



جزوه باما

دانلود جزوات، نمونه سؤالات
و پروپونته‌های دانشگاهی

Jozvebama.ir



03-04-2



جزوه باما



تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰ زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۸۰ تشریحی: ۰ کد آزمون 134258 سری سوال: یک ۱

عنوان درس: مدیریت بازار یابی و تبلیغات جهانگردی، مدیریت بازاریابی و تبلیغات، مدیریت بازاریابی و تبلیغات گردشگری، مدیریت بازاریابی رشته تحصیلی/کد درس: جهانگردی ۱۲۱۸۰۱۵ - گردشگری، ۱۶_جغرافیا ۱۲۱۸۹۰۲ - مدیریت جهانگردی ۱۲۳۹۰۱۴ - مدیریت ۱۲۴۱۰۱۴

۱(۱۰۱۰) در مورد ماهیت فراغت کدام یک از گزینه‌های زیر صحیح است؟

- ۱(۱۰۱۰) معیاری مرکب از زمان و نگرش ذهنی است. ۲(۱۰۱۰) معیاری مرکب از مکان و نگرش ذهنی است.
۳(۱۰۱۰) معیاری مرکب از زمان و نگرش عینی است. ۴(۱۰۱۰) معیاری مرکب از مکان و نگرش عینی است.

۲(۱۰۱۰) کدام یک از رویکردهای زیر بر تکامل گردشگری تاکید دارد؟

- ۱(۱۰۱۰) رویکرد نهادی ۲(۱۰۱۰) رویکرد جامعه شناسانه
۳(۱۰۱۰) رویکرد سیستمی ۴(۱۰۱۰) رویکرد تاریخی

۳(۱۰۱۰) کدام یک از رویکردهای زیر در گردشگری دارای برتری نسبت به سایر رویکردها می‌باشد؟

- ۱(۱۰۱۰) رویکرد سیستمی ۲(۱۰۱۰) رویکرد اقتصادی
۳(۱۰۱۰) رویکرد میان رشته‌ای ۴(۱۰۱۰) رویکرد محصول محور

۴(۱۰۱۰) کدام یک از عوامل زیر در سیستم گردشگری ویژگی‌های گردشگران را به ویژگی‌های مقصد مرتبط می‌سازد؟

- ۱(۱۰۱۰) عامل پویا ۲(۱۰۱۰) عامل ایستا ۳(۱۰۱۰) عامل منتج ۴(۱۰۱۰) عامل موازی

۵(۱۰۱۰) مجموعه وسیعی از نیروهای فرهنگی، سیاسی، اقتصادی و اجتماعی که بر کلیه موسسات گردشگری اثر می‌گذارند را چه گویند؟

- ۱(۱۰۱۰) محیط پدیداری ۲(۱۰۱۰) محیط خرد ۳(۱۰۱۰) محیط کلان ۴(۱۰۱۰) محیط تجاری

۶(۱۰۱۰) در الگوی گذران تعطیلات معمولاً بازار به دو دسته تقسیم می‌شود.

- ۱(۱۰۱۰) کوتاه مدت و بلند مدت ۲(۱۰۱۰) موقتی و دائمی
۳(۱۰۱۰) دور و نزدیک ۴(۱۰۱۰) حقیقی و مجازی

۷(۱۰۱۰) در مورد شیوه و رفتار شرکت‌های گردشگری با مشتری کدام یک از روشهای بازاریابی برتر می‌باشد؟

- ۱(۱۰۱۰) بازاریابی تقابلی ۲(۱۰۱۰) بازاریابی تعاملی ۳(۱۰۱۰) بازاریابی اشتراکی ۴(۱۰۱۰) بازاریابی پلکانی

۸(۱۰۱۰) بازاریابی اجتماعی بر کدامیک از موارد زیر تاکید دارد؟

- ۱(۱۰۱۰) کاهش رقابت ۲(۱۰۱۰) کاهش قیمت
۳(۱۰۱۰) افزایش عرضه کالاها و خدمات ۴(۱۰۱۰) افزایش سطح رفاه جامعه



تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰ زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۸۰ تشریحی: ۰ کد آزمون 134258 سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: مدیریت بازار یابی و تبلیغات جهانگردی، مدیریت بازاریابی و تبلیغات، مدیریت بازاریابی و تبلیغات گردشگری، مدیریت بازاریابی
رشته تحصیلی/کد درس: جهانگردی ۱۲۱۸۰۱۵ - گردشگری، ۱۶_جغرافیا ۱۲۱۸۹۰۲ - مدیریت جهانگردی ۱۲۳۹۰۱۴ - مدیریت ۱۲۴۱۰۱۴

۹(۱۰۱۰) کدام یک از موارد زیر از اصول زیربنایی بازاریابی خدماتی نمی باشد؟

- (۱۰۱۰)۱ ملموس بودن (۱۰۱۰)۲ فناپذیری (۱۰۱۰)۳ ناهمگونی (۱۰۱۰)۴ تفکیک پذیری

۱۰(۱۰۱۰) تجزیه و تحلیل محیط بازاریابی در دسته کدام یک از حوزه های کلیدی مدیریت بازار است؟

- (۱۰۱۰)۱ تهیه سیستم اطلاعاتی (۱۰۱۰)۲ برنامه ریزی بازاریابی
(۱۰۱۰)۳ مبارزات تاکتیکی سازمان (۱۰۱۰)۴ عملیات بازاریابی

۱۱(۱۰۱۰) در کدام یک از مطالعات مربوط به مصرف کننده به علل روانشناختی و اجتماعی و اثر آن بر رفتار خرید پرداخته می شود؟

- (۱۰۱۰)۱ مطالعات انگیزشی (۱۰۱۰)۲ مطالعات مربوط به فرایند خرید
(۱۰۱۰)۳ بررسی الگوهای یکپارچه (۱۰۱۰)۴ مطالعات اقتصادی

۱۲(۱۰۱۰) کدام یک از نظریات زیر الگوی رفتاری را بر اساس سلسله مراتب نیازها ترسیم می کند؟

- (۱۰۱۰)۱ نظریه فروید (۱۰۱۰)۲ نظریه اسمیت (۱۰۱۰)۳ نظریه مازلو (۱۰۱۰)۴ نظریه داروین

۱۳(۱۰۱۰) حفظ اثرات و خاطراتی که در گذشته ایجاد شده اند تحت کدام یک از عناوین مربوط به پیچیدگی بازاریابی مطرح می شود؟

- (۱۰۱۰)۱ ثبات ادراک (۱۰۱۰)۲ رفتار از روی عادت
(۱۰۱۰)۳ مطمئن یا محتاط بودن (۱۰۱۰)۴ ریسک پذیری بودن

۱۴(۱۰۱۰) افرادی که با فکر کردن در مورد سفر به هیجان آمده و برای پیام سفر در زندگی اهمیت زیادی قائلند در دسته کدام گونه گردشگری قرار دارند؟

- (۱۰۱۰)۱ ماجراجویان (۱۰۱۰)۲ افراد مضطرب (۱۰۱۰)۳ ناز پروردگان (۱۰۱۰)۴ خیال پردازان

۱۵(۱۰۱۰) شخصی که به جمع آوری اطلاعات در مورد سفر پرداخته و به نیاز به ارضای تمایل به سفر پی می برد را چه گویند؟

- (۱۰۱۰)۱ آغازگر (۱۰۱۰)۲ خریدار (۱۰۱۰)۳ تصمیم گیرنده (۱۰۱۰)۴ تاثیرگذار

۱۶(۱۰۱۰) کدام یک از گزینه های زیر آخرین مرحله خرید سازمان دهندگان گردهمایی می باشد؟

