

بهار ارتباطات ایرانیان

نمونه سوالات شناخت صنعت

- 1- خدمات و کالاها در محصول گردشگری در 5 بعد تفاوت اساسی دارند، عبارتند از...
 - الف- ملموس بودن - تفکیک پذیری - پایدار بودن - مشابه بودن - مالکیت
 - ب- ناملموس بودن - تفکیک ناپذیری - پایداری - نامشابه بودن - عدم مالکیت
 - ج- ناملموس بودن - تفکیک ناپذیری - زودگذر بودن (ناپایداری) - نامشابه بودن - عدم مالکیت
 - د- ناملموس بودن - تفکیک پذیری - زودگذر بودن (ناپایداری) - نامشابه بودن - عدم مالکیت
- 2- محصول گردشگری آمیزه و پیوندی از چندین محصول است که در صورت ____ در یکی از آنها کیفیت محصول گردشگری به شدت ____ پیدا میکند و نارضایتی گردشگران را موجب میشود.
 - الف- عدم هماهنگی و نقض - کاهش
 - ب- عدم هماهنگی و نقض - افزایش
 - ج- هماهنگی و عدم نقض - کاهش
 - د- هماهنگی و عدم نقض - افزایش
- 3- هرگونه اشتباه در انتخاب مقصد با فعالیت گردشگری موجب ____ میشود که در آن سفر هزینه شده
 - الف- زمان از دست رفته
 - ب- ارزیابی
 - ج- پذیرش گردشگر
 - د- اتلاف منابع
- 4- محصول گردشگری شامل مراحل مختلفی از جمله ____ میشود
 - الف- پیش از سفر - حین سفر - بعد سفر
 - ب- پیش از سفر - بعد سفر
 - ج- حین سفر - بعد سفر
 - د- پیش از سفر - حین سفر - مراحل سفر - بعد سفر
- 5- به هر دلیلی جامعه میزبان ____ را نداشته باشد تلاش متولیان نتیجه دلخواه را دربر نخواهد داشت
 - الف- فرصت کافی
 - ب- آمادگی و تمایل پذیرش
 - ج- رضایت کامل
 - د- فضای سنتی مناسب
- 6- کیفیت محصول گردشگری به ____ و ____ وابسته است
 - الف- به شدت و ضعف ادراک و انتظارات گردشگران
 - ب- به ضعف انتظارات گردشگران
 - ج- به شدت ادراک و انتظارات گردشگران
 - د- به ادراک و انتظارات گردشگران
- 7- عواملی چون ____ میتواند بر رونق گردشگری در یک مقصد اثرگذار باشد
 - الف- فضای مناسب - آب و هوا
 - ب- جنگ - تروریسم - حوادث و بلایای طبیعی و شرایط اقتصادی و روابط سیاسی
 - ج- برخورد میزبان - آب و هوا
 - د- ویژگی آب و هوا - برگزاری مراسم جشنوارها
- 8- برنامه ریزی بازاریابی عبارت است از ____ و ____ و ____ و ____
 - الف- فرآیند تصویرسازی یا تجسم آینده - تنظیم اهداف - طراحی راهبردها و تاکتیک اجرایی و نظارتی
 - ب- فرآیند تصویرسازی - درک و تحلیل اصول - طراحی فرآیند بازاریابی - مقصد گردشگری
 - ج- فرآیند تصویرسازی یا تجسم آینده - طراحی فرآیند بازاریابی - طراحی راهبردها - مقصد گردشگری
 - د- فرآیند تصویرسازی یا تجسم آینده - درک و تحلیل اصول - طراحی راهبردها - طراحی راهبردها و تاکتیک اجرایی
- 9- یکی از قویترین ابزارهای مورد نیاز مدیران بازاریابی همان ____ است
 - الف- سیستم بازاریابی
 - ب- کنترل بازاریابی
 - ج- تحقیقات بازاریابی
 - د- راهبرد بازاریابی

10- تحقیقات بازاریابی چیست؟

- الف- عبارت است از روش توسعه ابزارهای مدیریتی برای کمک به مدیران در اخذ تصمیمات مطلوب بازاریابی بوده است
- ب- عبارت است از روش تجزیه و تحلیل محصولات گردشگری برای کمک به مدیران در اخذ تصمیمات مطلوب بازاریابی بوده است
- ج- عبارت است از روش جمع آوری و توسعه ابزارهای مدیریتی برای کمک به مدیران در اخذ تصمیمات مطلوب بازاریابی بوده است
- د- عبارت است از روش جمع آوری و تجزیه و تحلیل اطلاعات برای کمک به مدیران در اخذ تصمیمات مطلوب بازاریابی بوده است

11- سیستم اطلاعات بازاریابی (MIS) چیست؟

- الف- عبارت است از روش ها و تکنیک هایی که اطلاعات را برای تصمیمات درست بازاریابی جمع آوری، طبقه بندی، تجزیه و تحلیل، تنظیم و ارائه میگرد
- ب- عبارت است از روش جمع آوری و تجزیه و تحلیل اطلاعات برای کمک به مدیران در اخذ تصمیمات مطلوب بازاریابی
- ج- عبارت است از بخش بندی بازار و تعیین بازار هدف
- د- عبارت است از تدوین اهداف و جایگاه و انتخاب راهبردها
- 12- سیستم های اطلاعات بازاریابی طیفی از اطلاعات مختلف از جمله _____ و _____ و _____ را در بر میگیرد

الف- قیمت ها - کنترل و ارزیابی - اجرا و پیاده سازی - فروش و هزینه های توزیع

ب- قیمت ها - هزینه ی تبلیغات - فروش - رقبا و هزینه های توزیع

ج- قیمت ها - کنترل و ارزیابی - فروش و هزینه های تبلیغات - هزینه ی توزیع

د- قیمت ها - هزینه ی تبلیغات - کنترل و ارزیابی - اجرا و پیاده سازی - فروش

13- مطالعه ی رفتار مصرف کننده بر پایه ی 2 فرض استوار است

الف- 1- برنامه ریزی 2- تصمیم گیری خرید

ب- 1- رفتار مصرف کننده عقلایی و قابل پیش بینی است 2- بررسی رفتار مصرف کننده

ج- 1- رفتار مصرف کننده عقلایی و قابل پیش بینی است 2- به عنوان بازار یاب میتوانیم بر این رفتار اثر بگذاریم

د- 1- تجربه حضور در مقصد 2- یاد آوری خاطرات سفر و پیش بینی سفرهای آتی

14- در بررسی رفتارهای گردشگری باید به چه مراحل توجه داشت؟

الف- برنامه ریزی سفر - تصمیم گیری و خرید - سفر به مقصد - تجربه ی حضور در مقصد - سفر بازگشت و یادآوری خاطرات سفر

ب- برنامه ریزی سفر - تصمیم گیری و خرید - سفر بازگشت و یادآوری خاطرات سفر

ج- برنامه ریزی سفر - تصمیم گیری و خرید - سفر به مقصد - خاطرات سفر - پیش بینی سفرهای آتی

د- برنامه ریزی سفر - سفر به مقصد - سفر بازگشت و یادآوری خاطرات سفر - پیش بینی سفرهای آتی

