



إدارة الامتحانات والاختبارات
قسم الامتحانات العامة

امتحان شهادة الدراسة الثانوية العامة لعام ٢٠٢١/٢٠٢٢ التكميلي

(وثيقة محمية/محمود)

د س

مدة الامتحان: ٣٠ ١

رقم المبحث: 342

المبحث: السياحة والسفر

اليوم والتاريخ: السبت ٢٠٢٢/١/١٥
رقم الجلوس:

الفرع: الفندقية والسياحي (خطة ٢٠٢١، ٢٠٢٠، ٢٠١٩)
اسم الطالب:

اختر رمز الإجابة الصحيحة في كل فقرة مما يأتي، ثم ظلّل بشكل غامق الدائرة التي تشير إلى رمز الإجابة في نموذج الإجابة (ورقة القارئ الضوئي) فهو النموذج المعتمد (فقط) لاحتساب علامتك، علماً أن عدد الفقرات (٥٠)، وعدد الصفحات (٥).

١- يُسهّم الإرشاد السياحي في تطبيق "آليات التسويق المباشر" التي يطلق عليها باللغة الإنجليزية مصطلح:

Direct Marketing (ب)

Direct Promotion (أ)

Multiple Marketing (د)

Great Marketing (ج)

٢- يُمنح المتدرب شهادة مزاوله مهنة الإرشاد السياحي بعد نجاحه في دورة مدتها ستة أشهر يعقد خلالها:

(أ) امتحانين نظريين (ب) امتحان نظري واحد (ج) امتحانين عمليين (د) امتحان نظري و امتحان عملي

٣- كل مما يأتي من المؤهلات التي تشترطها وزارة السياحة والآثار الأردنية في الشخص الذي يُمارس مهنة الإرشاد السياحي ما عدا:

(أ) الشهادة الجامعية الثانية على الأقل في دراسة ذات علاقة بالمهنة

(ب) التحدث بإحدى اللغات العالمية للسياح

(ج) الشهادة الجامعية الأولى على الأقل في دراسة ذات علاقة بالمهنة

(د) اللياقة الصحية

٤- يوجد في الأردن نوعان من المرشدين السياحيين وهما:

(ب) المرشد العام والمرشد الخاص

(أ) المرشد الفردي والمرشد الجماعي

(د) المرشد الداخلي والمرشد الخارجي

(ج) المرشد الإداري والمرشد الفني

٥- إمام المرشد السياحي بكثير من المعارف والمعلومات وطريقة الحصول عليها من مصادرها من مهارات المرشد السياحي:

(د) الاجتماعية والذاتية

(ج) الفنية والمعرفية

(ب) التصويرية والفنية

(أ) الإدراكية والذاتية

٦- من المهمات الملقاة على عاتق المرشد السياحي عدم تنفيذ أي مطلب للسائح غير مشمول في البرنامج السياحي إلا:

(ب) بتوفر مخصصات مالية لتنفيذه

(أ) بإصرار السياح على تنفيذه

(د) باتفاق المرشد السياحي مع السائح على تنفيذه

(ج) بالرجوع إلى الشركة المنفذة للبرنامج

الصفحة الثانية

٧- تدقيق الحسابات الشخصية لأفراد المجموعة السياحية والتأكد من عدم وجود مبالغ نقدية مقابل الخدمات غير المجانية المقدمة للمجموعة السياحية من مهمات المرشد السياحي:

(أ) عند استقبال المجموعة السياحية

(ب) في أثناء تنفيذ البرنامج السياحي

(ج) قبل البدء في تطبيق البرنامج السياحي

(د) عند انتهاء البرنامج السياحي وتوديع المجموعة السياحية

٨- من أهداف العلاقات العامة في الإرشاد السياحي إعطاء صورة مبسطة عما يزخر به المجتمع من قيم وعادات وأعراف بقصد:

(أ) زيادة الدخل

(ب) تغيير القيم

(ج) التفاهم والتقارب

(د) التأهيل والتوظيف

٩- يُطلق على وسيلة الاتصال التي تنتقل من خلالها الرسالة المطلوب توصيلها إلى أفراد المجموعة السياحية مصطلح:

(أ) الشحن

(ب) القناة

(ج) الاستجابة

(د) المصدر

١٠- يُطلق على مجموعة معايير السلوك الرسمية وغير الرسمية التي تُعد المرجع في توجيه سلوك المرشدين السياحيين في أثناء عملهم:

(أ) أعراف المهنة

(ب) آفاق المهنة

(ج) أسرار المهنة

(د) أخلاق المهنة

١١- تُعد اللوائح والأنظمة والقوانين التي تصدرها وزارة السياحة والآثار في الأردن مثلاً على أحد مصادر الأخلاق وهو:

(أ) التأثيرات السياحية

(ب) التشريعات السياحية

(ج) الإرشادات السياحية

(د) التعاميم السياحية

١٢- تم اعتماد المرشد السياحي عام ١٩٩٩ بقرار من قبل الجمعية العامة لمنظمة السياحة العالمية كأهم محاور:

(أ) الترويج السياحي

(ب) التنمية السياحية

(ج) الأمن السياحي

(د) البيئة السياحية

١٣- تُعد المنظمة السياحية الدولية هيئة:

(أ) دائمة لا تتمتع بالإدارة الذاتية والشخصية القانونية

(ب) مؤقتة لا تتمتع بالإدارة الذاتية والشخصية القانونية

(ج) مؤقتة تتمتع بالإدارة الذاتية والشخصية القانونية

(د) دائمة تتمتع بالإدارة الذاتية والشخصية القانونية

١٤- كل مما يأتي من أقسام المنظمات الدولية بحسب السلطات التي تمارسها ما عدا المنظمات:

(أ) التشريعية

(ب) الإدارية

(ج) العقائدية

(د) القضائية

١٥- تُعد جامعة الدول العربية مثلاً على المنظمات:

(أ) الاقتصادية

(ب) الإدارية

(ج) العلمية

(د) الإقليمية

١٦- المنظمات الإدارية هي المنظمات التي تهتم بإدارة:

(أ) مرفق دولي عام

(ب) مرفق اجتماعي خاص

(ج) مرفق ثقافي محلي

(د) مرفق جغرافي خاص

١٧- من أهم خصائص المنظمة السياحية الدولية غير الحكومية:

(أ) تتمتع بالامتيازات

(ب) تتمتع بالأهمية القانونية

(ج) لا تتمتع بالإعفاءات

(د) تتمتع بالإعفاءات

الصفحة الثالثة

١٨- العام الذي تم فيه تحويل منظمة السياحة العالمية إلى وكالة متخصصة للأمم المتحدة:

(أ) ١٩٩٨ (ب) ٢٠٠٠ (ج) ٢٠٠٣ (د) ٢٠٠٥

١٩- تقدم منظمة السياحة العالمية المشورة لأعضائها حول قضايا سياحية متنوعة بوصفها منظمة:

(أ) محلية محايدة (ب) دولية غير محايدة

(ج) محلية غير محايدة (د) دولية محايدة

٢٠- العام الذي تم فيه إنشاء دائرة السياحة في المملكة الأردنية الهاشمية:

(أ) ١٩٢٣ (ب) ١٩٦٨ (ج) ١٩٧٢ (د) ١٩٥٣

٢١- المدينة التي يقع فيها اتحاد منظمات مكاتب السياحة والسفر العربية:

(أ) عمان (ب) دمشق (ج) بيروت (د) القاهرة

٢٢- العام الذي تأسست فيه الجمعية الملكية لحماية الطبيعة:

(أ) ١٩٦٣ (ب) ١٩٦٥ (ج) ١٩٦٦ (د) ١٩٧٠

٢٣- كل مما يأتي من المجالات التي تعمل بها الجمعية الملكية لحماية البيئة البحرية في برامجها ما عدا:

(أ) تشجيع الحرف اليدوية (ب) حماية البيئة البحرية

(ج) التوعية البيئية الوطنية (د) التنمية السياحية المستدامة

٢٤- من أهداف جمعية أصحاب المطاعم السياحية الأردنية:

(أ) إعداد المرشدين السياحيين (ب) تنظيم الرحلات

(ج) بيع تذاكر السفر (د) نشر الوعي السياحي بين أعضائها

٢٥- العام الذي تم فيه توقيع اتفاقية تعاون في الميدان السياحي بين حكومة المملكة الأردنية الهاشمية وحكومة دولة الكويت:

(أ) ٢٠٠٢ (ب) ٢٠٠٤ (ج) ٢٠٠٧ (د) ٢٠٠٨

٢٦- يسمى (رسم صورة تقديرية مستقبلية للنشاط السياحي في المواقع السياحية في فترة زمنية محددة):

(أ) التسعير السياحي (ب) الترويج السياحي (ج) التخطيط السياحي (د) التدقيق السياحي

٢٧- أسلوب التخطيط السياحي الذي يهتم بالجهة المسؤولة عن تشكيل المخطط السياحي وتطويره هو التخطيط:

(أ) التشكيلي (ب) من الأعلى إلى الأسفل (ج) التعاوني (د) من الأسفل إلى الأعلى

٢٨- يتطلع التوجه المستدام إلى توفير بيئة:

(أ) غير آمنة وأقل تدهور في الموارد البيئية (ب) آمنة وأكثر تدهور في الموارد البيئية

(ج) آمنة وأقل تدهور في الموارد البيئية (د) غير آمنة وأكثر تدهور في الموارد البيئية

الصفحة الرابعة

٢٩- الإقليم الذي تتبع إليه محافظات مادبا والبلقاء والكرك حسب التوزيع الجغرافي للأقاليم السياحية في الأردن:

(أ) الغربي (ب) الجنوبي (ج) الشمالي (د) الشرقي

٣٠- كل مما يأتي من مبادئ تطوير المواقع السياحية ما عدا:

(أ) الجودة (ب) قوة الجذب (ج) التفرد (د) توحيد المنتج

٣١- يهدف التخطيط السياحي المستدام إلى تحقيق التوازن بين:

(أ) التنمية والحفاظ على الاقتصاد (ب) المعرفة والحفاظ على البيئة

(ج) التنمية والحفاظ على البيئة (د) المعرفة والحفاظ على الاقتصاد

٣٢- من القيم الجمالية التي يسعى التخطيط السياحي المستدام لتعزيزها قيمة الاستدامة الثقافية ويطلق عليها مصطلح:

(أ) Value Of Continuity Of Cultural (ب) Value Of Architectural Diversity

(ج) Value Of Functional Diversity (د) Social Value

٣٣- إن تحقيق أهداف التخطيط السياحي المستدام للمواقع التراثية والأثرية يتطلب النهوض بهذه المواقع وتنميتها بـ:

(أ) اتجاهين ترويجي وتسويقي (ب) اتجاه ترويجي فقط

(ج) اتجاه تسويقي فقط (د) اتجاهين داخلي وخارجي

٣٤- البعد الذي يتم التركيز عليه أكثر عند تطوير أي موقع سياحي من قبل القطاع العام هو البعد:

(أ) الاجتماعي (ب) الاقتصادي (ج) الثقافي (د) التراثي

٣٥- من النماذج التي يتم خلالها تحقيق النمو الاقتصادي للمواقع التراثية والأثرية:

(أ) إعادة هيكلة الوظائف والأنشطة (ب) إعادة بيع الوظائف

(ج) زيادة ترتيب الأنشطة (د) زيادة تمثيل الوظائف

٣٦- بات التخطيط التسويقي يلقي اهتمام مختلف منظمات الأعمال المهمة بالسياحة حيث يساعدها على:

(أ) تحديد اتجاهات الحركة السياحية وحجمها (ب) تغيير اتجاهات الحركة السياحية وحجمها

(ج) تدريب العاملين في قطاع السياحة والسفر (د) تتبع مواقع شركات السياحة والسفر

٣٧- يسمى التخطيط التسويقي الذي يتعلق بالأعمال طويلة الأمد ويهتم بتشخيص الوضع الحالي وتنبؤ المستقبل:

(أ) الاستراتيجي (ب) التعاوني (ج) التشغيلي (د) التقديري

٣٨- كل مما يأتي من خصائص الخدمة السياحية ما عدا:

(أ) اللاملموسية (ب) التباين (ج) التملك (د) الهلاك

٣٩- يطلق على المرحلة الثالثة في دورة حياة الخدمة السياحية باللغة الإنجليزية مصطلح:

(أ) Introduction (ب) Growth (ج) Coordination (د) Maturity

الصفحة الخامسة

٤٠- تُسمى مرحلة دورة حياة الخدمة السياحية التي تجبر الموقع السياحي إما على تحسين جودة الخدمة السياحية أو مراجعة برنامجه الإنتاجي أو إسقاطها من مزيج الخدمات:

(أ) النمو (ب) التقديم (ج) التدهور (د) النضوج

٤١- الرمز الذي يُعبّر عن بيع الرحلات السياحية من خلال الشركات إلى مورديها:

(أ) C2B (ب) B2C (ج) C2C (د) B2B

٤٢- من سمات السياحة الإلكترونية "التفاعل الجمعي أو المتوازي" ويُقصد بذلك إمكانية:

(أ) التفاعل مع مصدر واحد في وقت واحد (ب) التفاعل مع أكثر من مصدر في الوقت نفسه
(ج) التفاعل مع الآخرين بلغة مفهومة (د) إرسال الصور بالبريد الإلكتروني بموازة الرسائل

٤٣- من الأسباب التي دفعت الاتحاد الدولي للنقل الجوي على تشجيع فكرة التذكرة الإلكترونية وتعميمها:

(أ) تصل لشريحة أقل من السوق المستهدف (ب) تُسهم بعرض أسعار مرتفعة
(ج) توفر خيارات أكثر أمام المسافرين (د) تقلل البيع لمقاعد الطائرة خلال الزمن المحدد

٤٤- الآلية التي تعمل بها الشيفرة في التذكرة الإلكترونية:

(أ) الخوارزميات البسيطة (ب) اللوجاريتمات المعقدة (ج) اللوجاريتمات البسيطة (د) الخوارزميات المعقدة

٤٥- تصل تكلفة إصدار التذاكر الإلكترونية إلى دولار واحد وتصل تكلفة إصدار التذاكر الورقية ما يقارب:

(أ) ثلاثين دولارًا (ب) أربعين دولارًا (ج) واحد وخمسين دولارًا (د) عشرة دولارات ونصف

٤٦- تستخدم الماسحات الضوئية لقراءة:

(أ) درجة حرارة المسافر (ب) وقت الوصول للمطار (ج) شيفرة التذكرة الإلكترونية (د) شيفرة تشغيل الطائرة

٤٧- من أشكال الحجوزات السياحية بقنوات التوزيع المباشرة:

(أ) منظم الرحلات الشاملة (ب) الهاتف (ج) ممثلو مبيعات الفنادق (د) المؤسسات الحكومية

٤٨- يُرمز للحجوزات الإلكترونية اختصارًا بـ:

(أ) ARS (ب) BRS (ج) GDS (د) HRS

٤٩- أسهمت الحجوزات الإلكترونية بإيجاد نوع مبتكر من الوسطاء يُطلق عليهم اسم وسطاء:

(أ) التقنية المعرفية (ب) النقل الإلكتروني (ج) المعرفة الإلكترونية (د) التبادل التجاري

٥٠- من المنافع والفرص التي تحققها الحجوزات الإلكترونية لكل من الشركات السياحية والسياح الحصول على معلومات

مرتدة لتطوير المنتجات السياحية وذلك من خلال ما يُعرف بالعملية:

(أ) التنسيقية لتطوير المنتج السياحي (ب) المرونة لتطوير المنتج السياحي
(ج) التفاعلية لتطوير المنتج السياحي (د) التكاملية لتطوير المنتج السياحي

﴿ انتهت الأسئلة ﴾