

کارشناسی

حضرت علی(ع): دانش راهبر نیکویی برای ایمان است

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۵۰ تشریحی: ۰

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: مدیریت بازاریابی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت بازرگانی (چندبخشی) ۱۲۳۵۰۱۱

۱- زمانی که برای کالاها و خدمات شرکت تقاضای منفی وجود دارد، چه نوع بازاریابی مفید است؟

- ۰۱ تبدیلی ۰۲ انگیزشی ۰۳ حفاظتی ۰۴ پرورشی

۲- افراد یک شهر به دنبال تله موش هستند تا بتوانند محیط زندگی خود را سالم و بهداشتی نمایند. تله موش و محیط زندگی بهداشتی به ترتیب مصادیق کدام مفاهیم زیر هستند؟

- ۰۱ کالا- تقاضا ۰۲ نیاز - تقاضا ۰۳ خواسته - نیاز ۰۴ نیاز - کالا

۳- سازمان هایی که کالا و خدمات را به منظور فروش مجدد و کسب سود خریداری می کنند، چه نوع بازاری را تشکیل می دهند؟

- ۰۱ بازار مصرف کننده ۰۲ بازار دولتی ۰۳ بازار واسطه ای ۰۴ بازار بین المللی

۴- ملاحظات سه گانه فلسفه بازاریابی اجتماعی کدامند؟

- ۰۱ مشتریان - دولت - جامعه ۰۲ دولت - جامعه - بین الملل
۰۳ مشتریان - مصرف کنندگان - شرکت ۰۴ جامعه - مصرف کنندگان - شرکت

۵- واحد اندازه گیری بازاریابی چیست؟

- ۰۱ کالا ۰۲ معامله ۰۳ مبادله ۰۴ تقاضا

۶- مسیر تکاملی بازارهای امروزی به سوی کدامیک از مبادلات زیر است؟

- ۰۱ مبادله تهاتری ۰۲ مبادله متمرکز ۰۳ مبادله غیر متمرکز ۰۴ خودکفایی

۷- در کدامیک از بازارهای زیر، فروشنده می تواند حتی در دراز مدت هم سودی بیش از اندازه معمول کسب کند؟

- ۰۱ رقابت کامل ۰۲ رقابت انحصاری ۰۳ انحصار چندجانبه ۰۴ انحصار کامل

۸- سبک زندگی در کدام یک از متغیرهای اصلی تقسیم بازار مورد توجه قرار می گیرد؟

- ۰۱ متغیر جمعیتی ۰۲ متغیر روانی ۰۳ متغیر جغرافیایی ۰۴ متغیر رفتاری

۹- گروههای حفاظت از محیط زیست از جمله این جوامع محسوب می شوند؟

- ۰۱ جوامع رسانه ای ۰۲ جوامع شهروند ۰۳ جوامع عمومی ۰۴ جوامع محلی

کارشناسی

حضرت علی(ع): دانش راهبر نیکویی برای ایمان است

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۵۰ تشریحی: ۰

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: مدیریت بازاریابی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت بازرگانی (چندبخشی) ۱۲۳۵۰۱۱

۱۰- با اتخاذ این استراتژی تعیین بازار هدف، یک شرکت به جای اینکه به دنبال سهم کوچکی از یک بازار بزرگ باشد، تلاش می کند سهم نسبتاً بزرگی از یک یا چند بازار کوچک را دارا باشد.

۱. استراتژی بازاریابی متفاوت
۲. استراتژی بازاریابی تهاجمی
۳. استراتژی بازاریابی متمرکز
۴. استراتژی بازاریابی یکسان

۱۱- در کدام حالت، مدیران با در نظر گرفتن این حقیقت که انسانها موجودات تنوع طلبی هستند، کالاها را در بسته بندی های مختلف تولید می کنند؟

۱. بازاریابی یکنواخت
۲. بازاریابی تفکیکی
۳. بازاریابی متمرکز
۴. بازاریابی انبوه

۱۲- تعداد خریداران و میزان پراکندگی مکانی آنان در کدامیک از محیط های زیر بحث می شود؟

۱. محیط بازار
۲. محیط عمومی
۳. محیط ناشناخته
۴. محیط سازمانی

۱۳- استفاده از استراتژی بازاریابی متمرکز برای کدام یک از شرکت های زیر مناسب تر است؟

۱. شرکت های چند ملیتی
۲. شرکت های تازه تاسیس و کوچک
۳. شرکت های سهامی عام
۴. شرکت های بزرگ و کارآمد

۱۴- در جعبه سیاه خریداران منظور از محرک های بازاریابی چیست؟

۱. عوامل اجتماعی
۲. انگیزش
۳. صفات مصرف کننده
۴. آمیخته های بازاریابی

۱۵- از نظر جک ولش، کدامیک از افراد یا گروه های زیر می توانند به کارکنان یک موسسه تضمین شغلی بدهند؟