بهار ارتباطات ایرانیان

- 15- بخش بندی بازار گردشگری بر اساس چه چیزی بدست می آید؟
الف- به شرکت و مقصد گردشگران ب- به گروه خاصی از مشتریان
ج- انتخاب بازار هدف گردشگری د- **نتایج تحقیقات و سیستم اطلاعات بازار**
- 16- کدام گزینه جزء معیار های بازار میباشد؟
الف- اندازه ی بازار ب- مقصد بازار ج- هدف بازار د- نیاز بازار
- 17- آمیخته ی بازار یابی اشاره به 4 عنصر اصلی _____ و _____ و _____ دارد
الف- عناصر بازار یابی - نیاز بازار - فعالیت بازار - برنامه های عملیاتی
ب- **محصول - قیمت - توزیع - ترفیع**
ج- محصول - عناصر بازار یابی - فعالیت بازار - برنامه ی عملیاتی
د- قیمت - توزیع - عناصر بازار یابی - نیاز بازار
- 18- آمیخته ی بازار یابی را با چه علامتی نشان میدهند؟
الف- **4P** ب- 4S ج- 4X د- 4D
- 19- مشتری کسی است که _____ را تکرار میکنند
الف- گردش و بازدید از مقصد ب- **دفعات بازدید و خرید از مقصد**
ج- سوغات و خرید از مقصد د- دفعات بازدید و گردش
- 20- مواردی که رعایت آنها میتواند حس مشتری مدار بودن یک شرکت / مقصد گردشگری را به گردشگر القاء میکند
الف- **احترام به گردشگر - قیمت مناسب محصولات - پاسخ گویی سریع و دقیق**
ب- مشتری مدار بودن - قیمت مناسب محصولات - پاسخ گویی سریع و دقیق - تبلیغ
ج- تبلیغ - قیمت مناسب محصولات - پاسخ گویی سریع و دقیق
د- مدیر حرفه ای - شرکت منسجم - استفاده از کارکنان آموزش دیده
- 21- برای تبدیل خرید به مشتری _____ باید اقدامات لازم را انجام داد
الف- بازدید کننده و گردشگر ب- بازدید کننده و شرکت
ج- **شرکت و مقصد های گردشگری** د- مقصدهای گردشگری و خود گردشگر
- 22- امروزه دنیای کسب و کار بر پایه ی چه چیزی استوار است؟
الف- رضایت مشتری و شرکت ب- شرکت و مشتری مداری
ج- مشتری مداری و مقصد گردشگر د- **مشتری مداری و رضایت مشتریان**
- 23- گسترش و خدمات و آرایه آن بدون در نظر گرفتن _____ امکان پذیر نیست و غیر ممکن است
الف- **مشتری مداری و رضایت مشتریان** ب- مشتری مداری و مقصد گردشگر
ج- رضایت مشتری و شرکت ها د- شرکت و مشتری مداری
- 24- به دلیل رقابت نزدیک کسب و کار ها در صنعت گردشگری _____ ارزشی بیش از پیش پیدا میکند و بقای _____ نه درگرو سود که در _____ است
الف- اصل مشتری مداری - رضایت مشتری - مقصد گردشگری ب- رضایت مشتری - شرکت - مشتری مداری
ج- اصل مشتری مداری - مشتری مداری - شرکت / مقصد گردشگری د- **اصل مشتری مداری - شرکت / مقصد گردشگری**
- گردشگری - مشتری مداری**

بهار ارتباطات ایرانیان

- 25- یکی از روش های مشتری مداری _____ است
- الف- پاسخ گویی سریع و دقیق ب- بهینه سازی عملکرد
ج- مدیریت ارتباط با مشتری CRM د- مقصد جهت شناسایی
- 26- وظیفه ی اصلی CRM چیست؟
- الف- حفظ ارتباط با مشتری
- ب- تسهیل در برقراری ارتباط مشتری با سازمان بدون محدودیت زمانی و مکانی
- ج- تسهیل در برقراری ارتباط مشتری و بازار هدف مناسب
- د- تنظیم بازاریابی مناسب و تسهیل در ارتباط
- 27- تعریف بازار یابی کاتلر و آرمسترانگ...
- الف- تامین رضایت مشتری به شیوه ای سود آور ب- تامین رضایت و خواسته و نیاز مشتری
ج- توجه به بازار در رقابت تنگاتنگ د- پیش بینی نیاز های گردشگران و تامین امکانات
- 28- تعریف فیلیپ کارتر در مورد بازاریابی...
- الف- فرآیند مبادله بین محصول و متقاضی
- ب- تسهیل گری دو سویه برای متقاضی و عرضه کننده محصولات
- ج- رقابت تنگاتنگ میان مقصدها و مدیریت بازاریابی
- د- فعالیت انسانی در جهت ارضای نیازها و خواسته های گردشگران از طریق مبادله بین عرضه کننده و متقاضی
- 29- فرآیند مدیریت راهبردی دارای چند سطح میباشد؟
- الف- 3 سطح - کل سازمان - سطح واحدهای با کسب و کار - سطح وظیفه ای
ب- 2 سطح - کل سازمان - سطح وظیفه ای
ج- 3 سطح - کل سازمان - سطح تمرکز - سطح وظیفه ای
د- 2 سطح - سطح سازمان - سطح تمرکز
- 30- هدایت کل مجموعه و تخصیص بهینه منابع در آن مربوط به کدام سطح میباشد؟
- الف- سطح واحدهای با کسب و کار ب- سطح تمرکز ج- سطح کل سازمان د- سطح وظیفه ای
- 31- کدامیک از موارد زیر میتواند حس مشتری مدار بودن یک شرکت/مقصد گردشگری را به گردشگر القاء کند؟
- الف- اهمیت دادن به مدیریت - گوش دادن به نظرات و پیشنهادات گردشگران
ب- حس مشارکت در گردشگران - اهمیت دادن به کارکنان و رضایت آنها
ج- ارتباط با مشتری - گوش دادن به نظرات و پیشنهادات گردشگران
د- حس مشارکت در گردشگران - راضی نگه داشتن آنها
- پاسخنامه در انتهای سوالات قرار دارد
- 1/ بر اساس دیدگاه کدام دسته از صاحب نظران، به تقاضا از منظر انگیزه و رفتار نگریسته میشود؟
- الف. جغرافیدانان ب. روانشناسان ج. اقتصاد دانان د. جامعه شناسان

بهار ارتباطات ایرانیان

2/ کدامیک از تعاریف زیر به تعریف تقاضا از منظر اقتصاد دانان نزدیکتر است؟

- الف. تقاضا، تعداد کل افرادی است که محصولات یا خدمات گردشگری را خریداری میکنند.
ب. تقاضای گردشگری، تعداد کل افرادی است که در مکانی دورتر از محل زندگی خود سفر کرده یا آرزومند سفر به آنجا هستند.
ج. تقاضا میزان انگیزه افراد برای سفر به نقاط مختلف است.
د. تقاضا میزانی از محصولات یا خدماتی است که مردم مایل و یا قادر به خریداری آن با قیمت و زمانی مشخص هستند.

3/ دیدگاه اقتصاد دانان کشتی پذیری ای که بین و یا وجود دارد را تبیین میکند.

- الف. تقاضا، قیمت، تنوع ب. تقاضا، قیمت، انگیزه ج. تقاضا، عرضه، انگیزه د. تقاضا، عرضه، ارائه خدمات
4/ روانشناسان برای پی بردن به درون گردشگر را واکاوی میکنند.

- الف. انگیزه های درونی گردشگران ب. تعاملات شخصیتی، محیطی و تقاضای گردشگری
ج. تعداد افراد علاقه مند به گردشگری د. علل بی میلی افراد نسبت به گردشگری

5/ جزء اصلی تقاضای گردشگری را تشکیل میدهد.

- الف. گردشگر ب. قیمت ج. تنوع د. جاذبه ها

6/ بر اساس تعریف سازمان جهانی گردشگری، معادل انگلیسی واژه مسافر چیست؟

- الف. Visitor ب. Trip Taker ج. Tourist د. Traveler

7/ بازدید کننده (Visitor) را میتوان بر اساس به دو گروه بازدید کننده یک روزه و گردشگر تقسیم نمود.

- الف. مدت زمان اقامت ب. فاصله زمانی مبدا تا مقصد ج. اقامت شبانه

د. تعداد جاذبه های مورد بازدید قرار گرفته

8/ بر اساس تعریف گردشگری در آمریکا، گردشگر کسی است که با هر هدفی غیر از از محل زندگی اش خارج شود و مستلزم حداقل اقامت است.