- (۱۰۱۰)۱ شناخت مشکل (۱۰۱۰)۲ توصیف نیاز کلی (۱۰۱۰)۳ سفارش نهایی (۱۰۱۰)۴ بازنگری عملکرد

۱۷(۱۰۱۰) رویکرد تعامل گرا در خرید توسط کدام یک از صاحب نظران زیر ارائه گردید؟

- (۱۰۱۰)۱ بلاگ (۱۰۱۰)۲ واتسون (۱۰۱۰)۳ هاکنسون (۱۰۱۰)۴ فریدمن



تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰ زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۸۰ تشریحی: ۰ کد آزمون 134258 سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: مدیریت بازار یابی و تبلیغات جهانگردی، مدیریت بازاریابی و تبلیغات، مدیریت بازاریابی و تبلیغات گردشگری، مدیریت بازاریابی رشته تحصیلی/کد درس: جهانگردی ۱۲۱۸۰۱۵ - گردشگری، ۱۶_جغرافیا ۱۲۱۸۹۰۲ - مدیریت جهانگردی ۱۲۳۹۰۱۴ - مدیریت ۱۲۴۱۰۱۴

۱۸(۱۰۱۰) مفهوم تور جهان گستر بیشتر متاثر از کدام یک از تحولات زیر مطرح گردید؟

- (۱۰۱۰)۱ پیشرفت فناوری اطلاعات (۱۰۱۰)۲ رشد مراودات مالی
(۱۰۱۰)۳ تغییر در سبک مدیریت (۱۰۱۰)۴ توسعه سیستم‌های حمل و نقل

۱۹(۱۰۱۰) یک بخش از بازار معمولاً دارای چند مشخصه تعریف شده می‌باشد؟

- (۱۰۱۰)۱ سه (۱۰۱۰)۲ چهار (۱۰۱۰)۳ شش (۱۰۱۰)۴ هفت

۲۰(۱۰۱۰) چرخه زندگی خانواده بر اساس کدام یک از انواع تقسیم‌بندی مشتریان قرار می‌گیرد؟

- (۱۰۱۰)۱ جمعیت شناسی (۱۰۱۰)۲ جغرافیایی (۱۰۱۰)۳ روانشناختی (۱۰۱۰)۴ رفتار خرید

۲۱(۱۰۱۰) مرحله اول تقسیم بندی چند سطحی بازار بر اساس کدام یک از معیارهای زیر صورت می‌گیرد؟

- (۱۰۱۰)۱ جمعیت شناسی جغرافیایی (۱۰۱۰)۲ اصول جامعه شناختی
(۱۰۱۰)۳ مبانی اقتصادی (۱۰۱۰)۴ اصول اکولوژیکی

۲۲(۱۰۱۰) کدام یک از موارد زیر از مشکلات اصلی موقعیت یابی برای شرکت‌هاست؟

- (۱۰۱۰)۱ کمبود منابع (۱۰۱۰)۲ نبود شفافیت (۱۰۱۰)۳ شبیه سازی رقبا (۱۰۱۰)۴ همه موارد

۲۳(۱۰۱۰) ارتباط بین سطوح برنامه‌ریزی در یک شرکت یا سازمان گردشگری معمولاً به چه شکل ظاهر می‌شود؟

- (۱۰۱۰)۱ هرمی شکل (۱۰۱۰)۲ سلسله مراتبی (۱۰۱۰)۳ گسسته 5 (۱۰۱۰)۴ پلکانی

۲۴(۱۰۱۰) کدام یک از موارد زیر در زمره عناصر تفکر استراتژیکی برای انعطاف پذیرتر ساختن سازمان قرار دارد؟

- (۱۰۱۰)۱ عدم پذیرش عقاید جدید (۱۰۱۰)۲ آینده نگری و ایجاد سناریوی بلند مدت
(۱۰۱۰)۳ محافظه کاری (۱۰۱۰)۴ اتخاذ تفکر سنتی

۲۵(۱۰۱۰) سه راهبرد رقابتی (هزینه، تفکیک و تمرکز) توسط کدام یک از اندیشمندان زیر مطرح گردید؟

- (۱۰۱۰)۱ مازلو (۱۰۱۰)۲ پورتر (۱۰۱۰)۳ اینسکیپ (۱۰۱۰)۴ مالتوس

۲۶(۱۰۱۰) در ماتریس گروه مشاوران بوستون کدام یک از علائم زیر نشان دهنده بازار تکامل یافته می‌باشد؟

- (۱۰۱۰)۱ علامت سوال (۱۰۱۰)۲ علامت ستاره (۱۰۱۰)۳ علامت سگ (۱۰۱۰)۴ گاو شیرده



تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰ زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۸۰ تشریحی: ۰ کد آزمون 134258 سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: مدیریت بازار یابی و تبلیغات جهانگردی، مدیریت بازاریابی و تبلیغات، مدیریت بازاریابی و تبلیغات گردشگری، مدیریت بازاریابی
رشته تحصیلی/کد درس: جهانگردی ۱۲۱۸۰۱۵ - گردشگری، ۱۶_جغرافیا ۱۲۱۸۹۰۲ - مدیریت جهانگردی ۱۲۳۹۰۱۴ - مدیریت ۱۲۴۱۰۱۴

۲۷(۱۰۱۰) کدام یک از تکنیک‌های پیش‌بینی زیر کیفی بوده و بر اساس نظر کارشناسان صورت گرفته و انعطاف پذیر می‌باشد؟

(۱۰۱۰)۱ تکنیک گاتمن (۱۰۱۰)۲ تکنیک دلفی

(۱۰۱۰)۳ بر نامه ریزی سناریو (۱۰۱۰)۴ سری‌های زمانی

۲۸(۱۰۱۰) شبکه اطلاعاتی مدیریت با کدام یک از حروف اختصاری زیر معرفی می‌شود؟

(۱۰۱۰)۱ MTS (۱۰۱۰)۲ MIS (۱۰۱۰)۳ DMI (۱۰۱۰)۴ CMI

۲۹(۱۰۱۰) اولین مرحله در فرایند تحقیق بازاریابی کدام یک از مراحل زیر است؟

(۱۰۱۰)۱ تعریف مشکل (۱۰۱۰)۲ بررسی منابع

(۱۰۱۰)۳ جمع‌آوری اطلاعات (۱۰۱۰)۴ تجزیه تحلیل

۳۰(۱۰۱۰) علت استفاده کمتر از سوالات باز پاسخ در پرسشنامه جمع‌آوری اطلاعات کدام یک از موارد زیر است؟

(۱۰۱۰)۱ پایین آمدن دقت (۱۰۱۰)۲ وقت گیر بودن (۱۰۱۰)۳ میکرو بودن (۱۰۱۰)۴ هزینه بالا

عادی	د	26
عادی	ب	27
عادی	ب	28
عادی	الف	29
عادی	ب	30

شماره	پاسخ	وضعیت
سوال	صحیح	کلید
1	الف	عادی
2	د	عادی
3	الف	عادی
4	ب	عادی
5	ج	عادی
6	الف	عادی
7	ب	عادی
8	د	عادی
9	الف	عادی
10	ب	عادی
11	الف	عادی
12	ج	عادی
13	الف	عادی
14	د	عادی
15	الف	عادی
16	د	عادی
17	ج	عادی
18	الف	عادی
19	ج	عادی
20	الف	عادی
21	الف	عادی
22	د	عادی
23	ب	عادی
24	ب	عادی
25	ب	عادی

