



معهد العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير

المركز الجامعي مرسلني عبد الله تيبازة

التخصص: تسويق سياحي وفندقي

الشعبة: علوم التجارية  
السنة الجامعية: 2022/2021

الاجابة النموذجية لامتحان مقياس: سلوك المستهلك السياحي  
الوقت: ساعة

السداسي: الاول  
تاريخ الامتحان: 22/ 1/16

الفوج:

اللقب:

الاسم:

رقم تسجيل الطالب:

"

ممنوع استعمال القلم الماحي في ورقة الإجابة

**الجزء الأول:**

إملاً الفراغات التالية (10 ن)

- 1/المستهلك السياحي هو الشخص الذي يشتري الخدمات السياحية للاستفادة منها اثناء رحلته السياحية حيث انه يتميز بخصائص اهمها:
- أ/ المستهلك السياحي شخص طبيعي ومن غير الممكن أن يكون شخصا معنويا.  
ب/ المستهلك السياحي هو الذي ينتقل إلى مكان الخدمات، وليس العكس.  
ج/ عملية شراء الخدمات السياحية تتم اثناء الرحلة السياحية .  
د/ الإنفاق الذي من دونه لا يعد المسافر مستهلكا سياحيا حتى يقوم بالإنفاق المادي.  
2/ حتى يتسنى لنا الوصول الى سلوك المستهلك السياحي لابد من مفاتيح منها :  
أ/ سلوك المستهلك السياحي هو سلوك دوافع وحوافز ب/ سلوك المستهلك السياحي هو عبارة عن خطوات متتالية.ج/.سلوك المستهلك السياحي يحتوي على مجموعة من الأنشطة.د/ سلوك المستهلك السياحي يختلف حسب الوقت والتركيبية  
3/الرجل الاقتصادي كمستهلك سياحي عليه بدفع قيمتين وعليه ان يختار بين البدائل المتاحة قبل قرار الشراء منها:  
أ/ السعر وهو ما يدفعه السائح من تكاليف لأغراض السياحة والسفر بدأ من أول خطوة يقوم بها.  
ب/ الدخل الذي يتقاضاه أو الذي يحصل عليه من جراء عمل أو خدمة يقوم بها وهي مصدر دخله.  
ج/ الأذواق التي تميز المستهلك عن غيره في تقبله لمستوى نوعية الخدمة أو السلعة المقدمة  
د/ تفضيل المستهلك لنوعيات الخدمات والبرامج السياحية المعروضة أو المقدمة .  
4/ مرحلة ما قبل عملية الشراء تمر بمراحل متمثلة في:  
أ/الشعور بالرغبة  
ب/ البحث عن المعلومات  
ج/ تقييم البدائل  
د/ تحديد معايير التقييم واهمية المعايير والمقارنة بين البدائل.  
5/على المستهلك السياحي يتقبل تأثير الجماعات المرجعية ويخضع لها بسبب الفوائد التي تعود عليه منها  
أ/ الحاجة إلى الأمن والطمأنينة اللذان يعتبران عنصران أساسيان في حياة الفرد عموما.  
ب/ الحاجة إلى اكتساب المعرفة والحصول على معلومات جديدة.  
ج/ الحاجة إلى اكتساب المهارات وإشباعها من خلال مساعدة الجماعة المرجعية للفرد.  
د/ الحاجة إلى التحرر من السلطة الأبوية.

## الجزء الثاني:

أجب ب(نعم) أو(لا) مع وجوب التعليل في حالة خطأ(10ن)

1/ كلما كانت درجة التعلم لدى السائح بالمنتج السياحي كبيرة ازدادت رغبته في زيارة المقصد السياحي واتخذ قراره بسرعة أكبر (خطأ)

كلما كانت درجة الادراك لدى السائح بالمنتج السياحي كبيرة زادت رغبته في زيارة المقصد السياحي.

2/ لا تمثل دراسة السلوك تحديا كبيرا بالنسبة لرجال التسويق لانهم لا يرون الا السلوك الظاهر فقط. (خطأ)

تمثل دراسة السلوك تحديا كبيرا بالنسبة لرجال التسويق لانهم لا يرون الا السلوك الظاهر فقط.

3/ تعد العوامل التسويقية من أهم العوامل المؤثرة على سلوك المستهلك السياحي، وهي العوامل التي نجدها في البيئة الخارجية للمؤسسة السياحية(خطأ)

تعد العوال التسويقية من اهم العوامل المؤثرة على سلوك المستهلك.....البيئة الداخلية للمؤسسة السياحة.

4/الاختلاف في العادات والتقاليد بين الافراد من بلد لأخر يشكل تحديا لمدير التسويق السياحي الذي يواجه قطاعات سياحية تتصف بدرجة كبيرة من التجانس (خطأ)

الاختلاف في العادات والتقاليد بين الافراد من بلد لأخر يشكل تحديا لمدير التسويق .....من عدم التجانس.

5/المستهلك من خلال الادراك يستطيع ان يتخطى صعوبة اختيار السلع والخدمات التي تحقق له الاشباع(خطأ)

المستهلك من خلال عملية التعلم يستطيع أن يتخطى صعوبة اختيار السلع والخدمات التي تحقق له الاشباع.