**الجامعة الهاشمية/ معهد الملكة رانيا للسياحة والتراث**

**قسم السياحة المستدامة – الفصل الدراسي الاول 2012-2013**

**مادة التسويق السياحي – الامتحان النهائي / نموذج ب**

**الاسم والرقم الجامعي: -------------------------------------------------------------**

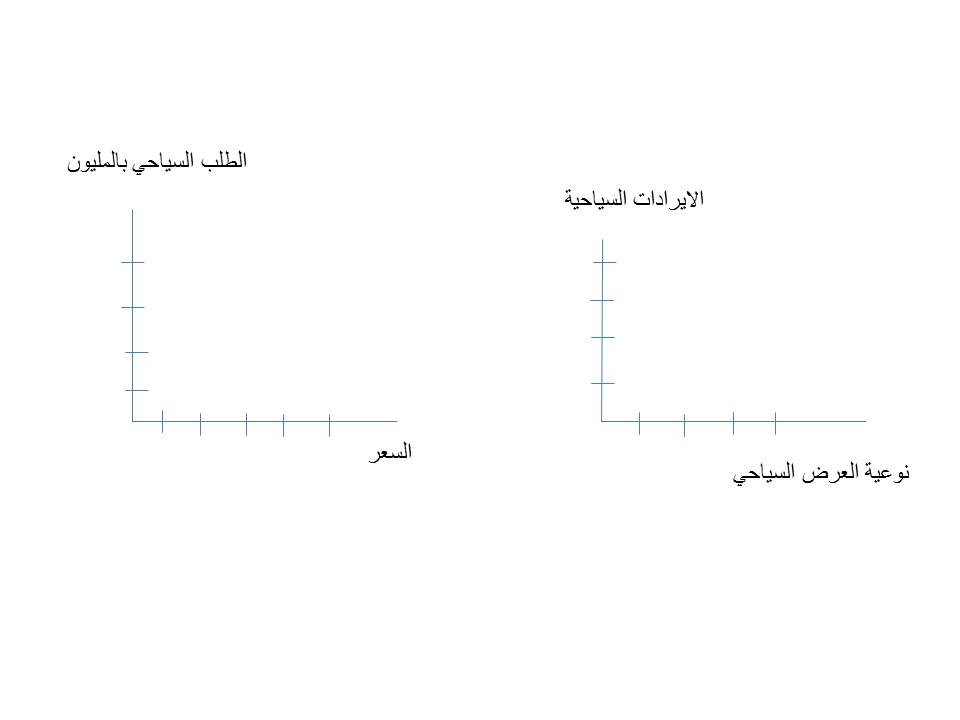
اجب عن جميع الاسئلة التالية وضع اجاباتك في الاماكن المخصصة لذلك:

|  |
| --- |
| س1: 5 علامات |
| س2: 5 علامات |
| س3: 5 علامات |
| س4: 10 علامات |
| س5: 20 علامة     |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | |  |  |  |  |  | |  |  |  |  |  | |
| س6: 5 علامات   |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | |  |  |  |  |  | |

(ضع اجاباتك في الصفحة الاولى)

س1: عرف السوق السياحي الداخلي.

س2: ارسم المنحني الملائم الذي يوضح العلاقة بين المتغيرات في الرسومات التالية.



س3: عرف الطلب السياحي.

س4: ماهي مقومات نجاح سياسة التنشيط السياحي.

س5: اختر الاجابة الصحيحة فبما يلي:

1. في -------، يكون الطلب السياحي في حالة ازدهار حقيقي حيث يصل لحالة كبيرة من النمو والاستقرار وذلك كامتداد للمرحلة التي تسبقه
2. الانتعاش
3. الرواج
4. الكساد
5. الركود
6. كل التالية صفات للعرض السياحي عدا واحدة:
7. الجمود
8. تبعية وتشاركية العناصر المكونة له
9. استخدامه في اماكن وجوده
10. الخضوع للمنافسة
11. كلما تميز العرض السياحي وارتفع مستواه، كلما -------- الطلب ومن ثم ------------- الايراد السياحي
12. ارتفع، ارتفع
13. ارتفع، انخفض
14. انخفض، انخفض
15. انخفض، ارتفع
16. يتميز الطلب السياحي في مرحلة ------ بالتوقف والجمود مع تراجع واضح في الحركة السياحية
17. الانتعاش
18. الرواج
19. الكساد
20. الركود
21. اتجاه الطلب السياحي للارتفاع في اوقات معينة بحيث يصل لاعلى مستوى هو ما يمثل --------
22. الموسمية
23. الانتعاش
24. المنافسة
25. الثبات
26. تتميز هذه الاسواق بفاعليتها الكبيرة وحجم التعاقدات الكبيرة التي تتم لبيع البرامج السياحية خلال فترة معينة:
27. الرئيسية
28. الكامنة
29. النشطة
30. لا شيء مما ذكر
31. تقوم هذه السياسة السوقية على الاهتمام بشرائح سوقية معينة تبعا لجدواها:
32. التمييز
33. الموحدة
34. الاختيار
35. لا شيء مما ذكر
36. كل الاتية هي من خصائص المستهلك السياحي عدا:
37. الشعور بالغربة
38. الاتجاه نحو تقليل الانفاق
39. عدم الاهتمام بتفاوت الاسعار
40. كل الاتية لها تاثير على قرار شراء السلعة السياحية عدا:

أ- السببية

ب- الدافعية

ج- هدف المنشأة السياحية

1. كل الاهداف التالية ترتبط بالتنشيط السياحي عدا:
2. ابراز الصورة السياحية للدولة
3. ثبات معدل نمو الحركة السياحية الدولية
4. التغلب على مشكلات نمو الحركة السياحية
5. رفع مستوى الوعي السياحي بين المواطنين

س6: أي العبارات التالية صحيح وايها خطأ:

1. في مرحلة الانتعاش لدى الطلب السياحي يتم تزايد الحركة السياحية نتيجة الجهود التسويقية الكبيرة من المنشآة
2. في مرحلة الركود، ينخفض الطلب السياحي بنسبة كبيرة في فترات قصيرة
3. ان ارتفاع مستوى المعيشة والدخل في الدول المستقبلة للسياح هو احد اسباب الزيادة في الطلب السياحي
4. أحد مزايا تقدير الطلب السياحي هي وضع خطة واقعية للاستثمار تعتمد على الارباح المستهدفة
5. عند ارتفاع اسعار المنتج السياحي يتجه العرض السياحي الى الارتفاع