

نام درس: برنامه ریزی و سرپرستی گشتهای جهانگردی

تعداد سؤال: نسی ۳۰ تکمیلی -- تشریحی --

رشته تحصیلی: گرایش: مدیریت جهانگردی

زمان امتحان: تستی و تکمیلی ۴۰ نوبت تشریحی -- نوبت

کد درس: ۱۲۱۸۰۲۱

تعداد کل صفحات: ۵

۱. کدامیک از برنامه‌های زیر حاوی «مسیرهای دقیق حرکت» است؟
 - الف. برنامه مختصر کاری تور
 - ب. برنامه تفصیلی تور
 - ج. برنامه عملیاتی تور
 - د. هر سه مورد
۲. اگر گردشگران تنها از خدماتی نظیر حمل و نقل هوایی، ترانسفر فرودگاهی و هتل استفاده کنند، بی آنکه ارتباطاتی خاص میان ایشان یا میان آنها و نمایندگان تور گردان شکل گیرد، چنین بسته سفری را چه می‌خوانیم؟
 - الف. بسته سفر مستقل
 - ب. بسته سفر گروهی
 - ج. بسته سفر سفارشی
 - د. بسته سفر داوطلبانه
۳. کدام گزینه را نمی‌توان بطور متعارف به تور گردانان نسبت داد؟
 - الف. خریدار عمده عناصر بسته سفر
 - ب. مونتاژکاران صنعت سفر
 - ج. عمده فروشان محصولات صنعت سفر
 - د. عناصر ثبات زا در صنعت سفر
۴. عبارت صحیح کدام است؟
 - الف. گاه دولتها به منظور حمایت از خطوط هواپیمایی ملی با برقراری پروازهای چارتر از سوی تورگردانان مخالفت می‌کنند.
 - ب. وقتی مقصدی با تقاضای با ثبات و بسیار مواجه است، تور گردانان به سوی عرضه مستقل اجزاء بسته سفر می‌روند.
 - ج. یکی از دلایل شکست بسیاری بنگاههای تورگردان در دهه ۱۹۷۰ راباید وقوع رویدادهای تروریستی دانست.
 - د. مهمترین منفعت مالی ای که تورگردانان کسب می‌نمایند از طریق فروش خدمات جانبی به مشتریان است.
۵. بسته سفری برای شرکت در مراسم سالگرد مولانا در آذر ماه جاری از سوی یک تورگردان تدارک دیده شد به مقصد قونیه همراه با شرکت در مراسم سماع این تورگردان به کدام دسته زیر تعلق دارد؟
 - الف. بازار انبوه
 - ب. تخصص
 - ج. عرضه کننده سفرهای غیر درستی
 - د. عملیات تورگردانی پیگی بک
۶. تورگردانی برای مقصدی معین بلیط هواپیما بدون بقیه اقلام بسته سفر را به تعدادی از مسافران فروخته است. در این مورد چه می‌توان گفت؟
 - الف. این اقدام با منافع کلی وی تعارض داشته و در هر حال امری اشتباه است.
 - ب. اگر مقصد با تقاضای کافی برای برگزاری تورکامل مواجه نبوده اشکالی ندارد.
 - ج. این اقدام امری معمول بوده و تورگردانان همواره چنین فروشهایی را انجام می‌دهند.
 - د. تورگردان به یقین تحت تأثیر فشار شرکتهای هواپیمایی محلی چنین کرده است.
۷. «مذاکره با عرضه کنندگان اصلی» از وظایف کدام واحد یک شرکت تورگردان به حساب می‌آید؟
 - الف. فروش و بازاریابی
 - ب. عملیات
 - ج. امور اداری
 - د. خدمات
۸. ضریب بار یعنی چه؟
 - الف. نسبت بسته‌های فروش رفته به بسته‌های سفر رزرو شده
 - ب. نسبت بسته‌های سفر رزروی شده به بسته‌های سفر فروش رفته
 - ج. نسبت بسته‌های ذخیره شده به کل ظرفیت تور
 - د. نسبت بسته‌های فروخته شده به کل بسته‌های ذخیره شده

نام درس: برنامه ریزی و سرپرستی گشتهای جهانگردی

تعداد سؤال: نسی ۳۰ تکمیلی -- تشریحی --

رشته تحصیلی: گرایش: مدیریت جهانگردی

زمان امتحان: تستی و تکمیلی ۴۰ دقیقه تشریحی --

کد درس: ۱۲۱۸۰۲۱

تعداد کل صفحات: ۵

۹. کدام مورد از سیاستهای متعارفی که یک تورگردان حین افزایش هزینههای بسته سفر در قبال مسافران پیش میگیرد به حساب نمیآید؟

الف. عدم اعلام قیمت قطعی و تحمیل تمام هزینهها به مشتری

ب. اعلام حداکثر مقدرای از افزایش هزینهها که خود متقبل می شود و تحمیل باقی آن به مشتری

ج. اعلام مقطع زمانی خاصی برای پرداخت که اگر طی آن مشتری قیمت را بپردازد مشمول افزایش هزینه نمی شود.