- الف. کارهای روزمره - یک روز ب. اهداف حرفه ای - یک شب
ج. کارهای روزمره - یک شب د. اهداف حرفه ای - یک روز

بهار ارتباطات ایرانیان

9/ دفتر گردشگری استرالیا برای تعریف گردشگر بر ... و ... تاکید دارد.

- الف. فاصله طی شده - میزان هزینه ها
ب. انگیزه فرد - مدت اقامت
ج. انگیزه فرد - میزان هزینه ها
د. فاصله طی شده - مدت اقامت

10/ از چهار گروه ذکر شده، کدامیک در دسته گردشگران قرار میگیرند.

- الف. مهاجران موقت ب. کوچ نشین ها ج. بازدید کنندگان یک شبه د. دیپلمات ها

11/ بر اساس دیدگاه سازمان جهانی گردشگری، صرف خروج یک فرد از کشورش، گردشگری محسوب نمیشود و ... و ... حائز اهمیت است.

- الف. مسافت طی شده - مدت اقامت ب. هدف سفر - مدت اقامت
ج. مسافت طی شده - موقعیت جغرافیایی مقصد د. هدف سفر - موقعیت جغرافیایی مقصد

12/ بنا بر تقسیم بندی سازمان جهانی گردشگری، معادل انگلیسی واژه گردشگر درون حوزه ای / بومی چیست؟

- الف. Inbound Tourism ب. Outbound Tourism ج. Internal Tourism د. Domestic Tourism

13/ گردشگری درون حوزه ای / بومی، به ... اشاره میکند.

- الف. افرادی غیر از ساکنان یک منطقه خاص که به آن منطقه مسافرت میکنند.
ب. ساکنان یک منطقه خاص که فقط داخل آن منطقه مسافرت میکنند.
ج. افراد ساکن یک کشور که به خارج از آن کشور سفر میکنند.
د. گزینه های الف و ب

14/ ایرانیانی که به کشورهای همسایه یا سایر کشورهای جهان سفر میکنند، جز گردشگران ... محسوب میشوند.

- الف. گردشگران بومی ب. گردشگران درون مرزی ج. گردشگران ملید. گردشگران برون مرزی

15/ معیار اصلی در تقسیم بندی گردشگران به سه دسته بومی، درون مرزی و برون مرزی چیست؟

- الف. ملت افراد ب. منطقه مورد بازدید در مقیاس بین المللی
ج. میزان مسافت طی شده توسط گردشگر د. انگیزه افراد

بهار ارتباطات ایرانیان

16/ هر گاه معیار منطقه مورد بازدید را یک کشور در نظر بگیریم، تمامی مورد زیر به جز در تقسیم بندی مربوطه قرار میگیرند.

الف. گردشگری داخلی ب. گردشگری ملی ج. گردشگری درون مرزی د. گردشگری بین المللی

17/ شامل گردشگری بومی و گردشگری درون مرزی است و معادل انگلیسی آن واژه میباشد.

الف. گردشگری داخلی - Internal ب. گردشگری بین المللی - National

ج. گردشگری داخلی - National د. گردشگری بین المللی - Internal

18/ همه افرادی که در سطح جهان مسافرت میکنند در رده گردشگران جای میگیرند.

الف. ملی ب. داخلی ج. برون مرزی د. بین المللی

19/ ایرانیان بازدید کننده از استانها و شهرهای ایران و سایر کشورها در دسته گردشگران قرار میگیرند.

الف. بین المللی ب. ملی ج. داخلی د. درون مرزی

20/ آمار و ارقام سازمان جهانی گردشگری و رتبه بندی کشورها بر اساس تعداد گردشگر با لحاظ کردن گردشگری ارائه میشود.

الف. بین المللی ب. داخلی ج. ملی د. برون مرزی

21/ کدامیک از انواع گردشگری مورد توجه کشورها قرار گرفته است؟

الف. گردشگری ملی ب. گردشگری بین المللی ج. گردشگری داخلی د. گردشگری بومی

22/ تمامی مورد زیر به جز از علل اهمیت گردشگری درون حوزه ای است.

الف. افزایش آستانه تحمل افراد در برابر سایر فرهنگ ها ب. تقویت غرور و همبستگی میان ساکنان یک کشور
ج. ایجاد بسترهای لازم برای زیر ساختهای مورد نیاز د. ارز آوری

23/ هدف مازلو از طرح هرم نیازها چه بود؟

الف. توصیف نیازها و تجربیات گردشگران ب. توصیف نیازهای افراد در طول زندگی

ج. رفع نیازهای افراد د. ایجاد تجربه برای گردشگری

بهار ارتباطات ایرانیان

24/ آخرین سطح از سطوح هرم مازلو، مربوط به نیاز به است.

الف. احترام ب. امنیت و آرامش ج. نیازهای بیولوژیک و فیزیولوژیک د. خود شکوفایی

25/ بر اساس هرم مازلو، برای رسیدن به سطوح بالاتر باید رفع شود.

الف. بخش اعظمی از نیازهای سطوح بالاتر ب. بخش کوچکی از نیازهای سطوح پایین تر
ج. بخش اعظمی از نیازهای سطوح پایین تر د. بخش کوچکی از نیازهای سطوح بالاتر

26/ در حوزه گردشگری، هرم مازلو ما را در زمینه شناخت یاری میکند.

الف. نیازها ب. انگیزه ج. رفتار د. موارد ب و ج

27/ در هرم مازلو، هر چه به سطوح بالاتر هرم نزدیک تر شویم، نیازها میشوند.

الف. بیشتر ب. کمتر ج. اساسی تر د. متعالی تر

28/ کدامیک از موارد زیر از ویژگی های هرم مازلو نیست؟

الف. هر چه به سمت بالای هرم نزدیک میشویم، نیازها متعالی تر میشوند.
ب. سطح بندی آن کاملاً مکانیکی است.
ج. برای عبور از یک سطح به سطحی بالاتر، ناگزیر از رفع بخش اعظمی از نیازهای سطح پایین تر هستیم.
د. این هرم شامل پنج سطح است که نیاز به خود شکوفایی متعالی ترین آنهاست.

29/ نیاز به تعلق و دوست داشتن در سطح ... هرم مازلو قرار دارد.

الف. اول ب. دوم ج. سوم د. چهارم

30/ مسافرت مستلزم مسافرانی است که نیازهای شان بر طرف شده باشد.

الف. متعالی ب. اساسی ج. خود شکوفایی د. عاطفی

31/ گردشگری در گذشته به عنوان نیازی مطرح میشد اما امروزه به عنوان یک نیاز مطرح میشود.

الف. اساسی - ثانوی ب. متعالی - اساسی ج. متعالی - ثانوی د. ثانوی - اساسی

32/ کدامیک در رابطه با "نردبان تجربه سفر" صحیح نیست؟

الف. انگیزه های افراد با تجربه کردن سفرهای مختلف تغییر نمیکند.
ب. مسافرت افراد از الگویی پیروی میکند که به نردبان تجربه سفر مشهور است.

بهار ارتباطات ایرانیان

ج. نردبان تجربه سفر شامل سطوحی است که قابل انطباق با هرم مازلوست.

د. این نردبان پس از بررسی گسترده رفتار و انگیزه های گردشگری ارائه شده است.

33/... ..گردشگران را بر مبنای طیف آشنایی و بیگانگی طبقه بندی میکند.

الف. مارتین ب. کوهن ج. وودسایت د. تلفر

34/بر اساس طبقه بندی کوهن، گردشگرانی که برای بسته های سفر آشنا و قابل پیش بینی به صنعت گردشگری وابسته اند، گردشگران نام میگیرند.

الف. سازماندهی شده ب. سرگردان ج. کاوشگر د. محیط آشنا

35/گردشگران انبوه سازماندهی شده غالباً افرادی اند.

