



تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۶۰ تشریحی: ۰

سری سوال: یک ۱

عنوان درس: مدیریت بازاریابی

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

۱- با توجه به اینکه بازاریابی دربرگیرنده همه فعالیت‌های یک سازمان است، چه واژه ای می تواند جایگزین آن شود؟

۰۱ فرایند مدیریتی - اجتماعی

۰۲ مدیریت بازار

۰۳ نیروی بازاریابی

۰۴ بازارگردانی

۲- کمبودی است که توسط فرد احساس می شود چه نام دارد؟

۰۱ تقاضا

۰۲ خواسته

۰۳ کالا

۰۴ نیاز

۳- محصولی که خواسته مربوط به نیاز خاصی را کاملا ارضاء نماید، چه نامیده می شود؟

۰۱ کالای جذاب

۰۲ کالای مشتری پسند

۰۳ کالای ایده آل

۰۴ کالای ویژه

۴- هسته مرکزی بازاریابی و واحد اندازه گیری بازاریابی به ترتیب کدامند؟

۰۱ معامله، مبادله

۰۲ مبادله، معامله

۰۳ مبادله، فروش

۰۴ فروش، معامله

۵- سیر تکاملی بازار به سوی کدام یک از مبادلات زیر است؟

۰۱ مبادله متمرکز

۰۲ مبادله غیرمتمرکز

۰۳ مبادله تهاتری

۰۴ خود کفایی

۶- برای پاسخگویی به تقاضای نهان مصرف کننده بالقوه از چه نوع بازاریابی استفاده می شود؟

۰۱ بازاریابی انگیزشی

۰۲ بازاریابی توسعه ای

۰۳ بازاریابی مجدد

۰۴ بازاریابی همزمان

۷- کدام گزینه یکی از قدیمی ترین فلسفه های بازاریابی می باشد؟

۰۱ فلسفه کالا

۰۲ فلسفه تولید

۰۳ فلسفه فروش

۰۴ فلسفه بازاریابی

۸- بازاریابی محافظتی برای چه حالتی از تقاضا مناسب است؟

۰۱ تقاضای کامل

۰۲ عدم تقاضا

۰۳ تقاضای متزلزل

۰۴ تقاضای بیش از حد

۹- لازمه اندازه گیری دقیق تقاضای بازار کدام گزینه است؟

۰۱ شناخت بازار و انواع آن

۰۲ بازاریابی علمی و عملی

۰۳ شناخت مشتریان

۰۴ اندازه گیری بازار

۱۰- کدامیک از انواع بازار، بزرگترین و متنوع ترین بازار سازمانی به شمار می رود؟

۰۱ بازار دولتی

۰۲ بازار واسطه

۰۳ بازار صنعتی

۰۴ بازار رقابت انحصاری



تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۶۰ تشریحی: ۰

سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: مدیریت بازاریابی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت بازرگانی (چندبخشی) ۱۳۳۵۰۱۱

۱۱- کدامیک از بازارهای زیر، در برگیرنده سازمانهایی است که کالاها و خدمات را به منظور فروش مجدد و کسب سود خریداری می کنند؟

۰۱. بازار صنعتی      ۰۲. بازار دولتی      ۰۳. بازار واسطه ای      ۰۴. بازار بین المللی

۱۲- در کدامیک از فلسفه های مدیریت بازاریابی، مصرف کنندگان کالایی را می خردند که بهترین کیفیت، عملکرد و شکل را دارا باشد؟

۰۱. فلسفه تولید      ۰۲. فلسفه فروش  
۰۳. فلسفه کالا      ۰۴. فلسفه بازاریابی

۱۳- متغیرهای سیاست و ارتباطات به ترتیب مربوط به کدامیک از محیطهای بازاریابی می باشند؟

۰۱. محیط ناشناخته، محیط بازار      ۰۲. محیط عمومی، محیط سازمانی  
۰۳. محیط بازار، محیط سازمانی      ۰۴. محیط عمومی، محیط بازار

۱۴- کدام گزینه از عوامل مؤثر بر انتخاب استراتژی بازاریابی است؟

۰۱. میزان تجانس بازارها      ۰۲. وضعیت وفاداری  
۰۳. عقیده و نگرش مردم نسبت به کالا      ۰۴. خصوصیات شخصیتی

۱۵- بازاری که در آن افراد پول و علاقه لازم برای خرید کالا را دارند ولی در آن مقطع نیازی به محصول ندارند، چه نام دارد؟

۰۱. بازار بالقوه      ۰۲. بازار محتمل      ۰۳. بازار فعال      ۰۴. بازار پنهان

۱۶- نوعی از بازاریابی که حالت انفعالی دارد و برای شناسایی و ارضاء نیازهایی به کار می رود که روشن و آشکار بوده و نمود عینی دارند، چه نامیده می شود؟

۰۱. بازاریابی واکنشی      ۰۲. بازاریابی پیش بین      ۰۳. بازاریابی بالقوه      ۰۴. بازاریابی نیاز آفرین