د. اعلام قیمت جاری بسته سفر و ذکر اینکه هر اضافه هزینه ای را مشتری باید بپردازد.

۱۰. در تجزیه و تحلیل موقعیت، تورگردان حین بررسی محصولات خود کدام گزینه به عنوان معیاری معمول مطرح نیست؟

الف. سهم درآمدی هر طبقه محصول

ب. میزان سوآوری هر دسته از محصولات

ج. نرخ رشد جمعیت در جامعه مقصد

د. درصد تعداد بسته های فروش رفته هر دسته محصولات

۱۱. در ساختار یک برنامه بازاریابی برای بنگاه تورگردان پس از تعیین اهداف کلی و قبل از ارزیابی منابع بنگاه کدام موضوع

جای میگیرد؟

الف. ارزیابی محیط بازار

ب. بخش بندی بازار

ج. تعیین بودجه بازاریابی

د. ارزیابی منابع بنگاه

۱۲. اگر تورگردان دریابد که محصول خاصی به دلیل شرایط بازار که بشدت رقابتی است و حاشیه سود اندکی دارد، دارای

سوآوری پائینی است کدام استراتژی را در برخورد با مسئله ممکن است در اولویت قرار دهد؟

الف. افزایش حجم تبلیغات

ب. تغییر ساختار محصول با ارتقای کیفیت اجزای آن

ج. هرس کردن محصول

د. استمرار وضعیت جاری به امید بهبود آن

۱۳. در تجزیه و تحلیل پرتفولیوی محصول، بسته سفری که دارای رشدی آرام و سهم بالایی از بازار است و جریان قابل

توجهی از نقدینگی ایجاد می کند را چه می نامند؟

الف. ستاره

ب. گاو شیرده

ج. سگ

د. علامت سؤال

۱۴. عبارت صحیح کدام است؟

الف. وقتی مقصدی به کفایت برای مشتریان تور گردان جذابیت ندارد، تورگردان از برنامه ریزی بسته سفر به سوی آن

چشم پوشی می کند.

ب. در ورود به بازار مقاصد جدید و یا عرضه بسته های سفری جدید، تورگردان به احتمال قوی با رقابت شدیدی مواجه

خواهد شد.

ج. برای برقراری ارتباط با مردم محلی با توجه به نقش حساس آنها در موفقیت برنامه سفر، تورگردان بطور مستقیم به

سراغ ایشان می رود.

د. تورگردانان ریسک گریز تنها هنگامی به مقاصد جدید وارد می شوند که متقاضی در قالب بسته های سفر از قبل شکل

گرفته به آنها مراجعه کند.

نام درس: برنامه ریزی و سرپرستی گشتهای جهانگردی

تعداد سؤال: ۳۰ تکمیلی -- تشریحی --

رشته تحصیلی: گرایش: مدیریت جهانگردی

زمان امتحان: تستی و تکمیلی ۴۰ دقیقه تشریحی --

کد درس: ۱۲۱۸۰۲۱

تعداد کل صفحات: ۵

۱۵. در مورد صرف وعده‌های غذایی بسته سفر، تورگردانان بطور متعارف کدام گزینه را بر می‌گزینند؟

الف. صرف صبحانه و شام در هتل و ناهار حین گشت در رستوران بصورت جمعی

ب. صرف صبحانه و شام در هتل بصورت جمعی و آزاد گذاردن مسافران درخصوص شام

ج. صرف صبحانه در هتل و آزاد گذاردن مسافران برای صرف ناهار و شام بصورت فردی

د. صرف صبحانه در هتل و ناهار در گشت بصورت جمعی و آزاد گذاری مسافران برای شام

۱۶. کدام گزینه درخصوص قواعد کلی حاکم بر طراحی برنامه کاری سفر صحیح نمی‌باشد؟

الف. راهنمای تور استخدام شده ممکن است نحوه رسیدن به محل خصای که در برنامه تور پیش بینی شده را نداند و لاجرم

از مردم محلی سؤال می‌کند.