03-04-1



جزوه پاما



تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰ زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۶۰ تشریحی: ۰ کد آزمون 129523 سری سوال: یک ۱

عنوان درس: مدیریت بازار یابی و تبلیغات جهانگردی، مدیریت بازاریابی و تبلیغات، مدیریت بازاریابی و تبلیغات گردشگری، مدیریت بازاریابی رشته تحصیلی/کد درس: جهانگردی ۱۲۱۸۰۱۵ - گردشگری، ۱۶_جغرافیا ۱۲۱۸۹۰۲ - مدیریت جهانگردی ۱۲۳۹۰۱۴ - مدیریت ۱۲۴۱۰۱۴

۱(۱۰۱) کدامیک از رویکردهای زیر برای درک گردشگری می تواند در زمینه های خرد و کلان به کار برده شود؟

۱(۱۰۱)۱ رویکرد میان رشته ای

۱(۱۰۱)۲ رویکرد سیستمی

۱(۱۰۱)۳ رویکرد مدیریتی

۱(۱۰۱)۴ رویکرد جامعه شناسانه

۲(۱۰۱) کدام دسته از عوامل محیط بازاریابی، شامل عواملی است که در محیط بی واسطه حاکم می شود؟

۱(۱۰۱)۱ محیط خرد

۱(۱۰۱)۲ محیط کلان

۱(۱۰۱)۳ محیط گردشگری

۱(۱۰۱)۴ محیط بازار

۳(۱۰۱) پنج اصل زیربنایی بازاریابی خدمات کدام اند؟

۱(۱۰۱)۱ ناللموس بودن - فناپذیری - ناهمگونی - تفکیک ناپذیری - عدم مالکیت

۱(۱۰۱)۲ ناللموس بودن - فناپذیری - ناهمگونی - تفکیک ناپذیری - عدم مالکیت

۱(۱۰۱)۳ ناللموس بودن - فناپذیری - همگونی - تفکیک ناپذیری - عدم مالکیت

۱(۱۰۱)۴ ناللموس بودن - فناپذیری - ناهمگونی - تفکیک پذیری - عدم مالکیت

۴(۱۰۱) منظور از «تجزیه و تحلیل فرصت های بازار، تحقیق و انتخاب بازارهای هدف، توسعه راهبردهای بازاریابی، برنامه ریزی

فنون بازاریابی و اجرا و کنترل نتایج تلاش های بازاریابی» کدام مفهوم زیر است؟

۱(۱۰۱)۱ مدیریت بازاریابی

۱(۱۰۱)۲ فرایند بازاریابی

۱(۱۰۱)۳ برنامه ریزی بازاریابی

۱(۱۰۱)۴ تحقیقات بازاریابی

۵(۱۰۱) کدام مرحله فرایند خرید مصرف کننده، ارزیابی شماری از علائم تجاری و مقصدها که ممکن است احتیاجات

بازدیدکننده را برآورده نماید را شامل می شود؟

۱(۱۰۱)۱ توسعه نگرش

۱(۱۰۱)۲ تحقیق و درک مطلب

۱(۱۰۱)۳ ارزیابی

۱(۱۰۱)۴ آگاهی

۶(۱۰۱) کدام مرحله خرید شامل ارزیابی پس از خرید عرضه داشت گردهمایی بوده و این امر می تواند تأثیر مثبتی بر روی

خریدار داشته باشد تا مجدداً از شرکت خرید کند؟

۱(۱۰۱)۱ راه حل پیشنهادی

۱(۱۰۱)۲ جستجوی عرضه کننده

۱(۱۰۱)۳ انتخاب عرضه کننده

۱(۱۰۱)۴ بازنگری عملکرد



تعداد سوالات: تستی: ۳۰: تشریحی: ۰ زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۶۰: تشریحی: ۰ کد آزمون 129523 سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: مدیریت بازار یابی و تبلیغات جهانگردی، مدیریت بازاریابی و تبلیغات، مدیریت بازاریابی و تبلیغات گردشگری، مدیریت بازاریابی رشته تحصیلی/کد درس: جهانگردی ۱۲۱۸۰۱۵ - گردشگری، ۱۶_جغرافیا ۱۲۱۸۹۰۲ - مدیریت جهانگردی ۱۲۳۹۰۱۴ - مدیریت ۱۲۴۱۰۱۴

۷(۱۰۱۰) چرا به کارگیری واسطه ها در فرایند خرید از سوی عرضه کنندگان خدمات نیازمند راهبرد بازاریابی پیچیده تری است؟

۱(۱۰۱۰) چون واسطه ها به نمایندگی از سوی مصرف کننده نهایی در فرایند تصمیم گیری به کار گرفته می شوند.

۲(۱۰۱۰) چون واسطه ها می توانند بین مشتری بالقوه و عرضه کننده به عنوان یک مانع عمل کنند.

۳(۱۰۱۰) چون واسطه ها دارای مهارت ها و تخصص های ویژه ای هستند که بهره برداری از آنها زمان بر است.

۴(۱۰۱۰) چون واسطه ها وظایفشان بر اساس نیازهای مشتری تغییر پیدا می کند.

۸(۱۰۱۰) بازاریابان برای شناسایی رابطه بین سطح اهمیت درک شده از سوی بازدیدکننده و فعالیت حقیقی انجام شده از سوی عرضه کننده از کدام تکنیک زیر استفاده می کنند؟

۱(۱۰۱۰) نقشه برداری ادراکی

۳(۱۰۱۰) تحلیل PEST

۹(۱۰۱۰) کدامیک از روش های پیش بینی زیر جزء تکنیک های کیفی محسوب می شود؟

۱(۱۰۱۰) برنامه ریزی سناریو

۳(۱۰۱۰) تحلیل منحنی روند

۱۰(۱۰۱۰) کدامیک در صورتیکه به خوبی انجام شود نیازهای تصمیم گیری را برآورده خواهد کرد، زمان هدایت کافی را به منظور اجرای سیاست ارائه می دهد، دقیق و ارزان می باشد و آسان به هنگام می شود؟

۱(۱۰۱۰) پیش بینی

۲(۱۰۱۰) برنامه ریزی

۳(۱۰۱۰) بازاریابی

۴(۱۰۱۰) تحقیقات

۱۱(۱۰۱۰) در طرح ریزی بازاریابی کدامیک از عوامل زیر برای مؤسسات گردشگری دارای اهمیت اساسی و بنیادی است؟

۱(۱۰۱۰) شواهد فیزیکی

۲(۱۰۱۰) طرح ریزی فرایند

۳(۱۰۱۰) اطلاعات بازاریابی

۴(۱۰۱۰) راهبرد بازاریابی

۱۲(۱۰۱۰) کدامیک از عوامل زیر در ایجاد فرسودگی استراتژیک نقش دارد؟

۱(۱۰۱۰) نزدیکی به مشتری

۲(۱۰۱۰) بهره وری از طریق مردم

۳(۱۰۱۰) سرعت تغییر پیشرفت تکنولوژی

۴(۱۰۱۰) خودمختاری و کارآفرینی

۱۳(۱۰۱۰) زمانی که بازار محدودی وجود دارد که به سهولت و سرعت می توان در آن ارائه خدمت نمود، کدام راهبرد بازاریابی مناسب است؟

۱(۱۰۱۰) راهبرد پیرو

۲(۱۰۱۰) راهبرد «من هم همینطور»