۱۷- مجموعه ای از آداب و رسوم، هنجارها، نمادها و ارزشها در یک جامعه که از نسلی به نسل دیگر منتقل می شود و تعیین و تنظیم کننده رفتار انسانهاست، چه نامیده می شود؟

۰۱. هنجار      ۰۲. سیاست      ۰۳. فرهنگ      ۰۴. قانون

۱۸- در بحث عوامل فردی مؤثر در رفتار خریداران، کدام گزینه به ترتیب از عوامل اجتماعی و عوامل روانی محسوب می شود؟

۰۱. باورها و عقاید، سبک زندگی      ۰۲. طبقه اجتماعی، گروههای مرجع  
۰۳. مرحله زندگی، انگیزش      ۰۴. گروههای مرجع، یادگیری



تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۶۰ تشریحی: ۰

سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: مدیریت بازاریابی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت بازرگانی (چندبخشی) ۱۳۳۵۰۱۱

۱۹- فرایندی که طی آن فرد اطلاعات محیط پیرامون را دریافت نموده و با ساماندهی و تفسیر آنها با توجه به برداشت شخصی، یک تصویر کلی از محیط برای خود ایجاد می کند، چه نامیده می شود؟

۱. یادگیری      ۲. ادراک      ۳. انگیزش      ۴. خلاقیت

۲۰- تضعیف وضع رقابتی شرکت در مقابله با رقبا و از دست دادن بخشی از سهم بازار، از معایب کدامیک از گزینه های زیر است؟

۱. تعیین بازار بالقوه      ۲. برآورد بیش از میزان واقعی تقاضا  
۳. اندازه گیری کمی بازار و پیش بینی فروش      ۴. تعیین نیازها و رفتارهای خریداران

۲۱- عقاید، ارزشها، طرز تلقی ها و برداشتهای مردم که در تصمیمات خرید آنان نقش به سزایی را ایفا می کنند، چه نام دارد؟

۱. فرهنگ      ۲. انگیزه      ۳. باور      ۴. شخصیت

۲۲- به مجموعه ای از مصرف کنندگان که نسبت به محصولی خاص از خود علاقه لازم را نشان می دهند، چه می گویند؟

۱. بازار در دسترس      ۲. بازار بالقوه      ۳. بازار هدف      ۴. بازار تسخیر شده

۲۳- کدامیک از روشهای کیفی پیش بینی فروش، جهت هموار سازی مشاهدات به منظور استفاده از آن در پیش بینی به کار می رود و به تمام مشاهدات ضریب داده می شود؟

۱. میانگین متحرک ساده      ۲. نمو هموار ساده  
۳. پیش بینی با درصد تغییر      ۴. میانگین متحرک موزون

۲۴- کدامیک از مدل‌های پیش بینی، علاوه بر عامل روند بلند مدت در سریهای زمانی به تغییرات فصلی و تصادفی نیز توجه دارد؟

۱. پیش بینی باکس و جنکینز      ۲. پیش بینی اقتصاد سنجی  
۳. نمو هموار ساده      ۴. نمو هموار هلت - وینترز

۲۵- کدام گزینه از مهمترین نیروهای داخلی مؤثر بر نوع ساختار سازمانی یک مؤسسه به شمار می رود؟

۱. رسالت سازمان      ۲. میزان انعطاف پذیری      ۳. قوانین دولتی      ۴. فرایند تصمیم گیری

۲۶- روش سیستماتیک که از طریق آن سازمان تلاش می کند تا آینده خود را تحت کنترل در بیاورد، چه نام دارد؟

۱. هدف گذاری      ۲. سازماندهی      ۳. برنامه ریزی      ۴. بیانیه مأموریت



تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۶۰ تشریحی: ۰

سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: مدیریت بازاریابی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت بازرگانی (چندبخشی) ۱۳۳۵۰۱۱

۲۷- کدامیک از اجزای ماهیت و محتوای یک برنامه عملیاتی بازاریابی، توصیف کننده برنامه های جامع بازاریابی است که لازمه نیل به اهداف مؤسسه هستند؟

۱. استراتژی بازاریابی
۲. تحلیل فرصتها و جریانات
۳. برنامه های کاری
۴. خلاصه اجرایی و جدول محتویات

۲۸- بازاریابی مستقیم و حمل و نقل کالا، به ترتیب جزء کدامیک از آمیخته های بازاریابی می باشند؟

۱. مکان توزیع، پیشبرد فروش
۲. پیشبرد فروش، مکان توزیع
۳. قیمت، پیشبرد فروش
۴. محصول، مکان توزیع

۲۹- کدام گزینه در مورد انواع کانالهای بازاریابی صحیح است؟

۱. مستقیم، غیرمستقیم
۲. مصرفی، صنعتی، دولتی
۳. ارتباطی، توزیع، فروش
۴. زنجیره ای، مستقیم، دلال

۳۰- کدام گزینه از عوامل محیطی مؤثر بر تصمیم گیری در مورد قیمت محصول است؟

۱. کانالهای توزیع
۲. واکنش دولت
۳. ملاحظات اجتماعی
۴. اهداف اقتصادی مردم