الف. انعطاف پذیر تنها برای دیدن مناظر ب. پیگیر سبک زندگی روزمره
ج. انعطاف ناپذیر د. سازگار با رفتار مردم محلی

36/کدامیک از انواع گردشگران طبقه بندی کوهن، حتی المقدور از خدمات موسسات گردشگری اجتناب میکنند؟

الف. گردشگران سرگردان ب. کاوشگران ج. گردشگران انبوه انفرادی د. گردشگران انبوه سازماندهی شده

37/پرهیز از مسیرهای رایج از ویژگی های کدامیک از گردشگران است؟

الف. گردشگران انبوه انفرادی ب. گردشگران سرگردان
ج. گردشگران انبوه سازماندهی شده د. کاوشگران

38/کدامیک از صاحب نظران زیر، گونه شناسی خود را بر اساس سلیقه و رفتار روان شناختی گردشگران ارائه کرده است؟

الف. کوهن ب. پلاگ ج. مازلو د. مارتین

39/پلاگ گردشگران را با توجه به علائق، نیازها و به دو گروه درون گرا و برون گرا تقسیم میکند.

الف. شخصیت ب. انگیزه ج. آشنایی و بیگانگی د. رفتار

بهار ارتباطات ایرانیان

40/ کدامیک از گزینه های زیر از ویژگی های یک فرد درون گرا نیست؟

الف. دلواپس ب. خود جوش ج. با اعتماد به نفس د. ریسک ناپذیر

41/ الگوی پلاگ سعی در برقراری یک رابطه میان گردشگر و دارد.

الف. شخصیت و رفتار ب. شخصیت و انتخاب مقصد ج. تجربه و رفتار د. تجربه و انتخاب مقصد

42/ بازدید کننده ای که بخشی از وقت سفر خود را در فرودگاه دبی گذرانده تا زمان پرواز اصلی اش به انگلستان فرا رسد، در دبی یک محسوب میشود.

الف. گردشگر ب. بازدید کننده یک روزه ج. مسافر یک روزه د. مهاجر

43/ برنامه ریزی برای توسعه ی فعالیتهای گردشگری باو..... آغاز میشود

الف/گونه شناسی گردشگر و گردشگری ب/آموزش گردشگر و بازاریابی

ج/ درک چرایی و چگونگی الگوهای رفتاری گردشگر د/قوانین گردشگری و اقتصاد گردشگری

44/ تحلیل الگوهای رفتاری گردشگری میتواند به شناخت.....اتخاذ تصمیمات متفاوت در مورد سفر کمک کند.

الف/نوع ب/چرایی ج/چگونگی د/روش

45/ کدام یک از عوامل زیر باعث شده تا بررسی رفتار مصرف کنندگان و الگوهای رفتاری آنها مورد توجه برنامه ریزان و بازاریابان قرار بگیرد؟

الف/تغییرات در محیط اجتماعی – فرهنگی ب/پیدایش نیازهای مختلف گردشگری

ج/درک صحیح از فرایند مصرف گردشگری د/رقابت بین مقصدهای مختلف برای جذب گردشگر

46/ سرعت تغییرات در محیط اجتماعی- فرهنگی و پیدایش نیازهای مختلف گردشگری ضرورت بررسی مدام کدام یک از موارد زیر را مورد تایید قرار میدهد؟

الف/رفتار گردشگران ب/شناخت گردشگران ج/گوناگونی گردشگران د/تقاضای گردشگران

47/ کدام یک از گزینه های زیر صحیح است؟

الف/گستره ی بررسی الگوهای رفتاری گردشگران محدود به مقصد گردشگری است.

ب/گستره ی بررسی الگوهای رفتاری گردشگران محدود به حین زمان مسافرت است.

ج/گستره ی بررسی الگوهای رفتاری گردشگران محدود به مقصد گردشگری و حین زمان مسافرت نیست.

بهار ارتباطات ایرانیان

د/گستره ی بررسی الگوهای رفتاری گردشگران محدود به مبدا گردشگر .مقصد گردشگر نیست.

48/تحلیل رفتار گردشگران در کدامیک از مراحل زیر اتفاق می افتد؟

الف/پیش از سفر ب/احین سفر ج/پس از سفر د/هر سه مورد

49/عوامل تاثیرگذار بر رفتار مصرف کننده را میتوان به کدامیک از سطوح زیر تقسیم بندی کرد؟

الف/فردی ب/اجتماعی ج/فرهنگی د/الف و ب

50/ کدام یک از نظریه پردازان زیر الگوی تخته پرش را عنوان کرده است؟

الف/اسواربروک ب/جعفری ج/هورنر د/پیرس

51/بر اساس تئوری پروفیسور جعفری(انگوی تخته پرش) گردشگری پدیده ایاست.

الف/اقتصادی-اجتماعی ب/اجتماعی-فرهنگی ج/فردی-اجتماعی د/سیاسی-اجتماعی

52/کدامیک از موارد زیر صحیح است؟

الف/انگیزه برای سفر کاملاً با دنیای معمول و غیرمعمول متضاد است.

ب/انگیزه برای سفر کاملاً با دنیای معمول و غیرمعمول منطبق است.

ج/انگیزه برای سفر کاملاً با دنیای معمول و غیرمعمول مکمل است.

د/انگیزه برای سفر کاملاً با دنیای معمول و غیرمعمول مرتبط است.

53/برای نشان دادن تبدیل از زندگی معمول به گردشگرد شدن از یک استعاره به ناماستفاده میکنیم.

الف/وارونگی ب/تخته پرش ج/الحاق د/متحرک سازی

54/در الگوی تخته پرش چند جزء تشکیل دهنده وجود دارد؟

الف/2 ب/4 ج/6 د/8

55/در الگوی تخته ی پرش بدنه ی تخته ی پرش شامل چه اجزایی است؟

الف/رهاسازی و آزادی ب/ایجاد نیاز و انگیزه

ج/عزیمت و احساس آزادی د/جریان عادی و اجتناب ناپذیر زندگی

بهار ارتباطات ایرانیان

56/ روند رهاسازی و آزادی در الگوی تخته ی پرش شامل چه اجزایی است؟

الف/ ایجاد نیاز وانگیزه ب/ ورود گردشگر به زمان و فضای غیرمعمول

ج/ عزیمت و احساس آزادی د/ تمکین و بازگشت به وطن

57/ "تحرك گردشگری" در الگوی تخته پرش از چه زمانی آغاز میشود؟

الف/ از زمان خروج گردشگر به زمان و فضای غیر معمول زندگی

ب/ از زمان ورود گردشگر به زمان و فضای غیر معمول زندگی

ج/ از زمان خروج گردشگر به زمان و فضای معمول زندگی

د/ از زمان ورود گردشگر به زمان و فضای معمول زندگی

58/ کدامیک از اجزاء زیر جزء اجتناب ناپذیر بازگشت از وضعیت موقت گردشگری به واقعیت ثابت است؟

الف/ راهایی ب/ متحرک سازی ج/ الحاق د/ بازگشت به وطن

59/ عواملی را که باعث بروز نیاز دور شدن گردشگر و فرار از روزمرگی فرد میشوند جزء کدامیک از جنبه ها مورد بررسی قرار میدهند؟

الف/ جنبه ی ساختاری ب/ جنبه ی کاربردی ج/ جنبه ی کارکردی د/ جنبه ی فرهنگی

60/ کدامیک از جنبه های زیر یک سری پیامد طولانی مدت معمول و کوتاه مدت غیرمعمول را در زندگی فرد مورد بررسی قرار میدهد؟

الف/ جنبه ی ساختاری ب/ جنبه ی کارکردی ج/ جنبه ی کاربردی د/ جنبه ی فردی

61/ در کدامیک از موقعیتهای زیر فرد از لحاظ روانی و سپس از لحاظ فیزیکی برای مرحله ی گردشگر شدن آماده میشود؟

الف/ بازگشت به وطن ب/ راهایی ج/ الحاق د/ خروج

62/ در کدامیک از مراحل زیر فرد از لحاظ روانی و سپس فیزیکی برای مرحله ی گردشگر شدن آماده میشود؟؟

الف/ یکپارچگی ب/ راهایی ج/ متحرک سازی د/ بازگشت به وطن

63/ کدام یک از مراحل زیر به دو فاز "جدایی" و "پذیرش" تقسیم می شود؟

الف/ تمکین ب/ رجعت ج/ راهایی د/ الحاق

بهار ارتباطات ایرانیان

64/ هویت مسافر در کدام یک از مراحل زیر عوض می شود که این زندگی جدید را خود گردشگر و دیگران قبول می کنند؟

الف / یکپارچگی ب / جدایی ج / بازگشت به وطن د / ابراز

65/ جدایی به معنای ----- بین فرد و معمول است در حالی که ابراز به معنای ----- فرد با غیر معمول است.

