

۲۵- این عبارت کدامیک از خصوصیت خدمات گردشگری را نشان می دهد؟

"مشتری به سختی می تواند در خصوص کیفیت محصولات از قبل قضاوت کند و خرید این محصول به شدت تابع اعتماد مشتری به عرضه کننده است"

۱. غیر ملموس بودن ۲. غیر قابل انبار بودن ۳. غیر همگن بودن ۴. غیر قابل جداسازی

۲۶- اشتهار جزء کدامیک از اجزای آمیخته بازاریابی طبقه بندی می شود؟

۱. قیمت ۲. ترویج ۳. توزیع ۴. محصول

۲۷- از کدام عامل زیر به عنوان عوامل موثر بر انتخاب رسانه یاد نشده است؟

۱. نوع محصول ۲. عادت مخاطبین در استفاده رسانه
۳. هزینه رسانه ۴. ساختار محصول

۲۸- کدام گزینه از اقدامات اجرایی روز نخست برگزاری تور به حساب می آید؟

۱. تسویه حساب با عرضه کنندگان خدمات اصلی
۲. مرور کلی برنامه سفر برای گردشگران عضو تور
۳. معرفی سایر بسته های طراحی شده از سوی تورگردان
۴. بازدید از مراکز خرید در نزدیکی اقامتگاه گردشگران

۲۹- حاشیه سود هر برنامه چگونه محاسبه می گردد؟

۱. تقسیم (دریافتی ها منهای هزینه مستقیم برای یک بسته سفر) به (دریافتی حاصل از بسته سفر)
۲. تقسیم (دریافتی ها منهای هزینه غیر مستقیم برای یک برنامه سفر) به (دریافتی حاصل از برنامه سفر)
۳. تقسیم (دریافتی ها منهای هزینه غیر مستقیم برای یک بسته سفر) به (دریافتی حاصل از بسته سفر)
۴. تقسیم (دریافتی ها منهای هزینه مستقیم برای یک برنامه سفر) به (دریافتی حاصل از برنامه سفر)

۳۰- حاشیه سود پائین برای یک برنامه سفر گویای کدام وضعیت است؟

۱. زمان بندی نامناسب ۲. انتخاب بازار نامناسب
۳. پرهیز از ارائه تخفیفات ۴. قیمت گذاری نامناسب