۱. مدیران استراتژیک
۲. مشتریان
۳. بازرگانان
۴. هیات مدیره

۱۶- کدامیک از موارد زیر می تواند شاخص خوبی جهت اندازه گیری میزان موفقیت یا شکست موسسات باشد؟

۱. میزان تولید
۲. میزان تبلیغات
۳. سهم بازار
۴. میزان فروش

۱۷- به ارزشها و باورهای یک موسسه که چارچوب کاری آن را نشان می دهد، اطلاق می گردد؟

۱. راهبرد
۲. چشم انداز
۳. برنامه
۴. رسالت

۱۸- مهمترین عنصر برای خرید یک محصول کدام است؟

۱. خواسته و نیاز
۲. علاقه و اشتیاق
۳. پول وامکانات
۴. جذابیت محصول

کارشناسی

حضرت علی(ع): دانش راهبر نیکویی برای ایمان است

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۵۰ تشریحی: ۰

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: مدیریت بازاریابی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت بازرگانی (چندبخشی) ۱۲۳۵۰۱۱

۱۹- کدامیک از مشکلات زیر مربوط به برآورد کمتر از میزان واقعی تقاضا می باشد؟

- ۰۱ تراکم موجودی های جنسی
۰۲ ضعف در تحویل به موقع کالا
۰۳ افزایش نامطلوب هزینه ها
۰۴ دادن تخفیفات نقدی اجباری

۲۰- به بازاری اطلاق می شود که در آن افراد مشتاق خرید کالا هستند ولی پول کافی ندارند؟

- ۰۱ بازارفعال
۰۲ بازارمحتمل
۰۳ بازار بالقوه
۰۴ بازار پنهان

۲۱- در سلسله مراتب اهداف یک شرکت تولیدی، افزایش فروش، مربوط به کدام مرحله است؟

- ۰۱ اهداف بازاریابی
۰۲ اهداف حرفه ای
۰۳ استراتژی بازاریابی
۰۴ رسالت شرکت

۲۲- بررسی محیط ومهیا سازی آن، بیانگر کدامیک از آمیخته های بازاریابی خدمات می باشد؟

- ۰۱ محصول
۰۲ شواهد عینی
۰۳ محل توزیع
۰۴ فراگرد

۲۳- کدامیک از موارد زیر جزو نیروهای خارجی در عوامل موثر در طراحی سازمان می باشد؟

- ۰۱ نوع مشتری
۰۲ تنوع بازارها
۰۳ نوع فروش
۰۴ نوع منابع انسانی

۲۴- مدل تست بازار در پیش بینی فروش برای کدامیک از موارد زیر مناسب تر است؟

- ۰۱ برای محصولات قدیمی
۰۲ برای محصولات بی دوام
۰۳ برای محصولات بی کشش
۰۴ برای محصولات جدید

۲۵- کدامیک از موارد زیر، جزو ابزارهای اولیه اعمال هماهنگی محسوب می شود؟

- ۰۱ اهداف
۰۲ ساختارهای سازمانی
۰۳ استراتژی ها
۰۴ منابع انسانی

۲۶- کدامیک از موارد زیر، جزو ویژگیهای خاص خدمات می باشد؟

- ۰۱ عدم تاثیر پذیری از افکار
۰۲ غیر قابل ذخیره بودن
۰۳ قابلیت سودآوری بیشتر
۰۴ کیفیت بالا داشتن

۲۷- کدامیک از عناصر خط مشی محصول به دلیل اهمیت آن، بعضی مواقع به عنوان پنجمین P بازاریابی یاد می شود؟

- ۰۱ بسته بندی کالا
۰۲ نام تجاری محصول
۰۳ کیفیت کالا
۰۴ طراحی محصول

۲۸- به کدامیک از موارد زیر نمی توان واژه محصول را اطلاق نمود؟

- ۰۱ اشخاص
۰۲ مکان ها
۰۳ کانال ها
۰۴ سازمان ها

کارشناسی

حضرت علی(ع): دانش راهبر نیکویی برای ایمان است

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۵۰ تشریحی: ۰

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: مدیریت بازاریابی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت بازرگانی (چندبخشی) ۱۲۳۵۰۱۱

۲۹- کدام ویژگی زیر باعث می شود که بیمه در زمره خدمات قرار گیرد؟

۱. گذرا و موقتی بودن
۲. قابلیت استاندارد کمتر
۳. غیرقابل ذخیره بودن
۴. تاثیر پذیری از خریدار و فروشنده

۳۰- کدامیک از موارد زیر از اجزاء تشکیل دهنده آمیخته "پیشبرد فروش" می باشد؟

۱. روابط عمومی
۲. میزان تخفیفات
۳. شرایط اعتباری
۴. نام تجاری