۳(۱۰۱۰) راهبرد بازاریابی گوشه ای

۴(۱۰۱۰) راهبرد رهبری بازار



تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰ زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۶۰ تشریحی: ۰ کد آزمون 129523 سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: مدیریت بازار یابی و تبلیغات جهانگردی، مدیریت بازاریابی و تبلیغات، مدیریت بازاریابی و تبلیغات گردشگری، مدیریت بازاریابی
رشته تحصیلی/کد درس: جهانگردی ۱۲۱۸۰۱۵ - گردشگری، ۱۶_جغرافیا ۱۲۱۸۹۰۲ - مدیریت جهانگردی ۱۲۳۹۰۱۴ - مدیریت ۱۲۴۱۰۱۴

۱۴(۱۰۱۰) اینکه ماریوت برای عرضه غذای آماده در مجموعه هتل های خود با مک دونالد خرید و فروش دارد؛ اشاره به کدام مفهوم توسعه استراتژیک دارد؟

(۱۰۱۰)۱ کسب تملک (۱۰۱۰)۲ اعطای امتیاز (۱۰۱۰)۳ یکپارچگی مورب (۱۰۱۰)۴ راهبری بازار

۱۵(۱۰۱۰) طبق ماتریس گروه مشاورتی بوستون در کدام موقعیت، هدف حفظ سطوح فروش و نگهداشتن سهم بازار در مقابل رقبا می باشد؟

(۱۰۱۰)۱ گاوهای شیرده (۱۰۱۰)۲ علامت سؤال (۱۰۱۰)۳ ستاره ها (۱۰۱۰)۴ سگ ها

۱۶(۱۰۱۰) کدام گزینه زیر تعریف مناسبی برای زنجیره ارزش است؟

- (۱۰۱۰)۱ ارزشی که یک بنگاه می تواند برای خریدارانش ایجاد نماید که آن ارزش از هزینه بنگاه برای ایجاد آن بیشتر است.
(۱۰۱۰)۲ شیوه ای که در آن یک سازمان وظایف اصلی اش، بالادست وظایفی که زیربنای ارزش هایش است، پیش می برد.
(۱۰۱۰)۳ آرمان ها و ارزش هایی که یک سازمان آرزو دارد تا در یک مدت زمان معین به آن ها دست یابد.
(۱۰۱۰)۴ شبکه ای از نهادهای مختلف که تامین مواد اولیه، تبدیل آن ها به کالای نهایی و توزیع کالاها را پوشش می دهد.

۱۷(۱۰۱۰) کدام گزینه زیر به عنوان یک قانون، کوتاه مدت می باشند و به صورت تنگاتنگی بر فعالیت های بازاریابی تمرکز کرده و اغلب در سطوح جزئی مشخص می باشند؟

(۱۰۱۰)۱ هدف ها (۱۰۱۰)۲ راهبردها (۱۰۱۰)۳ تاکتیک ها (۱۰۱۰)۴ ارزش ها

۱۸(۱۰۱۰) کدام سه اصل زیر به طور جداناپذیری به هم مرتبط هستند و می توانند مورد توجه ساختارهای بنیادینی که راهبرد بازاریابی بر پایه آنها بنا شده، قرار گیرند؟

(۱۰۱۰)۱ تقسیم بندی، هدف یابی، موقعیت یابی (۱۰۱۰)۲ اشخاص، شواهد فیزیکی، فرایندها
(۱۰۱۰)۳ جذابیت بازار، منابع، قابلیت ها (۱۰۱۰)۴ محصول، قیمت، پیشبرد فروش

۱۹(۱۰۱۰) کدام مفهوم زیر به درک بازار از سازمان اشاره دارد؟

(۱۰۱۰)۱ هدف یابی (۱۰۱۰)۲ آمیزه بازاریابی (۱۰۱۰)۳ موقعیت یابی (۱۰۱۰)۴ برندسازی

۲۰(۱۰۱۰) کدام شیوه تقسیم بندی مشتریان فرض می کند که مردم درباره انواع تعطیلات یا عرضه داشت های گردشگری موجود نگرش های متفاوتی دارند؟

(۱۰۱۰)۱ تقسیم بندی روانشناختی (۱۰۱۰)۲ ادارک (۱۰۱۰)۳ جمعیت جغرافیایی (۱۰۱۰)۴ شخصیت



تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰ زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۶۰ تشریحی: ۰ کد آزمون 129523 سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: مدیریت بازاریابی و تبلیغات جهانگردی، مدیریت بازاریابی و تبلیغات، مدیریت بازاریابی و تبلیغات گردشگری، مدیریت بازاریابی رشته تحصیلی/کد درس: جهانگردی ۱۲۱۸۰۱۵ - گردشگری، ۱۶_جغرافیا ۱۲۱۸۹۰۲ - مدیریت جهانگردی ۱۲۳۹۰۱۴ - مدیریت ۱۲۴۱۰۱۴

۲۱(۱۰۱۰) دو مسئله اساسی برای بازاریاب گردشگری در بخش گردهمایی و مهمان نوازی که به چگونگی رفتار خریدار ارتباط پیدا می کند کدام اند؟

- (۱۰۱۰)۱ جهانی شدن و رشد پیچیده فناوری اطلاعات
(۱۰۱۰)۲ جهانی شدن و تغییر و تحولات منطقه ای
(۱۰۱۰)۳ رشد و تحول محیط خرید و ادغام شرکت ها
(۱۰۱۰)۴ رشد پیچیده فناوری اطلاعات و ادغام شرکت ها

۲۲(۱۰۱۰) شبیه سازی رایانه ای حاصل ترکیب ریاضش کدام روش های پیش بینی تقاضا است؟

- (۱۰۱۰)۱ تجزیه و تحلیل منحنی روند و رگرسیون چندمتغیره
(۱۰۱۰)۲ رگرسیون چندمتغیره و سری زمانی
(۱۰۱۰)۳ تجزیه و تحلیل منحنی روند و رگرسیون ساده
(۱۰۱۰)۴ رگرسیون چندمتغیره و تکنیک دلفی

۲۳(۱۰۱۰) قصد اولیه از بودجه چیست؟

- (۱۰۱۰)۱ ارزیابی سطح مصرف ضروری به منظور کسب هدف های پیشنهاد شده
(۱۰۱۰)۲ تعیین هزینه های لازم برای مبارزات تبلیغاتی مرتبط با طرح های راهبردی
(۱۰۱۰)۳ تعیین راهبرد قیمت گذاری در مدت زمانی طولانی تر بر پایه سودآوری
(۱۰۱۰)۴ ایجاد شکلی از نظارت برای اطمینان از مصرف بهینه منابع برای بازاریابی

۲۴(۱۰۱۰) کدام شیوه بودجه بندی همواره منجر به مجموع مبالغ زیادتر هزینه بازاریابی می گردد؟

- (۱۰۱۰)۱ درصد فروش
(۱۰۱۰)۲ هدف و انجام کار
(۱۰۱۰)۳ تحلیل نسبت
(۱۰۱۰)۴ تحلیل روند

۲۵(۱۰۱۰) کدام گزینه زیر امکان مقایسه در سرتاسر فروشگاه ها را فراهم می کند و در صورتی که یک واحد به جای دلایل بیرونی به علت دلایل داخلی عملکرد خوبی را انجام ندهد، به سرعت می تواند برجسته شود؟

- (۱۰۱۰)۱ تحلیل نسبت
(۱۰۱۰)۲ پیوستگی داخلی
(۱۰۱۰)۳ کنترل بودجه ای
(۱۰۱۰)۴ تحلیل فروش

۲۶(۱۰۱۰) برای اینکه فروش واقعی مخارج بازدیدکننده در برابر تقاضای مورد انتظار بتواند ارزیابی شود، کدام اقدام زیر از سوی بازاریابان گردشگری باید انجام گیرد؟

