



إدارة الامتحانات والاختبارات  
قسم الامتحانات العامة

## امتحان شهادة الدراسة الثانوية العامة لعام ٢٠٢١

(وثيقة محمية/محمود)

س د  
٠٠ ٤٥

رقم المبحث: 382

المبحث: السياحة والسفر / ف٢، م٤

مدة الامتحان: ٤٥  
اليوم والتاريخ: الخميس ٢٠٢١/٧/٨  
رقم الجلوس:

الفرع: الفندقية والسياحي (خطة ٢٠١٨ فما قبل)  
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 بأن عدد الفقرات (٢٥)، وعدد الصفحات (٣).  
١- عملية تطوير السياحة لتلبية حاجات الأجيال الحاضرة دون المساس سلباً بقدرة السياحة على تلبية حاجات الأجيال القادمة تُسمى التنمية السياحية:

(أ) المتبادلة (ب) المتجانسة (ج) المترابطة (د) المستدامة

٢- أسلوب التخطيط السياحي الذي يهتم بتطوير المواقع السياحية في المجتمعات المحلية يُسمى التخطيط:

(أ) المجتمعي (ب) المحلي (ج) من الأعلى إلى الأسفل (د) من الأسفل إلى الأعلى

٣- من توجهات التخطيط السياحي:

(أ) التوجه المادي (ب) التوجه المعنوي (ج) التوجه المهني (د) التوجه التقليدي

٤- تتبع محافظتي المفرق والزرقاء حسب التوزيع الجغرافي للأقاليم السياحية في الأردن إلى الإقليم:

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

٥- من مبادئ تطوير المواقع السياحية:

(أ) تبادل المنتج (ب) تنوع المنتج (ج) تعارض المنتج (د) تباعد المنتج

٦- الخط الحرج في التخطيط السياحي المستدام هو الخط الذي يجب التوقف عنده وعدم تعديده كيلا تحدث نتائج عكسية تعمل على تدهور:

(أ) التنمية (ب) الصحة العامة (ج) البيئة (د) الاقتصاد

٧- من القيم الجمالية التي يسعى التخطيط السياحي المستدام لتعزيزها "قيمة تعدد الموارد وتنوعها" ويطلق عليها مصطلح:

(أ) Economic Value (ب) Resources Value (ج) Intangible Value (د) Commercial Value

٨- يتمثل النمو الخارجي للمواقع التراثية والأثرية من خلال تقديم الحكومة الإعانات المالية والحوافز:

(أ) للبيئة المحلية (ب) للعاملين (ج) للسياح (د) للمستثمرين

٩- من المحاور التي تضمنتها رسالة السياحة الأردنية التطوير الإداري والمؤسسي من خلال التشريعات:

(أ) التقليدية (ب) الاقتصادية (ج) العصرية (د) الاستثمارية

يتبع الصفحة الثانية....

