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

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

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

**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 على الصفحة الاولى)

س1: عرف السوق السياحي الخارجي.

س2: وضح بالرسم مراحل دورة التسويق السياحي.

س3: عرف العرض السياحي.

س4: ماهي العلاقات العامة، واذكر 5 من الاليات المستخدمة لها في السياحة.

س5: اختر الاجابة الصحيحة فبما يلي:

1. تحظى هذه الاسواق باهتمام رجال التسويق والمبيعات في المنشآت السياحية لاستمرار حركة التدفق السياحي القادمة منها:
2. الرئيسية
3. الكامنة
4. النشطة
5. لا شيء مما ذكر
6. تقوم هذه السياسة على اعتبار ان السوق السياحي الخارجي شريحة واحدة اعتمادا على عدم وجود شرائح مختفة لتكوين هذا السوق:
7. التمييز
8. الموحدة
9. الاختيار
10. لا شيء مما ذكر
11. اذا لم تتوفر في الدولة المستقطبة للسياح الجودة العالية للمنتج السياحي فان الدولة يجب ان تلجأ لاتباع السياسة:
12. التمييز
13. الموحدة
14. الاختيار
15. لا شيء مما ذكر
16. كل الاتية هي عناصر اساسية لتعريف المستهلك السياحي عدا:
17. توفر عناصر الشراء للسائح للحصول على الخدمات السياحية
18. شراء الخدمات السياحية يكون من قبل المستهلك السياحي قبل وبعد الرحلة دائما بالمعنى المفهوم
19. المستهلك السياحي يقوم بشراء الخدمات والسلع اثناء الرحلة فقط
20. كل الاتية من خصائص الطلب السياحي عدا:
21. الحساسية
22. الجمود
23. التوسع
24. الموسمية
25. كل الاتية تمثل مزايا تقدير حجم الطلب السياحي عدا:
26. امكانية تقدير حجم النشاط السياحي
27. تنمية المرافق السياحية بما يتناسب مع الطلب السياحي
28. تقدير الايرادات المتوقعة
29. وضع خطة واقعية للاستثمار تعتمد على الارباح المنشودة
30. في مرحلة ------- في الطلب السياحي، يتم تزايد الحركة السياحية نتيجة الجهود التسويقية الكبيرة
31. الانتعاش
32. الرواج
33. الكساد

د- الركود

1. كلما ارتفعت اسعار البرامج والخدمات السياحية، كلما ------------ الطلب السياحي
2. انخفض
3. ارتفع
4. ثبت

د- تذبذب

1. عندما يرتفع سعر المنتج السياحي يتجه العرض السياحي الى ---------------:
2. الارتفاع
3. الانخفاض
4. الثبات
5. التذبذب
6. احدى الاتية ليست من مقومات نجاح سياسة المنتج السياحي:
7. الاعتماد على العنصر البشري
8. الاعتماد جزئيا علة معرفة حجم الطلب السياحي
9. توفر امكانيات خلق منتج سياحي ذات جودة
10. التكامل والترابط بين عناصر المنتج السياحي

السؤال السادس: أي العبارات التالية صحيح وايها خطأ:

1. ان اتجاه الطلب السياحي للارتفاع في اوقات معينة بحيث يصل لاعلى مستوى هو ما يمثل الموسمية
2. في مرحلة الانتعاش يصل الطلب السياحي للازدهار الحقيقي حيث يصل الى النمو والاستقرار
3. الخضوع للمنافسة الكاملة هو احد صفات الطلب السياحي
4. يتميز الكساد كمرحلة في الطلب السياحي بالتراجع الكبير في الحركة السياحية مع وجود توقف وجمود
5. يتميز الطلب السياحي باستخدامه في اماكن وجوده