- (۱۰۱۰)۱ باید با استفاده از تکنیک شیوه هدف و انجام کار حفظ یا کاهش هزینه ها تعدیل شود
(۱۰۱۰)۲ باید از انواع تکنیک های مختلف بودجه بندی استفاده کنند تا میزان بودجه را پایه ریزی کنند
(۱۰۱۰)۳ باید با بودجه بندی مقدماتی آشنا باشند تا طرح ریزی هزینه بازاریابی و مقایسه آن با درآمدها را انجام دهند
(۱۰۱۰)۴ باید بودجه بندی را به عنوان شکلی از نظارت و کنترل در درون فرایند برنامه ریزی بازاریابی ایجاد نمایند



تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰ زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۶۰ تشریحی: ۰ کد آزمون 129523 سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: مدیریت بازار یابی و تبلیغات جهانگردی، مدیریت بازاریابی و تبلیغات، مدیریت بازاریابی و تبلیغات گردشگری، مدیریت بازاریابی

رشته تحصیلی/کد درس: جهانگردی ۱۲۱۸۰۱۵ - گردشگری، ۱۶_جغرافیا ۱۲۱۸۹۰۲ - مدیریت جهانگردی ۱۲۳۹۰۱۴ - مدیریت ۱۲۴۱۰۱۴

۲۷) (۱۰۱۰) کدامیک از گزینه های زیر داده های پراکنده را به شیوه ای که برای بازاریاب محسوس باشد و در قالبی که به طور مؤثر بتواند به کار برده شود گردآوری می کند؟

(۱۰۱۰)۱ سیستم اطلاعاتی مدیریتی (۱۰۱۰)۲ سیستم اطلاعاتی بازاریابی

(۱۰۱۰)۳ سیستم پردازش اطلاعات (۱۰۱۰)۴ سیستم تحقیقات بازاریابی

۲۸) (۱۰۱۰) مزیت کدام روش پژوهش کیفی آن است که می تواند یک نظر عینی درباره موضوعی که به دلایل قابل قبول و منطقی مورد بحث قرار گرفته را ارائه دهد؟

(۱۰۱۰)۱ گفتگوهای گروهی (۱۰۱۰)۲ مشاهده مشارکتی (۱۰۱۰)۳ تکنیک دلفی (۱۰۱۰)۴ مصاحبه عمیق

۲۹) (۱۰۱۰) میزان بالای پاسخ به پرسشنامه های تکمیلی، اظهارنظرات کوتاه غنی و پُر بار از مزایای کدام روش پیمایش است؟

(۱۰۱۰)۱ پیمایش تلفنی (۱۰۱۰)۲ مصاحبه رو در رو

(۱۰۱۰)۳ یادداشت روزانه (۱۰۱۰)۴ پیمایش های در محل

۳۰) (۱۰۱۰) کدامیک از گزینه های زیر بازاریاب را قادر می سازد بخش های بازار و خواسته های این بخش ها را شناسایی و سطوح رضایت به دست آمده از طریق معاملات بازاریابی را اندازه گیری کند؟

(۱۰۱۰)۱ تحقیقات بازاریابی (۱۰۱۰)۲ ممیزی بازاریابی

(۱۰۱۰)۳ آمیزه بازاریابی (۱۰۱۰)۴ برنامه ریزی بازاریاب

شماره سوال	پاسخ صحیح	وضعیت کلید
1	ب	عادی
2	الف	عادی
3	ب	عادی
4	الف	عادی
5	ب	عادی
6	د	عادی
7	ب	عادی
8	الف	عادی
9	الف	عادی
10	الف	عادی
11	الف	عادی
12	ج	عادی
13	ج	عادی
14	ج	عادی
15	الف	عادی
16	الف	عادی
17	ج	عادی
18	الف	عادی
19	ج	عادی
20	ب	عادی
21	الف	عادی
22	الف	عادی
23	الف	عادی
24	ب	عادی
25	ج	عادی
26	د	عادی
27	ب	عادی
28	ج	عادی
29	ب	عادی
30	الف	عادی

98-99-1



جزوه باما

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۶۰ تشریحی: ۰

سری سوال: یک ۱

عنوان درس: مدیریت بازار یابی و تبلیغات جهانگردی، مدیریت بازاریابی و تبلیغات گردشگری، مدیریت بازاریابی و تبلیغات جهانگردی

رشته تحصیلی/کد درس: جهانگردی، مدیریت جهانگردی ۱۲۱۸۰۱۵ - گردشگری ۱۲۱۸۹۰۲ - مدیریت جهانگردی ۱۲۳۹۰۱۴

۱- در بررسی های کمی کدامیک از تکنیک های زیر اجازه درجه بندی عقیده بیان شده، با توجه به جنبه های مختلف را فراهم می کند؟

۱. مصاحبه ۲. مقیاس بندی ۳. پرسشنامه ۴. پیمایش پستی

۲- کدامیک از ابزارهای زیر به منظور ارزیابی رضایت خاطر مشتری توسط شرکت ها ارائه می شود؟

۱. پرسشنامه های خودتکمیل ۲. مصاحبه رو در رو ۳. پیمایش های تلفنی ۴. پیمایش های کلی

۳- قدیمی بودن از مهمترین نقطه ضعف های کدام است؟

۱. اطلاعات اولیه ۲. تحقیق صنفی ۳. اطلاعات ثانویه ۴. تحقیق کیفی

۴- مناسب ترین تکنیک بودجه ریزی کدام است؟

۱. شیوه هدف و انجام کار ۲. شیوه درصد فروش ۳. شیوه تحلیل نسبت ۴. شیوه پیوستگی داخلی

۵- حاصل ضرب برگشت سرمایه در سود ناخالص فروش کدام است؟

۱. بازده سرمایه ۲. دارایی جاری ۳. درآمد فروش ۴. نقدینگی

۶- تکنیک های کمی پیش بینی تقاضا کدامند؟

۱. سری های زمانی - برآورد فروش ۲. روش های علی - برآورد فروش ۳. سری های زمانی - روش های علی ۴. روش های علی - روش سناریو

۷- بر اساس کدام روش پیش بینی سری زمانی، ذخیره پیشاپیش جا در برابر زمان روی یک نمودار مشخص می شود و سپس اقدام به یافتن مناسب ترین منحنی صورت می گیرد؟

۱. میانگین متحرک ۲. همسازی نمایی ۳. تجزیه و تحلیل رگرسیون ۴. تحلیل منحنی روند

۸- کدام بخش در ساختار و محتوای طرح، جهت های اصلی شرکت را بر حسب جذابیت بازار و شایستگی ها روشن می سازد؟

۱. اطلاعات بازاریابی ۲. راهبرد بازاریابی ۳. طرح ریزی ارتباطی ۴. طرح ریزی قیمت گذاری

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۶۰ تشریحی: ۰

سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: مدیریت بازار یابی و تبلیغات جهانگردی، مدیریت بازاریابی و تبلیغات گردشگری، مدیریت بازاریابی و تبلیغات جهانگردی

رشته تحصیلی/کد درس: جهانگردی، مدیریت جهانگردی ۱۲۱۸۰۱۵ - گردشگری ۱۲۱۸۹۰۲ - مدیریت جهانگردی ۱۲۳۹۰۱۴

۹- از نظر پیترز و واترمن (1982) بر اساس کدام ویژگی، شرکت هایی که در مکان بازار به بهترین نحو عمل می کنند، گسترش فعالیت ها باید بر اساس شایستگی های موجود باشد؟