الف / کاهش فاصله - افزایش فاصله ب / افزایش فاصله - کاهش فاصله

ج / افزایش فاصله - افزایش فاصله د / کاهش فاصله - کاهش فاصله

66/ ----- به معنای تغییر تجربه ی آنچه که در زندگی معمول انجان می پذیرد است.

الف / رجعت ب / وارونگی ج / الحاق د / رهایی

67/ مرحله ی متحرک سازی شامل کدام یک از فاز های زیر می باشد؟

الف / رجعت و تمکین ب / الحاق و غفلت ج / جدایی و پذیرش د / آشنایی و خداحافظی

68/ مرحله بازگشت به وطن از کدام یک از فازهای زیر تشکیل شده است؟

الف / الحاق و غفلت ب / آشنایی و خداحافظی ج / رجعت و تمکین د / جدایی و پذیرش

69/ در کدام یک از مراحل زیر گردشگر در ابتدا از لحاظ روانی دنیای غیر معمول را رها کرده و سپس از لحاظ فیزیکی آن را ترک می کند؟

الف / تمکین ب / الحاق ج / خداحافظی د / رجعت

70/ در کدام یک از مراحل زیر فرد زندگی خود را در دنیای معمول مجددا شروع می کند و فرهنگ معمول قوت می گیرد و غیر معمول تحت کنترل درمی آید؟

الف / الحاق ب / تمکین ج / رجعت د / خداحافظی

71/ در کدام یک از مراحل زیر گردشگر به وطن باز می گردد اما جریان گردشگری وارد شده از دنیای غیر معمول باقی مانده و به دنیای معمول ملحق می شود؟

الف / بازگشت به وطن ب / رجعت ج / الحاق د / تمکین

72/ در کدام یک از مراحل زیر وقتی که فرد از سفر باز می گردد احساس افسردگی و خستگی دارد که این خستگی نه تنها فیزیکی بلکه روحی نیز می باشد؟

الف / بازگشت به دنیای معمول ب / زندگی شناور در دنیای غیر معمول

بهار ارتباطات ایرانیان

ج/ رنگ پذیری

د/ زیرگذر گردشگری

73/ کدام یک از بخش های زیر در جریان گردشگری قرار نمی گیرد اما جزء مهمی از مدل تخته پرش است؟

الف/ رجعت ب/ غفلت ج/ تمکین د/ الحاق

74/ جذب گردشگران در ساختار بازاریابی نیازمند شناخت کدام یک از موارد زیر است؟

الف/ شناخت جاذبه های گردشگری ب/ شناخت انگیزه های روحی و روانی گردشگران

ج/ شناخت نیروهای انسانی کارآمد د/ شناخت تسهیلات و امکانات

75/ کدام یک از صاحب نظران زیر از اولین کسانی بود که در جستجوی پاسخ سوال " چرا مردم مسافرت می کنند؟ " به مطالعه پرداخت؟

الف/ اسوار بروک ب/ هورنر ج/ لومسدن د/ دان

76/ " ویرگی های شخصیتی " و " شرایط زندگی " جزء کدام گروه از عوامل شکل دهنده ی سفر قرار می گیرند؟

الف/ عوامل کششی - انگیزشی ب/ عوامل انگیزشی - کششی

ج/ عوامل انگیزشی - انگیزشی د/ عوامل کششی - عوامل کششی

77/ عوامل کششی (جذبی) منجر به جذابیت در کدام بخش می گردند؟

الف/ مبدا ب/ مقصد ج/ شرایط زندگی د/ تمایل به سفر

78/ " پرستیر و اعتبار " - " میهمان نوازی ساکنان " - " تنوع و تمایز جاذبه ها " - " تجارب پیشین " - " فرار از تکرار و روزمرگی " - " سرمایه گذاری برند های معروف " به ترتیب جزء کدام دسته از عوامل شکل دهنده سفر قرار می گیرند؟

الف/ انگیزشی - کششی - کششی - انگیزشی - انگیزشی - کششی

ب/ کششی - کششی - انگیزشی - کششی - انگیزشی - انگیزشی

ج/ انگیزشی - انگیزشی - کششی - انگیزشی - کششی - کششی

د/ کششی - انگیزشی - انگیزشی - کششی - کششی - انگیزشی

79/ کدام یک از صاحب نظران زیر به مطالعه دلایل سفر افراد به مکان های معین و در واقع خرید محصولات گردشگری مشخص پرداخته اند؟

الف/ دان و لومسدن ب/ شارپلی و تلفر ج/ ویلیامز و بتون د/ اسوار بروک و هورنر

بهار ارتباطات ایرانیان

80/ اسواربروک و هورنر (2007) انگیزه های گردشگران برای سفر را به چند گروه کلان تقسیم می کنند؟

الف / 4 ب / 6 ج / 8 د / 10

81/ " ماجراجویی " - " ارتقای دانسته ها " - " بازدید از اماکن فرهنگی " - " استراحت و آرامش " - " فرصت سازی " - " تعامل و آشنا شدن با افراد تازه " به ترتیب جزء کدام یک از انگیزه های گردشگران برای سفر بر اساس تقسیم بندی (اسواربروک و هورنر) می باشند؟

الف / فیزیکی - احساسی و هیجانی - فردی - تعالی شخصیتی - منزلتی - فرهنگی

ب / فردی - منزلتی - فیزیکی - فرهنگی - تعالی شخصیتی - احساسی و هیجانی

ج / احساسی و هیجانی - تعالی شخصیتی - فرهنگی - فیزیکی - منزلتی - فردی

د / فرهنگی - منزلتی - تعالی شخصیتی - فردی - احساسی و هیجانی - فیزیکی

82/ رشد اقتصادی در کشور های جهان غرب باعث ----- برای سفر شد با این تفاوت که تعداد سفرها --
----- یافت ولی مدت زمان انجام سفر ----- پیدا کرد.

الف / افزایش تقاضا - کاهش - افزایش ب / افزایش تقاضا - افزایش - کاهش

ج / کاهش تقاضا - افزایش - کاهش د / کاهش تقاضا - کاهش - افزایش

83/ میزان تاثیر گذاری عوامل درونی و بیرونی گردشگران بنا بر ویژگی های _____ آن ها متفاوت خواهد بود.

