



المركز الجامعي مرسلې عبد الله تيبازة

معهد العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير

الشعبة:

علوم تجارية التخصص: تسويق سياحي وفندقي

السنة الجامعية: 2023/2022

السداسي: الأول

الإجابة النموذجية لامتحان مقياس: سلوك المستهلك السياحي

تاريخ الامتحان: 22/1/16 الوقت: ساعة

رقم تسجيل الطالب:

الاسم:

اللقب:

الفوج:

ممنوع استعمال القلم الماحي في ورقة الإجابة

الجزء الأول:

إملاء 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 هو الذي ينتقل إلى مكان الخدمات، وليس العكس.

ب/المستهلك السياحي هو الذي ينتقل إلى مكان الخدمات، وليس العكس.

ج/عملية شراء الخدمات السياحية تتم أثناء الرحلة السياحية.

د/الإنفاق الذي من دونه لا يعد المسافرين 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

والتركيبة

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/ الأدواق 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 وأهمية 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 عموماً.

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 لسائح بالمنتج السياحي كبيرة ازدادت رغبته في زيارة المقصد السياحي واتخذ قراره بسرعة أكبر (خطأ)

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

2/لا تمثل دراسة السلوك تحدياً كبيراً بالنسبة لرجال التسويق لأنهم لا يرون إلا السلوك الظاهر فقط. (خطأ) تمثل دراسة السلوك تحدياً كبيراً بالنسبة لرجال التسويق لأنهم لا يرون إلا 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 العوامل التسويقية من أهم العوامل المؤثرة على سلوك المستهلك.....البيئة الداخلية للمؤسسة السياحية.

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

الاختلاف في العادات والتقاليد بين الأفراد من بلد لآخر يشكل تحدياً لمدير التسويقمن عدم التجانس.

5/المستهلك من خلال الإدراك يستطيع أن يتخطى صعوبة اختيار السلع والخدمات التي تحقق له الإشباع (خطأ)

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