۱. چسبیدن به اتحاد
۲. تمایل به فعالیت
۳. خودمختاری
۴. نزدیکی به مشتری

۱۰- در کدام راهبرد بازاریابی تأکید بر تقلید از قواعد موفق رهبران بازار به منظور باقی ماندن در بازار است؟

۱. رهبری بازار
۲. پیرو
۳. من هم همین طور
۴. بازاریابی گوشه ای

۱۱- بر اساس ماتریس سهم رشد گروه مشاورتی بوستون در کدام موقعیت هدف حفظ سطوح فروش و نگهداشتن سهم بازار در مقابل رقبا می باشد؟

۱. علامت سؤال
۲. ستاره ها
۳. گاو شیرده
۴. سگ ها

۱۲- کدامیک از راهبردهای رقابتی به توسعه خدمات ویژه کمک کرده است؟

۱. راهبرد تمرکزی
۲. راهبرد تفکیک
۳. راهبرد رهبری هزینه
۴. راهبرد پیرو

۱۳- پنج نیروی اصلی که بازار و میزان قدرت رقابت را شکل می دهند از نظر پورتر (1979) کدامند؟

۱. حوادث جدید - خریداران - تجربه ها - گروه های ذینفع - میزان رقابت
۲. حوادث جدید - ساختار قدرت - جانشین ها - تصمیم گیران - میزان رقابت
۳. حوادث جدید - شایستگی ها - اطلاعات - گروه های ذینفع - میزان رقابت
۴. حوادث جدید - خریداران - جانشین ها - عرضه کنندگان - میزان رقابت

۱۴- تدوین راهبرد در نتیجه کدامیک حاصل می شود؟

۱. اطلاعات بازاریابی
۲. برنامه ریزی بازاریابی
۳. ممیزی بازاریابی
۴. طرح ریزی بازاریابی

۱۵- چهارعنصر تفکر استراتژیک اتکینسون و ویلسون (1996) کدامند؟

۱. پذیرای عقاید جدید - گذشته نگری - توسعه ارتباطات درونی و بیرونی - توسعه نگرش های مثبت نسبت به حوادث غیرمنظره
۲. توسعه فناوری های ارتباطی - آینده نگری - کمک به توسعه نیروی انسانی - توسعه نگرش های مثبت نسبت به حوادث غیرمنظره
۳. پذیرای عقاید جدید - آینده نگری - پرورش شایستگی های اصلی - توسعه نگرش های مثبت نسبت به حوادث غیرمنظره
۴. توجه به زمان گذشته و حال - آینده نگری - توسعه قابلیت های منابع انسانی - توسعه نگرش های مثبت نسبت به حوادث غیرمنظره

۱۶- سه بُعد افزودنی بومز و بیتنر به آمیزه های بازاریابی کدامند؟

۱. اشخاص - شواهد فیزیکی - فرایندها
۲. اشخاص - مالکیت - نگرش ها
۳. اشخاص - رویکردها - نگرش ها
۴. اشخاص - فرایندها - بسته ها

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰ زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۶۰ تشریحی: ۰ سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: مدیریت بازار یابی و تبلیغات جهانگردی، مدیریت بازاریابی و تبلیغات گردشگری، مدیریت بازاریابی و تبلیغات جهانگردی
رشته تحصیلی/کد درس: جهانگردی، مدیریت جهانگردی ۱۲۱۸۰۱۵ - گردشگری ۱۲۱۸۹۰۲ - مدیریت جهانگردی ۱۲۳۹۰۱۴

۱۷- منظور از دارایی های بازاریابی معمولاً کدام است؟

۱. راهبرد بازاریابی
۲. منابع و توانمندی ها
۳. آمیزه بازاریابی
۴. جذابیت بازار

۱۸- مرحله سوم در بازاریابی بعد از مراحل تقسیم بندی و هدف گیری بازار کدام است؟

۱. آمیزه بازاریابی
۲. موقعیت یابی
۳. رقابت پذیری
۴. جذب مشتری

۱۹- عوامل تأثیرگذار بر تصمیم گیری خریداران گروهی / سازمانی کدامند؟

۱. محیطی - سازمانی - میان فردی - فردی
۲. محیطی - اجتماعی - فردی - گروهی
۳. فردی - گروهی - سازمانی - برون سازمانی
۴. فردی - سازمانی - میان سازمانی - محیطی

۲۰- از نظر اورلی و گیباس (1995) خریده های گروهی کدام ویژگی زیر را دارند؟

۱. تقسیم بندی بازار سخت تر
۲. موقعیت یابی ساده تر
۳. عدم نیاز به بخش بندی
۴. فرایند خرید و فروش پیچیده تر

۲۱- مذاکره با دوستان و جمع آوری بروشور از دفاتر مسافرتی در کدام مرحله از فرایند خرید مصرف کننده اتفاق می افتد؟

۱. مرحله 1 - آگاهی
۲. مرحله 2 - تحقیق و درک مطلب
۳. مرحله 3 - شکل گیری نگرش
۴. مرحله 4 - ارزیابی راه های ممکن

۲۲- شخصی که به طور واقعی خرید می کند چه نام دارد؟

۱. مصرف کننده
۲. خریدار
۳. آغازگر
۴. تصمیم گیرنده

۲۳- در کدامیک از شیوه های زندگی افراد پذیرای تغییر می باشند و تمایلی آگاهانه به ارزش پول نشان می دهند؟

۱. کمال گرایان
۲. معتقدان
۳. سخت کوشان
۴. موفقیت طلبان

۲۴- بر اساس مطالعه سازمان گالوپ کدام گروه از انواع گردشگران برای تأثیری که سفر در زندگی شان ایجاد کرده اهمیت زیادی قائل هستند؟

۱. مارجرایان
۲. خیال پردازان
۳. نازپروردگان
۴. افراد صرفه جو

۲۵- روشی که در آن بازدیدکنندگان محرک های متنوع را دریافت و تفسیر می کنند؛ اشاره به کدام نیروی محرک داخلی در مطالعات انگیزشی گردشگری دارد؟

۱. انگیزش
۲. یادگیری
۳. نگرش ها
۴. باور

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۶۰ تشریحی: ۰

سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: مدیریت بازار یابی و تبلیغات جهانگردی، مدیریت بازاریابی و تبلیغات گردشگری، مدیریت بازاریابی و تبلیغات جهانگردی

رشته تحصیلی/کد درس: جهانگردی، مدیریت جهانگردی ۱۲۱۸۰۱۵ - گردشگری ۱۲۱۸۹۰۲ - مدیریت جهانگردی ۱۲۳۹۰۱۴

۲۶- کدام رویکرد مطالعات گردشگری در مورد مصرف کننده، در صدد تشریح ترکیب متغیرهای داخلی و بیرونی در برانگیختن رفتار خرید می باشند؟

۱. مطالعات انگیزشی
۲. فرایند خرید
۳. فرایند رفتار مصرف
۴. الگوهای یکپارچه

۲۷- بر اساس کدام اصل زیربنائی بازاریابی خدمات، تدارک و مصرف خدمات در یک زمان به وقوع می پیوندد؟

۱. تفکیک ناپذیری
۲. ناهمگونی
۳. ناملموس بودن
۴. فناپذیری

۲۸- اصل اولیه در در تعاریف کلاسیک بازاریابی چیست؟

۱. فرایند مدیریت
۲. فرایند اجتماعی
۳. فرایند مبادله
۴. فرایند معامله

۲۹- کدامیک از رویکردهای معرفی شده برای درک گردشگری می تواند در زمینه های خرد و کلان به کار برده شود؟