الف / اقتصادی ب / اجتماعی ج / رفتاری د / سیاسی

84/ افراد برون گرا بیشتر تحت تاثیر چه عواملی در جریان سفر قرار می گیرند؟

الف / عوامل درونی ب / عوامل خارجی ج / مشاهدات و تجربیات خود د / الف و ب

85/ افراد درون گرا بیشتر تحت تاثیر چه عواملی در جریان سفر قرار می گیرند؟

الف / نظرات دوستان و آشنایان ب / نظرات بازاریابان در صنعت گردشگری

ج / تجربیات و یافته های خود د / الف و ب

ردیف	الف	ب	ج	د	ردیف	الف	ب	ج	د	ردیف	الف	ب	ج	د	ردیف	الف	ب	ج	د
1					51					26					76				
2					52					27					77				
3					53					28					78				
4					54					29					79				

بهار ارتباطات ایرانیان

				80				55				30				5
				81				56				31				6
				82				57				32				7
				83				58				33				8
				84				59				34				9
				85				60				35				10
				86				61				36				11
				87				62				37				12
				88				63				38				13
				89				64				39				14
				90				65				40				15
				91				66				41				16
				92				67				42				17
				93				68				43				18
				94				69				44				19
				95				70				45				20
				96				71				46				21
				97				72				47				22
				98				73				48				23
				99				74				49				24
				100				75				50				25

1- کدام یک از موارد زیر به دلیل ویژگی منحصر به فردشان از اصلی ترین انگیزه گردشگران برای سفر بشمار می‌آیند؟

الف: اوقات فراغت ب: جاذبه‌ها ج: تاسیسات و تسهیلات موجود در مقصد د: مراکز اطلاع رسانی

بهار ارتباطات ایرانیان

2- کدام جمله نادرست است ؟

الف: جاذبه ها از عوامل کششی برای ترغیب و جذب گردشگران به یک منطقه هستند .

ب: بدون جاذبه ها گردشگری وجود نخواهد داشت .

ج: در نبود جاذبه ها به خدمات و تسهیلات در گردشگری نیازمندیم .

د: آنچه انسان را به تکاپو برای سفر وامیدارد در بیشتر موارد جاذبه های متنوع است .

3- زمینه اصلی برای توسعه و پیشرفت فعالیت های گردشگری به کدام عوامل بستگی دارد ؟

الف: منابع و جاذبه ها ب: پس انداز و در آمد ج: ماجراجویی د: ارتباطات

4- آنچه موجب جذب و تهییج علاقمندان به و یا در سفر می گردند ----- هستند .

الف: منابع ب: مکان ها ج: شرایط د: جاذبه ها

5- تعریف جاذبه از نظر اسواربروک کدام است ؟

الف: جاذبه ها به واحد های کوچک جغرافیایی گفته می شوند که برای سفر در دسترس هستند .

ب: بدون جاذبه ها گردشگری وجود ندارد .

ج: در شکل دادن به رضایت بازدید کنندگان کمک می کنند .

د: جاذبه ها به عنوان کانون فضایی فعالیت های گردشگری هستند .

6- کدام تعریف جاذبه از نظر ونهو صحیح است ؟

الف: جاذبه ها از عناصر کلیدی نیستند و به خودی خود باعث جذب مردم میشوند .

ب: جاذبه ها انگیزه بخش هستند ولی در رضایت مردم نقشی ندارند .

ج: جاذبه ها از عناصر کلیدی سیستم گردشگری هستند که از قابلیت جذب مردم به مقصد برخوردارند .

د: جاذبه ها نیازی به دیگر اجزای سیستم گردشگری در جذب مردم ندارند .

بهار ارتباطات ایرانیان

7- این تعریف جامع از جاذبه از کیست ؟

جاذبه ها نقاط توسعه یافته ای هستند که برای علاقه - فعالیت و سرگرمی بازدید کنندگان برنامه ریزی و مدیریت می شوند .

الف: اسواربروگ ب: ونهو ج: داس ویل د: گان

8- کدام جمله در مورد منابع صحیح نمی باشد :

الف : در ایجاد منابع گردشگری انسان نقشی نداشته است و زیبایی این آثار موجب جذب گردش گر میشود.

ب: منابع فی نفسه منفعت اقتصادی را برای منطقه به وجود نمی آورند .

ج: منابع بدون مدیریت و برنامه ریزی مورد استفاده قرار می گیرند .

د: منابع فی نفسه منفعت اقتصادی را بوجود می آورند و با مدیریت برنامه ریزی مورد استفاده قرار می گیرند .

9- درمعنای مترادف جاذبه و محصول گردشگری کدام ویژگی صحیح نیست ؟

الف: منابعی هستند که با استفاده از نهاده های مدیریتی منافع اقتصادی را موجب می گردند .

ب: بدون مدیریت و دخالت انسان مورد استفاده قرار میگیرند .

ج: فرآیند استفاده از آنها نظام مند و کنترل شده انجام می پذیرد .

د: با دخالت انسان و سرمایه گذاری مورد استفاده قرار می گیرند ؟

10- کدام یک از موارد زیربرای جذب گردشگران از اهمیت بیشتری برخوردار است؟

الف: فروشگاه های سوغات و صنایع دستی . ب: امکانات اقامتی و پذیرایی .

ج: ارائه خدمات در مقصد . د: جاذبه اولیه .

11- یکی از مهم ترین مراحل توسعه جاذبه های گردشگری میباشد :

الف: شناخت رابطه بین انواع جاذبه های مختلف ب: مدیریت بازار یابی

ج: ظرفیت پذیرش گردشگران د: مدیریت عرضه محصولات

بهار ارتباطات ایرانیان

12----- از ارکان اساسی صنعت گردشگری می باشند ؟

الف: شناسایی ویژگی ها - جذابیت ها و توانایی های بالقوه و بالفعل جاذبه ها . ب: ظرفیت پذیرش گردشگران .
ج: مدیریت عرضه محصولات . د: استفاده از منابع .

13-جاذبه های بخش دولتی در تقسیم بندی جاذبه ها در کدام دسته قرار دارند ؟

الف: غیر انتفاعی ب: مالکیت ج: تقسیم بندی بر نوع فعالیت د: پراکندگی فضایی جاذبه ها

14-کدام مورد در تقسیم بندی رایج ادوارد اینسکیپ از جاذبه ها نمی باشد ؟

الف: جاذبه های اصلی ب: جاذبه های طبیعی ج: جاذبه های فرهنگی د: جاذبه های خاص

15-در یک تقسیم بندی کلی دو گروه بزرگ جاذبه ها کدام هستند ؟

الف: جاذبه های طبیعی و خاص ب: جاذبه های اصلی و مکمل

ج: جاذبه های فرهنگی و خاص د: جاذبه های مذهبی و انسان ساز

16-نقش اصلی جاذبه های مکمل کدام است ؟

الف: جذب و انگیزه اصلی گردشگران جهت اقدام سفر.

ب: بدلیل شهرت خاص در مقصد گردشگری شناخته شده هستند .

ج: به خودی خود باعث جذب گردشگران می شوند.

د: تنوع بخشی به جاذبه های مقصد و بالابردن میزان ماندگاری گردشگران و بهبود کیفیت تجربه گردشگران.

17-در ارتباط با جاذبه های اصلی و مکمل صادق می باشد.

الف: هر دو برای تمام گردشگران یکسان محسوب میشوند.

ب: نگرش و علاقمندی و عملکرد گردشگران در شناسایی جاذبه های اصلی و مکمل متفاوت است.

ج: جاذبه های طبیعی همواره جاذبه های مکمل و اصلی هستند.

د: نظر گردشگران در شناسایی جاذبه های اصلی و مکمل دخالتی ندارد.