ب. در برنامه ریزی سفر، باید زمانهای آزادی را هم برای مسافران در نظر گرفت تا طی آن به علائق شخصی خود رسیدگی

کنند.

ج. تنوع در برنامه‌های غذایی و محلهای صرف غذا از سوی تورگردان در برنامه کاری سفر باید اعمال شود.

د. اگر برنامه توری ویژگی‌های خاصی مثلاً الزام به کوهپیمایی دارد، باید تورگردان قبلاً موضوع را به اطلاع خریداران

برساند.

۱۷. بسته سفری هوایی از مبدأ تهران به مقصد دمشق، پس بازدید از بیروت تدارک دیده شده و مسافر با هواپیما از بیروت به

تهران باز می‌گردد. در این بسته سفر گردشگر حین اقامت در دمشق برخی برنامه‌های روزانه جهت بازدید از شهرهای بصری،

سیدنیایا و حمص را هم تجربه می‌کند. این بسته سفر از کدام قسم شناخته می‌شود؟

الف. بسته سفر با مرکزیت ثابت

ب. بسته سفر حلقوی

ج. ترکیب بسته سفر حلقوی و مرکزیت ثابت

د. ترکیب بسته سفر مسیر باز و مرکزیت ثابت

۱۸. اطلاعات مربوطه به درجه بندی کیفی هتلها و ظرفیت رستورانها و هتلها در قالب کدام بسته اطلاعاتی قرار دارند؟

الف. برنامه داخلی تور

ب. برنامه عملیاتی

ج. راهنمای عملیات

د. دفترچه راهنمای همراهان تور

۱۹. با افزایش قیمت بسته سفری کروز که توسط کشتی تفریحی ای مجلل برگزار می‌شود درباره تقاضا چه می‌توان گفت؟

الف. حتماً کاهش خواهد یافت

ب. احتمالاً افزایش خواهد یافت

ج. با توجه به ماهیت محصول تغییر نخواهد کرد

د. اظهار نظر میسر نیست

۲۰. هتلی همچون شرایتون با قیمت ارزان به شما پیشنهاد شده است، قضاوت شما چیست؟

الف. پیشنهادهای متعارف است همه هتلها برای جلب مشتری بیشتر قیمت شکنی می‌کنند.

ب. با توجه به رابطه میان اعتبار نام تجاری و قیمت، پیشنهادی غیر متعارف است.

ج. پیشنهادهای متعارف است اصولاً هتلهای زنجیره‌ای شرایتون ارزان هستند.

د. پیشنهادهای متعارف است اگر در فصل اوج تقاضای سفر مطرح شده باشد.

۲۱. ایجاد رابطه‌ای عاطفی میان مشتری و محصولی خاص، مثلاً صرف غذا در یک رستوران، چه نتیجه‌ای بدنبال دارد؟

الف. کشش قیمتی تقاضای مشتری مذکور نسبت به قیمت محصول رستوران را کاهش می‌دهد.

ب. کشش قیمتی تقاضای مشتری مذکور نسبت به قیمت محصول رستوران را افزایش می‌دهد.

ج. ایجاد این رابطه تأثیری بر کشش پذیری تقاضای مشتری نخواهد داشت.

د. کشش قیمت تقاضا در شرایط ایجاد رابطه عاطفی با محصول برابر یک خواهد بود.

نام درس: برنامه ریزی و سرپرستی گشتهای جهانگردی

تعداد سؤال: نسی ۳۰ تکمیلی -- تشریحی --

رشته تحصیلی: گرایش: مدیریت جهانگردی

زمان امتحان: تستی و تکمیلی ۴۰ نوبت تشریحی -- نوبت

کد درس: ۱۲۱۸۰۲۱

تعداد کل صفحات: ۵

۲۲. در طراحی بروشور یک بسته سفر، کدام گزینه مصداق ندارد؟

الف. ذکر نحوه دسترسی به شما در صفحه پشت بروشور

ب. دنبال نمودن یک پیام خاص در بروشور

ج. ضرورت درج قیمت بسته سفر در بروشور

د. مد نظر داشتن مشتری مورد هدف

۲۳. در تجزیه و تحلیل نقطه سربسری

الف. امکان لحاظ کردن قیمتهای مختلف و تحلیل اثر آنها فراهم نیست.