۱. رویکرد سیستمی
۲. رویکرد میان رشته ای
۳. رویکرد جامعه شناسانه
۴. رویکرد تاریخی

۳۰- فعالیت ها و کارهای مجازی که در زمان فراغت در محدوده منزل یا محل نزدیک منزل انجام می شود چه نام دارند؟

۱. فراغت
۲. تفریح
۳. گردشگری
۴. سرگرمی

1218902 - 98-99-1

سوال	پاسخ صحيح	وضعيت گليد
۱	ب	عادي
۲	الف	عادي
۳	ج	عادي
۴	الف	عادي
۵	الف	عادي
۶	ج	عادي
۷	د	عادي
۸	ب	عادي
۹	الف	عادي
۱۰	ج	عادي
۱۱	ج	عادي
۱۲	الف	عادي
۱۳	د	عادي
۱۴	ج	عادي
۱۵	ج	عادي
۱۶	الف	عادي
۱۷	ب	عادي
۱۸	ب	عادي
۱۹	الف	عادي
۲۰	د	عادي
۲۱	ب	عادي
۲۲	ب	عادي
۲۳	الف	عادي
۲۴	ب	عادي
۲۵	ب	عادي
۲۶	د	عادي
۲۷	الف	عادي
۲۸	ج	عادي
۲۹	الف	عادي
۳۰	ب	عادي

97-988-3



جزوه باما

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۶۰ تشریحی: ۰

سری سوال: یک ۱

عنوان درس: مدیریت بازار یابی و تبلیغات جهانگردی، مدیریت بازاریابی و تبلیغات گردشگری، مدیریت بازاریابی و تبلیغات جهانگردی
رشته تحصیلی/کد درس: جهانگردی، مدیریت جهانگردی ۱۲۱۸۰۱۵ - مدیریت ۱۲۱۸۹۰۲ - مدیریت جهانگردی ۱۲۳۹۰۱۴

۱- کدامیک از رویکردهای زیر بر تکامل تدریجی گردشگری تأکید می نماید؟

۱. نهادی ۲. محصول ۳. تاریخی ۴. سیستمی

۲- رویکرد سیستمی برای مدیریت بازاریابی گردشگری مناسب ترین رویکرد است. هسته مرکزی سیستم گردشگری کدام است؟

۱. مکانیزم تبادلات بازار ۲. مصرف کنندگان ۳. گردشگران ۴. جامعه میزبان

۳- عبارت است از: «عوامل و نیروهایی که بتوانند قابلیت یک شرکت را به منظور ارائه محصولات و خدمات خود به مصرف کنندگان به طور مؤثر بکار گرفته و تحت تأثیر قرار دهند.»

۱. بازاریابی ۲. برنامه بازاریابی ۳. محیط بازاریابی ۴. سیستم بازاریابی

۴- کدامیک جزء بخش های عرضه گردشگری نیست؟

۱. جاذبه ها ۲. اقامتگاه ها ۳. گردشگر ۴. حمل و نقل

۵- از نظر پون چه مواردی را باید در بازاریابی گردشگری مدنظر قرار داد؟

۱. بازاریابی تعاملی، بازاریابی اجتماعی، برنامه ریزی بازاریابی، حفظ بازدید کننده
۲. پیش بینی تغییرات بازار، بازار رقابتی شدید، ملاحظات اجتماعی و محیطی، قدرت مصرف کننده
۳. برنامه ریزی بازاریابی، تجزیه و تحلیل محیط، بازاریابی تعاملی، حفظ و نگهداری مشتری
۴. درک ساختار رقابت شدید، رضایت مصرف کننده، کسب منفعت اجتماعی، شناخت بازار

۶- اینکه تدارک و مصرف خدمات در یک زمان به وقوع می پیوندد به کدامیک از اصول زیربنایی بازاریابی خدمات اشاره دارد؟

۱. ناملموس بودن ۲. نامشابه بودن ۳. فناپذیری ۴. تفکیک ناپذیری

۷- کدام مرحله فرآیند مدیریت بازاریابی شامل اجرای برنامه های تاکتیکی بازاریابی است؟

۱. برنامه ریزی بازاریابی ۲. برنامه ریزی مبارزات تاکتیکی
۳. عملیات بازاریابی ۴. نظارت و کنترل

۸- در کدامیک از مطالعات گردشگری در مورد مصرف کننده به بررسی اینکه چرا مردم در گردشگری شرکت می کنند پرداخته می شود؟

۱. مطالعات انگیزشی گردشگری ۲. فرآیند خرید
۳. الگوهای یکپارچه ۴. فرآیند مصرف

۹- برای شناسایی رابطه بین سطح اهمیت درک شده از سوی بازدیدکننده و فعالیت حقیقی انجام شده از سوی عرضه کننده، بازاریاب ها از کدام تکنیک استفاده می کنند؟

۱. فن دلفی ۲. نقشه برداری ادراکی ۳. مشاهده مشارکتی ۴. تحلیل SWOT

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۶۰ تشریحی: ۰

سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: مدیریت بازار یابی و تبلیغات جهانگردی، مدیریت بازاریابی و تبلیغات گردشگری، مدیریت بازاریابی و تبلیغات جهانگردی

رشته تحصیلی/کد درس: جهانگردی، مدیریت جهانگردی ۱۲۱۸۰۱۵ - مدیریت ۱۲۱۸۹۰۲ - مدیریت جهانگردی ۱۲۳۹۰۱۴

۱۰- در کدام مرحله چرخه زندگی یک خانواده اروپایی تمایل به یافتن تعطیلات گرانتز وجود دارد؟

۱. جوانی
۲. خانواده (مرحله ۱)
۳. خانواده (مرحله ۲)
۴. آشیانه خالی

۱۱- در کدام سطح متکی بر ماهیت خرید، خرید در درجه اول بر پایه یک تجربه رضایت بخش در گذشته و شناخت خوب از مقصد یا نام تجاری عرضه داشت گردشگری انجام می شود؟

۱. راه حل جویی به طور گسترده
۲. راه حل جویی به طور محدود
۳. راه حل جویی به طور معمول
۴. راه حل جویی به طور رقابتی

۱۲- در کدام مرحله فرآیند خرید مصرف کننده، بازبینی بروشورها برای یافتن تاریخ و مکان مناسب سفر انجام می شود؟

۱. مرحله دوم: تحقیق برای اطلاعات
۲. مرحله سوم: شکل گیری نگرش و طرز فکر
۳. مرحله چهارم: ارزیابی راه های ممکن
۴. مرحله پنجم: انجام خرید

۱۳- طبق نظر دیویس (۱۹۸۹) اساس بازاریابی تجاری، است.

۱. برنامه ریزی صحیح
۲. موقعیت یابی مطمئن
۳. هدف گذاری دقیق
۴. بخش بندی معین

۱۴- بر اساس نظر یشین (۱۹۹۵) تفاوت اصلی بین مصرف کننده و خرید تجاری در چیست؟

۱. خردمندی
۲. تصمیم گیری
۳. شخصیت
۴. پذیرش

۱۵- در کدام گزینه زیر ارتباط بین مفاهیم به درستی اشاره شده است؟

۱. تقسیم بندی ← موقعیت یابی ← هدف گیری
۲. تقسیم بندی ← هدف گیری ← موقعیت یابی
۳. هدف گیری ← تقسیم بندی ← موقعیت یابی
۴. هدف گیری ← موقعیت یابی ← تقسیم بندی

۱۶- در کدام روش تقسیم بندی مشتریان سطح تعهد و میزان خرید نسبت به یک جاذبه یا مقصد خاص توسط گروه ها، به عنوان یک نقطه شروع مهم برای تقسیم بندی مورد ملاحظه قرار می گیرد؟

۱. جمعیت جغرافیایی
۲. جمعیت شناختی
۳. شخصیت
۴. رفتار خریدار

۱۷- روشی است که در آن یک شرکت، عرضه داشت گردشگری، مقصد یا کشوری در ارتباط با شرکت ها و یا سازمان های دیگر توسط مشتری ها مورد مشاهده قرار می گیرند.