بهار ارتباطات ایرانیان

- 18- مبنای تقسیم بندی گان به جاذبه های پراکنده و متمرکز کدام گزینه صحیح است.
- الف: برد و کشش جاذبه ب: مدت زمان بازدید ج: پراکندگی فضایی د: ماهیت جاذبه ها
- 19- تقسیم بندی جاذبه ها بر اساس توجه به میزان مشارکت در فعالیت ها متعلق به کیست؟
- الف: گلدنر و ریتچی ب: ونهو ج: گان د: اسوار بروک
- 20-..... جزء تفکیک ناپذیر محصولات گردشگری است.
- الف: تفریح ب: اقامت ج: صنعت د: فروشگاه
- 21- در کدام نوع از سفرها اقامت نقشی غیر از کارکردی در محصول گردشگری دارد؟
- الف: بازدیدهای غیر تفریحی ب: بازدیدهای تجاری ج: تفریحی و فراغتی د: بازدیدهای صنعتی
- 22- گلدنر و ریتچی اقامتگاه ها را به دودسته و تقسیم میکنند .
- الف: هتل ها و متل ها ب: خصوصی و سازمانی ج: سازمانی و غیر انتفاعی د: تجاری و غیر تجاری
- 23- مالکیت زمانی - تخت و صبحانه جزو کدام دسته از اقامتگاه ها قرار دارد؟
- الف: غیر تجاری ب: تجاری ج: غیر انتفاعی د: سازمانی
- 24- خانه های دوم در کدام دسته از اقامتگاه ها قرار دارد؟
- الف: خصوصی - غیر تجاری ب: سازمانی - تجاری ج: عام المنفعه د: مالکیت زمانی - تجاری
- 25- ----- را باید پاسخی به تقاضای پایدار برای سفر به یک مقصد گردشگری از سوی افراد پر درآمد جامعه است .
- الف: تاسیسات مالکیت زمانی ب: هتل ها و متل ها ج: اقامتگاه های سازمانی د: اقامتگاه های غیر انتفاعی
- در کدام واژه معنی برنامه ریزی ذکر شده است؟
- 1- سازماندهی
 - 2- *پیش بینی
 - 3- تصمیم گیری و خلاقیت
 - 4- ایجاد هماهنگی

بهار ارتباطات ایرانیان

طبق تعریف «مورفی و مورفی» کدام یک جزء وظایف مدیریت نمی باشد؟

- 1- برنامه ریزی
- 2- سازمان دهی
- 3- برقراری نگرش سیستمی بین کارکنان
- 4- * بسیج منابع

توانایی نفوذ در دل زیردستان جزء کدام یک از وظایف مدیریت است؟

- 1- ایجاد هماهنگی
- 2- نظارت و کنترل
- 3- سازماندهی
- 4- * هدایت و رهبری

سازمان دهی در مدیریت به چه معناست؟

- 1- تعیین چشم انداز حصول اهداف غایی و عینی
- 2- * تخصیص وظایف و محول کردن مسولیتها
- 3- تصمیم گیری و خلاقیت و نوآوری
- 4- پیش بینی

کدام مورد در تقسیم بندی مدیریت با توجه به ماهیت فعالیتها قرار نمیگیرد؟

- 1- * سازمان های بین المللی و شرکتهای چند ملیتی
- 2- مدیریت کارآفرینی
- 3- مدیریت کیفیت جامع
- 4- مدیریت دانش

اهمیت مدیریت در گردشگری چیست؟

- 1- فعالیتهای گردشگری
- 2- * ماهیت خدمات محور
- 3- ماهیت منابع انسانی
- 4- ماهیت گردشگر محور

نخستین گام در برنامه ریزی گردشگری چیست؟

- 1- * ارائه یک برنامه مدیریت راهبردی
- 2- جلب اعتماد گردشگران
- 3- حفظ و هدایت و افزایش تقاضای گردشگری
- 4- کنترل اثرات گردشگری

کدام مورد در برنامه مدیریت راهبردی مورد توجه نمی باشد؟

- 1- تبیین وضعیت کنونی
 - 2- تبیین اهداف غایی
 - 3- تبیین مسیر رسیدن به اهداف
 - 4- * تبیین رفتار سازمانی
- کدام یک بحث مدیریت گردشگری پایدار را مطرح می کند؟

- 1- اهمیت منابع انسانی
- 2- رقابت شدید بین مقصدهای گردشگری
- 3- فصلی بودن تقاضا
- 4- * اهمیت کنترل تأثیرات

برای حفظ و هدایت و افزایش تقاضای گردشگری به ویژه بهره گیری از کدام مدیریت ضروری است؟

- 1- مدیریت گردشگری پایدار
- 2- * مدیریت بازاریابی
- 3- مدیریت منافع انسانی

کدام مورد در تعریف برنامه ریزی صدق نمیکند؟

- 1- فرایند آگاهانه تصمیم گیری در مورد اهداف و فعالیتهای آینده یک فرد، گروه، واحد کاری
- 2- تصور و طراحی وضعیت مطلوب در آینده
- 3- فرایند و پیش بینی کردن راه حل و امکانات لازم برای رسیدن به وضعیت مطلوب
- 4- * فرایند تصمیم گیری در مورد صرف منابع محدود برای رفع نیازهای متنوع و نامحدود

بهار ارتباطات ایرانیان

از نظر اینسکیپ و مک انتاش کدام یک جزء پیامدهای برنامه ریزی نمی باشد؟

- 1- * رشد اقتصادی کوتاه مدت برای ارتقا کیفیت زندگی ساکنان
- 2- تحرک گسترش زیر ساختها
- 3- حفظ منابع برای نسلهای حاضر و آتی
- 4- هم پیوندی خط مشی های گردشگری با سایر خط مشی های گردشگری

نقش برنامه ریزی در ایجاد بستر همکاری قابل اطمینان بین بخش خصوصی و دولتی از نظریات کدام محقق می باشد؟

- 1- فرمیکا
 - 2- * اینسکیپ و مک انتاش
 - 3- ویلیامز
 - 4- اعرابی
- طبق نظریات ویلیامز یکی از اهداف برنامه ریزی گردشگری....

- 1- افزایش رقابت رضایت گردشگران و بازدیدکنندگان
- 2- هم پیوندی بخش خصوصی و دولتی
- 3- * شکل دهی و روند های فیزیکی توسعه
- 4- نظارت و کنترل تغییرات توسعه گردشگری را فراهم می سازد.

طبق نظر ویلیامز حفاظت از منابع کمیاب و فراهم سازی چارچوب فعالیتهای بازاریابی نتیجه کدام فرایند است؟

- 1- مدیریت بازاریابی
- 2- * برنامه ریزی گردشگری
- 3- مدیریت بحران
- 4- برنامه ریزی توسعه پایدار

سه فرض اساسی که "پیرس" برای برنامه ریزی مبتنی بر واقعیت طرح های گردشگری بیان می کند کدام است؟

- 1- * درک و فهم ارتباط بیرونی همه بخشهای گردشگر - درک و فهم پویایی بستر توسعه گردشگری
- 2- درک و فهم هم پیوندی عملکردهای برنامه ریزی در سطوح ملی-درک و فهم ارتباط درونی بخشهای صنعت گردشگری

3- رضایت گردشگران و بازدید کنندگان - هماهنگی برنامه ریزی در سطوح ملی و محلی و سایت

اسکیپ برنامه ریزی پهنه گردشگری را بر چه اساس مطرح می کند؟

1- * بر اساس اندازه منطقه مورد بررسی

2- بر اساس رشد منطقه

3- بر اساس میزان جاذبه منطقه

متداولترین تقسیم بندی در برنامه ریزی گردشگری در چه سطوحی انجام میگیرد؟

1- ملی، منطقه ای، محلی

2- * سایت، مقصد، منطقه

3- بین المللی، منطقه ای، محلی

روند تغییرات در سطوح برنامه ریزی ویلیامز از سطح ملی به سطح محلی چگونه است؟

1- * اهداف عینی کلان تر است

2- دوره زمانی اهداف کوتاه مدت تر است

3- گستره برنامه بزرگتر است

4- اجرای بودن محدودتر است

در برنامه ریزی سطح منطقه ای ویلیامز جزئیات برنامه ها

1- از سطح ملی کمتر و از سطح محلی بیشتر است

2- * از سطح ملی بیشتر و از سطح منطقه ای کمتر است

3- بستگی به ماهیت برنامه دارد

برنامه ریزی در سطح سایت...