ب. فروشنده از فروش سهمی از بازار که متضمن نقطه سربسر او است اطمینان می یابد.

ج. گونه ای از منحنی تقاضا یا در واقع رابطه میان قیمت و درآمد کل بدست می آید.

د. حاصل محاسبه نقطه سربسر، اندازه تولیدی است که حداکثر سود را به دنبال دارد.

۲۴. کاهش قیمتی که جهت پرداخت هزینه های نظیر انبارداری و توزیع برای واسطه ها در نظر گرفته می شود را چه می خوانند؟

الف. تخفیف مقداری

ب. تخفیف فصلی

ج. تخفیف نقدی

د. تخفیف تجاری

۲۵. تورگردان برای مقصد مشهد مقدس در طول تابستان ۶۰۰ بسته سفر را به فروش رسانیده است. تعداد برنامه های سفر

عرضه شده از سوی او ۲۰ برنامه بوده است و ظرفیت هر بسته سفر معادل ۳۵ نفر است. ضریب اشغال برنامه سفر مشهد

مقدس این تورگردان چه میزان بوده است؟

الف. ۷۹٪

ب. ۸۵/۷٪

ج. ۸۹/۳٪

د. ۹۰٪

۲۶. عبارت نادرست کدام است؟

الف. اگر اشکال موقتی در اقامتگاه وجود دارد، مثلاً سیستم تهویه خراب شده است، عوامل اجرایی تور باید در اسرع وقت

نسبت به انتقال میهمانان به اقامتگاهی مناسب اقدام نمایند.

ب. وقتی با کمبود جا در هواپیما مواجه می شویم و ناگزیر می خواهیم برخی مسافران را از سفر بازداریم، باید دقت کرد آنها

بخشی از یک گروه همراه یکدیگر بزرگتر نباشند.

ج. وقتی خودرو گردشگران مثلاً اتوبوس تدارک دیده شده از سوی تورگردان خراب می شود، وظیفه تورگردان است تا

اقامتگاه و امکانات تغذیه مناسبی برای گردشگران تأمین نماید.

د. وقتی نمی توان مسافر مسئله سازی را مدیریت کرد، ضمن هماهنگی با دفتر تورگردان، عذر او را از همراهی با گروه

خواهیم خواست.

۲۷. هماهنگ سازی برنامه های روزانه تور و برخورد با مشکلات احتمالی و رفع آنها بطور متعارف در حوزه وظایف کدام گزینه

قرار می گیرد؟

ب. مدیریت دفتر تورگردان در مبدأ

الف. راهنمای تور

د. مترجم همراه گروه گردشگران

ج. مدیر اجرایی تور

۲۸. هزینه کدامیک از اقلام زیر در صورت استفاده، بطور متعارف بر عهده شخص مسافر است و تورگردان درخصوص آن

مسئولیتی ندارد.

ب. روم سرویس

الف. مالیات بر ارزش افزوده اجاره اتاق

د. کرایه اتاق

ج. نقل و انتقال فرودگاهی

نام درس: برنامه ریزی و سرپرستی گشتهای جهانگردی

تعداد سؤال: ۳۰ تکمیلی -- تشریحی --

رشته تحصیلی: گرایش: مدیریت جهانگردی

زمان امتحان: تستی و تکمیلی ۴۰ دقیقه تشریحی --

کد درس: ۱۲۱۸۰۲۱

تعداد کل صفحات: ۵

۲۹. در فرآیند رزرواسیون بسته سفر، پس از مرحله ثبت اطلاعات مربوط به فروش از سوی کارمند فروش و قبل از مرحله پیگیری امور از سوی مشتری، کدام فعالیت جای می‌گیرد؟

- الف. بررسی امکان عرضه بسته سفر به مشتری
 ب. نهایی کردن فروش توسط کارمند فروش
 ج. تأیید رزرواسیون و شماره ارجاع ثبت آن
 د. تعیین محل سوار شدن مسافر جهت انتقال به فرودگاه
۳۰. گزینه نادرست کدام است؟

- الف. میان اشتها و روابط عمومی از نظر ماهیت تفاوتی واقعی و جدی وجود ندارد.
 ب. اشتها وسیله‌ای تاکتیکی جهت اجرای راهبردهای روابط عمومی است.
 ج. روابط عمومی عاملی ارتباطی و راهبردی برای ایجاد وجهه مناسب از سازمان نزد مشتری است.
 د. اشتها را باید بخشی از روابط عمومی محسوب نمود.