۱. هدف یابی
۲. موقعیت یابی
۳. تقسیم بندی
۴. توسعه راهبرد

۱۸- مجموعه ای از ابزارهای موجود برای مدیر بازاریابی، به منظور دستیابی به موقعیت و یا جهت استراتژیکی خاص؛ چه نام دارد؟

۱. دارایی های بازاریابی
۲. راهبرد بازاریابی
۳. آمیزه بازاریابی
۴. برنامه بازاریابی

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰ زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۶۰ تشریحی: ۰ سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: مدیریت بازار یابی و تبلیغات جهانگردی، مدیریت بازاریابی و تبلیغات گردشگری، مدیریت بازاریابی و تبلیغات جهانگردی
رشته تحصیلی/کد درس: جهانگردی، مدیریت جهانگردی ۱۲۱۸۰۱۵ - مدیریت ۱۲۱۸۹۰۲ - مدیریت جهانگردی ۱۲۳۹۰۱۴

۱۹- کدام گزینه تعریف دقیق تری از برنامه بازاریابی ارائه داده است؟

۱. وسیله ای است که توسط آنیک شرکت می تواند توانایی ها و ضعف های خود را همانگونه که با فرصت ها و تهدیدهای خارجی ارتباط پیدا می کنند، شناسایی نماید.
۲. شیوه ای است که بر اساس آن سازمان وظایف اصلی اش، بالاخص وظایفی که زیربنای ارزش هایش است، پیش می برد.
۳. فرآیند تجزیه و تحلیل محیط درون و بیرون شرکت برای انتخاب دقیق بازارهای هدف
۴. شیوه ای است که با آن منابع یک شرکت با نیازهای بازار یا به طور دقیق تر با بخش های انتخاب شده بازار هماهنگ می شوند.

۲۰- تجزیه و تحلیل PEST شامل ، و است.

۱. عوامل سیاسی، عوامل اقتصادی، عوامل اجتماعی و فرهنگی، تکنولوژیکی
۲. عوامل سیاسی، عوامل زیست محیطی، عوامل اجتماعی، عوامل فرهنگی
۳. عوامل فرهنگی، عوامل زیست محیطی، عوامل اقتصادی، عوامل اجتماعی
۴. عوامل فرهنگی، عوامل اقتصادی، عوامل زیست محیطی، تکنولوژیکی

۲۱- پنج نیروی اصلی که بازار و میزان قدرت رقابت را شکل می دهند توسط کدامیک از افراد زیر مطرح شده است؟

۱. پورتر
۲. شافر
۳. کاتلر
۴. دراگر

۲۲- بر اساس کدام راهبرد رقابتی هدف، مجذوبیت تقریباً کامل در رابطه با یک بخش بازار از طریق توسعه ارتباطات قوی با مشتریان موجود و بالقوه می باشد؟

۱. راهبرد رهبری هزینه
۲. راهبرد تفکیک
۳. راهبرد تمرکزی
۴. راهبرد مدافعه گر

۲۳- شکل مقابل ماتریس BCG را نشان می دهد. به ترتیب اعداد شماره گذاری شده گزینه مناسب را انتخاب کنید.

سهم بازار رشد بازار	بالا	پایین
	۱	۲
پایین	۳	۴

۱. ستاره - گاو شیرده - علامت سؤال - سگ
۲. علامت سؤال - گاو شیرده - سگ - ستاره
۳. ستاره - علامت سؤال - گاو شیرده - سگ
۴. گاو شیرده - سگ - علامت سؤال - ستاره

۲۴- کدام تکنیک کیفی پیش بینی تقاضا، تلاش سیستماتیکی است در جهت پیش بینی محیط بازار در مدت زمان ۱۰-۲۵ سال آینده و اینکه تأثیرات احتمالی روی شرکت چه خواهد بود؟

۱. برآورد کارمندان فروش
۲. عقیده مدیریت ارشد
۳. تکنیک دلفی
۴. برنامه ریزی سناریو

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۶۰ تشریحی: ۰

سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: مدیریت بازار یابی و تبلیغات جهانگردی، مدیریت بازاریابی و تبلیغات گردشگری، مدیریت بازاریابی و تبلیغات جهانگردی

رشته تحصیلی/کد درس: جهانگردی، مدیریت جهانگردی ۱۲۱۸۰۱۵ - مدیریت ۱۲۱۸۹۰۲ - مدیریت جهانگردی ۱۲۳۹۰۱۴

۲۵- کدامیک از تکنیک های کمی پیش بینی برای هموار سازی نوسانات تقاضای فصلی مورد استفاده قرار می گیرد؟

۱. شبیه سازی رایانه ای
۲. سری زمانی
۳. همسازی نمائی
۴. تحلیل نسبت

۲۶- یک تصویر عددی از تعهد بازاریابی می باشد.

۱. بودجه بازاریابی
۲. اقتصاد بازار
۳. درصد فروش
۴. بودجه بندی مقدماتی

۲۷- MKIS چیست؟

۱. سیستم اطلاعات مدیریت
۲. سیستم اطلاعات بازاریابی
۳. سیستم اطلاعات برنامه ریزی بازاریابی
۴. مدیریت عملکرد سیستم بازاریابی

۲۸- اولین مرحله در فرآیند تحقیقات بازاریابی کدام است؟

۱. تشخیص و تعریف مشکل
۲. اندیشیدن در خصوص یک طرح
۳. بررسی مقدماتی منابع اطلاعاتی
۴. جمع آوری اطلاعات

۲۹- در کدام تکنیک تحقیق کیفی محقق اطلاعات درباره یک فرآیند یا الگوی رفتاری را با شرکت در آن و ثبت همزمان مشاهدات جمع آوری می کند؟

۱. مصاحبه عمیق
۲. مشاهده مشارکتی
۳. گفتگوهای گروهی
۴. تکنیک دلفی

۳۰- سطوح اصلی پاسخ در پرسشنامه کدام است؟

۱. تعیین هویت، طبقه بندی، داده های موضوعی
۲. تعیین هویت، مقیاس بندی، داده های موضوعی
۳. تعیین هویت، موقعیت یابی، پیمایش
۴. تعیین هویت، طراحی سؤال، پیمایش

سوال	پاسخ صحيح	وضعيت کليد
۱	ج	عمادي
۲	الف	عمادي
۳	ج	عمادي
۴	ج	عمادي
۵	ب	عمادي
۶	د	عمادي
۷	ج	عمادي
۸	الف	عمادي
۹	ب	عمادي
۱۰	د	عمادي
۱۱	ج	عمادي
۱۲	ج	عمادي
۱۳	د	عمادي
۱۴	الف	عمادي
۱۵	ب	عمادي
۱۶	د	عمادي
۱۷	ب	عمادي
۱۸	ج	عمادي
۱۹	د	عمادي
۲۰	الف	عمادي
۲۱	الف	عمادي
۲۲	ج	عمادي
۲۳	ج	عمادي
۲۴	د	عمادي
۲۵	ج	عمادي
۲۶	الف	عمادي
۲۷	ب	عمادي
۲۸	الف	عمادي
۲۹	ب	عمادي
۳۰	الف	عمادي