1- اهداف اجتماعی - فرهنگی، زیست محیطی، ... را شامل می شود

2- منجر به انسجام جاذبه های گردشگری می شود

3- * برای واحد منفردی از بخشهای گردشگری انجام میشود

بهار ارتباطات ایرانیان

کدام یک منظور گان از مقصد گردشگری می باشد؟

- 1- مقصد از دو یا چند اجتماع برخوردار است
- 2- مقصد گستره ای از عرصه ها را در بر میگیرد
- 3- * مقصد پهنه جغرافیایی است که برای رضایت گردشگران توسعه یافته است

کدام گزینه مشخصه های مقصد گردشگری را بیان نمی کند؟

- 1- وجود مرز مشخص و تعریف شده - مجموعه جاذبه ها - جذابیت های داخلی
- 2- دسترسی بازار به کدپور های حمل و نقل داخلی - جذابیت های داخلی - مبادی ورود و خروج
- 3- * جذابیت های داخلی - مجموعه جاذبه ها - واحدهای منفرد *

کدام یک از عوامل تغییر رویکردها محسوب نمیشود؟

- 1- ارتقا سطح دانش بشری
- 2- تغییر و تحول در تکنولوژی های موثر در برنامه ریزی
- 3- * تغییر و تحول در منابع مالی و زمانی

رویکردهای برنامه ریزی گردشگری چه روندی را طی کرده اند؟

- 1- روند نظری
- 2- سیر نزولی
- 3- * روند تکاملی

در کدام یک از رویکردهای گردشگری ساکنین مقصدهای گردشگری در فرایند تصمیم گیری نقشی ندارند؟

- 1- * منفعت طلبی
- 2- اقتصادی
- 3- جامعه گرا

کدام یک از دو رویکرد در مقابل یکدیگر قرار میگیرند؟

- 1- جامعه گرا و اقتصادگرا
- 2- * منفعت گرا و جامعه گرا
- 3- صنعت گرا و جامعه گرا

بهار ارتباطات ایرانیان

کدام رویکرد ریشه در حجم کم گردشگری سازمان یافته در 150 گذشته دارد؟

1- کالبدی - فضایی

2- جامعه گرا

3- * منفعت گرا

در کدام رویکرد منابع طبیعی و فرهنگی عناصر مهم بهره برداری در توسعه گردشگری محسوب می شوند؟

1- توسعه پایدار

2- * منفعت گرا

3- کالبدی - فضایی

در شکل گیری کدام رویکرد سیاست اقتصاد آزاد قرن 19 اروپا مؤثر بوده است؟

1- توسعه پایدار

2- * منفعت گرا

3- اقتصادگرا

کدام رویکرد گردشگری را ذاتا خوب می داند؟

1- صنعت گرا

2- جامعه گرا

3- * منفعت گرا

مولفه های اصلی رویکرد صنعت گرا کدام است؟

1- * ترویج جذب گردشگرانی که بیشترین سود اقتصادی را فراهم سازد

2- ایجاد نگرش مثبت در جوامع میزبان نسبت به گردشگری

3- ارزیابی رضایت از بازدیدکنندگان

در کدام رویکرد گردشگری به عنوان یک صنعت قلمداد می شود؟

1- توسعه پایدار

2- منفعت گرا

3- * اقتصادگرا

بهار ارتباطات ایرانیان

در کدام رویکرد گردشگری به عدم تعادل ملی و منطقه ای کمک می کند؟

1- کالبدی- فضایی

2- منفعت گرا

3- * اقتصاد گرا

کدام مورد در عدم تعادل ملی و منطقه ای تأثیر ندارد؟

1- تراز تجاری

2- تراز پرداخت

3- * سطح مبادلات داخلی

سنجش اثرات اجتماعی در کدام رویکرد برنامه ریزی الزامی گردیده است؟

1- توسعه پایدار

2- جامعه گرا

3- * منفعت گرا

در رویکرد جامعه گرا عدم مشارکت جامعه محلی کدام پدیده را ایجاد خواهد کرد؟

1- * کاهش هم پیوندی فرهنگی اجتماعی و اقتصادی جوامع میزبان- میهمان

2- افزایش تأثیر . نفوذ دولتها در برنامه ریزی

3- قرار گرفتن گردشگران در نقطه کانونی برنامه ریزی گردشگری

نگاه برد-برد در کدام رویکرد مشاهده میشود؟

1- * جامعه گرا

2- اقتصاد گرا

3- کالبدی- فضایی

در رویکرد جامعه گرا این جمله به چه معناست؟ (برنامه ریزی گردشگری برنامه ای از پایین به بالاست)

1- هرچه مشارکت مردم بیشتر می شود توسعه گردشگری بیشتر می شود

2- * بیشتر از آن که به توسعه جامعه توجه داشته باشد به توسعه در جامعه توجه دارد

3- بیشتر از هر چیز به رضایتمندی گردشگر در مقصد توجه دارد تا به اثرات منفی گردشگری

بهار ارتباطات ایرانیان

کدام یک از موارد از مشکلات تدوین برنامه های گردشگری بر مبنای رویکرد جامعه گرا محسوب نمی شود؟

- 1- سطح آگاهی ساکنان از فرایند برنامه ریزی
- 2- زمان بر بودن فرایند برنامه ریزی و سختی اعتماد ساکنین به نماینده
- 3- * هم پیوندی اجتماعی جامعه میزبان - میهمان

هدف اصلی رویکرد توسعه پایدار چیست؟

- 1- * فراهم ساختن معیشتی با دوام و امن
- 2- توسعه منابع فرهنگی
- 3- توسعه جاذبه ها

کاهش انقطاع فرهنگی از اهداف کدام یک از رویکردهای برنامه ریزی گردشگری است؟

- 1- جامعه گرا
- 2- * توسعه پایدار
- 3- منفعت گرا

در رویکرد توسعه پایدار کدام یک اهمیت و اولویت بیشتری دارند؟

- 1- اقتصاد بازار
- 2- * مدیریت اثرات گردشگری
- 3- افزایش تقاضا

برنامه ریزی کل نگر از فروض اساسی کدام رویکرد می باشد؟

- 1- جامعه گرا
- 2- * توسعه پایدار
- 3- منفعت گرا

اجرا و پیاده سازی توسعه پایدار گردشگری نیازمند...

- 1- معیارهای ذهنی
- 2- * معیارهای عینی و ذهنی
- 3- معیارهای استاندارد جهانی

رویکردی که مقصدها با اتکا به آن خود را با تغییرات محیط وفق می دهند چه نام دارد؟

1- * مدیریت راهبردی

2- مدیریت نظام مند

3- مدیریت بحران

کدام رویکرد است که نقشه آتی یک مقصد گردشگری را تعیین می کند؟

1- صنعت گرا

2- راهبردهای بازاریابی

3- * مدیریت استراتژیک

کدام یک در برنامه ریزی گردشگری استراتژیک اهمیت دارد؟

1- * تدوین راهبردهایی جهت انطباق با محرکات اجتماعی

2- شناسایی و بهره برداری از منابع طبیعی

3- ترویج جذب بازدیدکنندگانی که سود اقتصادی بالاتری را فراهم می سازند

کدام گزینه در مورد مفهوم مدیریت راهبردی صحیح نمی باشد؟

1- به معنی تضمین بقا و رشد سازمانها در برابر رقاست

2- * علم و هنر دستیابی به فنون مدیریتی جدید است

3- علم و هنر تدوین اجرا و ارزیابی تصمیم های راهبردی است

کدام یک از موارد زیر تعریف مدیریت راهبردی از منظر دیوید است؟

1- * هنر و علم تدوین، اجرا و ارزیابی تصمیم های راهبردی سازمان برای دستیابی اهداف بلند مدت

2- مدیریت راهبردی را یک طرح، الگو، موقعیت، دیدگاه و یک حقه می داند

3- برقراری پیوند منسجم و متناسب میان اهداف، منابع و محیط سازمان است

بخش های سه گانه مدیریت راهبردی چیست؟

1- * تدوین-اجرا-ارزیابی

2- برنامه-اجرا-بازخورد

3- ورودی-فرایند-خروجی