### الصفحة الثانية

- ١٠- يُسمى النموذج الذي يتم خلاله تحقيق النمو الاقتصادي للمواقع التراثية والأثرية وذلك بإعادة تشكيل الوظائف والأنشطة:
- (أ) إعادة توليد الوظائف والأنشطة  
(ب) إعادة هيكلة الوظائف والأنشطة  
(ج) تنوع الأنشطة والوظائف  
(د) تدوير الأنشطة والوظائف
- ١١- يعتمد نجاح تسويق أي موقع سياحي على تأثير المقومات السياحية الموجودة داخل الموقع السياحي على السائح بالإضافة إلى:
- (أ) قوة عوامل الجذب وصعوبة الوصول للموقع  
(ب) قوة عوامل الجذب وسهولة الوصول للموقع  
(ج) ضعف عوامل الجذب وصعوبة الوصول للموقع  
(د) ضعف عوامل الجذب وسهولة الوصول للموقع
- ١٢- من أنواع التخطيط التسويقي في السياحة التخطيط:
- (أ) التوافقي (ب) التعاوني (ج) التشغيلي (د) المستقبلي
- ١٣- عدم إمكانية خزن الخدمة السياحية أو الاحتفاظ بها لحقبة من الزمن تُسمى خاصية:
- (أ) الهلاك (ب) عدم التملك (ج) التباين (د) اللاملموسية
- ١٤- من مبررات اعتبار السعر من الأمور المعقدة جداً في المزيج التسويقي للخدمات السياحية:
- (أ) معرفة معظم السياح ثمن الخدمة في السياحة قبل تقديمها  
(ب) جودة خدمات السياحة محددة المعالم  
(ج) لا يختار السائح في حالات معينة الخدمة المقدمة له  
(د) عدم تدخل الحكومات مطلقاً بتحديد أسعار دخول المواقع السياحية
- ١٥- مرحلة الخدمة السياحية التي تتسم بزيادة الإيرادات وزيادة حدة المنافسة هي:
- (أ) النضوج (ب) الاستقرار (ج) التقديم (د) التدهور
- ١٦- من مزايا السياحة الإلكترونية:
- (أ) الانتشار المحدود للشبكات الرقمية (ب) صعوبة تنفيذ ومعالجة العمليات السياحية  
(ج) سهولة تبادل الوثائق عبر البريد الإلكتروني (د) صعوبة تغيير المستندات الرقمية أو إلغائها دون آثار جانبية
- ١٧- من سمات السياحة الإلكترونية عدم وجود وثائق ورقية متبادلة في إجراء المعاملات السياحية وتنفيذها، وبذلك تصبح الرسالة الإلكترونية في حالة حدوث نزاع:
- (أ) وثيقة ثانوية (ب) وثيقة لا قيمة لها (ج) معلومات أولية (د) سند قانوني وحيد
- ١٨- كل مما يأتي من الأسباب التي دفعت الاتحاد الدولي للنقل الجوي بتشجيع فكرة التذكرة الإلكترونية وتعميمها ما عدا:
- (أ) تُسهم بعرض أسعار عالية (ب) تصل لشريحة أكبر من السوق المستهدف  
(ج) تحسين البيع لمقاعد الطائرة خلال الزمن المحدد (د) توفر خيارات أكثر أمام المسافرين
- ١٩- يُطلق على وسائل الدفع الإلكترونية باللغة الإنجليزية مصطلح:
- (أ) F-Payment (ب) T-Payment (ج) N-Payment (د) E-Payment

يتبع الصفحة الثالثة....

### الصفحة الثالثة

٢٠- تختلف البطاقات الصادرة (التذاكر الإلكترونية) من شركة إلى أخرى في كل مما يأتي ما عدا:

(أ) المحتوى (ب) طريقة الضمان (ج) الاستخدام (د) الأمان

٢١- تُسمى الأجهزة الصغيرة المخصصة لقراءة شيفرة التعريف في التذاكر الإلكترونية:

(أ) الماسحات الضوئية (ب) الماسحات الكهربائية (ج) الماسحات الآلية (د) الماسحات اليدوية

٢٢- كل مما يأتي من المعلومات التي يحتوي عليها نموذج التذكرة الإلكترونية ما عدا:

(أ) السعر الأساسي (ب) درجة الحجز (ج) عنوان المسافر (د) درجة النقل

٢٣- من أشكال الحجوزات السياحية بقنوات التوزيع غير المباشرة:

(أ) الرسالة (ب) الفاكس (ج) وكالات السياحة والسفر (د) الإنترنت

٢٤- يُرمز للحجوزات الإلكترونية اختصارًا بـ:

(أ) KRS (ب) LRS (ج) RSS (د) CRS

٢٥- اتفاق مكاتب السياحة والسفر مع شركات الطيران بشراء عدد من المقاعد على الطائرة مقابل نسبة معينة لمكتب

السياحة يُسمى نظم:

(أ) الترويج الآلية (ب) التسويق الآلية (ج) التوزيع الآلية (د) الترويج الآلية

تم تحميل هذا الملف من موقع الأوائل التعليمي

www.awa2el.net

﴿ انتهت الأسئلة ﴾