

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

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

سری سوال: یک ۱

عنوان درس: اصول بازاریابی، بازاریابی و مدیریت بازر، بازاریابی و مدیریت بازر، بازاریابی و مدیریت بازر

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۰ - مهندسی صنایع، مهندسی صنایع (چندبخشی)، مهندسی صنایع ۱۲۱۸۱۰۶ - مدیریت بازرگانی  
- مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین الملل)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی - بازرگانی بین الم ۱۲۱۸۱۲۲  
مهندسی مدیریت و آبادانی روستاها ۱۲۱۸۱۷۵ - مدیریت صنعتی (چندبخشی) ۱۲۱۸۲۶۹ - مهندسی راه آهن - بهره ،  
بررداری ۱۳۱۴۰۵۱

۱- در کدام یک از اشکال معامله، اگر پدر بچه، مهندس راه و ساختمان باشد، می تواند در قبال خدمت پزشک برای فرزندش، بنای ساختمان زیبایی را برای پزشک طراحی نماید تا وی بتواند برای ساخت خانه جدید خود از آن طرح و نقشه استفاده نماید؟

۰۱ کالا در برابر پول

۰۲ کالا در برابر کالا

۰۳ کالا در مقابل خدمت

۰۴ خدمت در مقابل خدمت

۲- کدام گزینه به ترتیب جزء «قدیمی ترین فلسفه های بازاریابی» و «جدیدترین نگرش در میان نگرش های مختلف بازاریابی» می باشد؟

۰۱ فلسفه تولید - فلسفه کالا

۰۲ فلسفه تولید - فلسفه بازاریابی اجتماعی

۰۳ فلسفه فروش - فلسفه بازاریابی

۰۴ فلسفه کالا - فلسفه بازاریابی

۳- کدام یک از گزینه های زیر به وضعیتی اطلاق می شود که دو یا چند فروشنده تقاضای انبوه خریداران را ارضاء می کنند؟

۰۱ بازار انحصار چندجانبه

۰۲ بازار رقابت انحصاری

۰۳ بازار انحصار کامل

۰۴ بازار رقابت کامل

۴- کدام یک از واسطه های بازاریابی ، موسسات را در امر یافتن مشتری و فروش کالا به آنان یاری می کنند، عمده فروشان و خرده فروشانی که کالا را خریداری نموده و آن را مجدداً به فروش می رسانند در زمره این واحدها به شمار می آیند؟

۰۱ آژانسهای خدمات بازاریابی

۰۲ واسطه های مالی

۰۳ دلالان

۰۴ موسسات توزیع کننده کالا

۵- «اعتقاد به ازدواج» و «تغییر سن ازدواج» به ترتیب از کدام یک از خصوصیات فرهنگی موثر بر تصمیمات بازاریابی می باشد؟

۰۱ پایداری ارزشهای فرهنگی - جابه جایی ارزشهای فرهنگی ثانویه

۰۲ جابه جایی ارزشهای فرهنگی ثانویه - جابه جایی ارزشهای فرهنگی ثانویه

۰۳ پایداری ارزشهای فرهنگی - پایداری ارزشهای فرهنگی

۰۴ جابه جایی ارزشهای فرهنگی ثانویه - پایداری ارزشهای فرهنگی

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

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

سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: اصول بازاریابی، بازاریابی و مدیریت بازاریابی و مدیریت بازاریابی و مدیریت بازاریابی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۰ - ، مهندسی صنایع، مهندسی صنایع (چندبخشی)، مهندسی صنایع ۱۲۱۸۱۰۶ - ، مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین الملل)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی - بازرگانی بین الم ۱۲۱۸۱۲۲ - ، مهندسی مدیریت و آبادانی روستاها ۱۲۱۸۱۷۵ - ، مدیریت صنعتی (چندبخشی) ۱۲۱۸۲۶۹ - ، مهندسی راه آهن - بهره برداری ۱۳۱۴۰۵۱

۶- کدام یک از استراتژی های تعیین بازار هدف، برای شرکت های تازه تاسیس و کوچک که دارای منابع و امکانات محدودتری هستند، مناسب است و از مزایای آن صرفه جویی های ناشی از تخصص در تولید، توزیع و تبلیغات می باشد؟

۰۱. استراتژی بازاریابی متفاوت  
۰۲. استراتژی بازاریابی متمرکز  
۰۳. استراتژی بازاریابی یکسان  
۰۴. استراتژی سیاست بازاریابی

۷- « میزان تشابه نقطه نظرات خریداران ، سلیقه و ترجیحات آنان » توضیح کدام یک از عوامل موثر بر انتخاب استراتژی بازاریابی می باشد؟

۰۱. میزان تجانس بازارها  
۰۲. میزان منابع شرکت  
۰۳. میزان تشابه محصولات  
۰۴. سیکل عمر کالا

۸- به بازاری که در آن افراد پول لازم را برای خرید دارند ، به کالا هم نیازمند هستند ولی علاقه و اشتیاق کافی برای خرید کالا در آن زمان یا مکان ندارند ، چه می گویند؟

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

۹- در فرآیند رفتار مصرف کننده ، کدام یک از گزینه های زیر به عنوان « ورودی » وارد بخش پردازش یا همان جعبه سیاه خریداران می شود؟

۰۱. محصول - قیمت - مکان توزیع - پیشبرد فروش  
۰۲. اقتصادی - اجتماعی - فرهنگی - سیاسی  
۰۳. محرکهای بازاریابی و محرکهای محیطی  
۰۴. صفات و ویژگی های مصرف کننده

۱۰- کدامیک از گزینه های زیر نشان دهنده مجموعه عادات و رفتارهای یک فرد از دید دیگران می باشد؟

۰۱. انگیزه  
۰۲. شخصیت  
۰۳. ادراک  
۰۴. تصور شخصی

۱۱- کمک و مساعدت به مشتری به منظور خرید محصول یا محصولاتی که دوست دارد آنها را با خود داشته باشد، مفهوم کدامیک از گزینه های زیر است؟

۰۱. بازاریابی  
۰۲. خرید  
۰۳. مبادله و معامله  
۰۴. فروش

۱۲- به بازاری که مصرف کنندگان در آن کالای شرکت مورد نظر ما و کالای مشابه موسسات رقیب را خریداری کرده اند، مفهوم کدامیک از بازارهای زیر می باشد؟

۰۱. بازار هدف  
۰۲. بازار در دسترس  
۰۳. بازار تسخیر شده  
۰۴. بازار در دسترس واجد شرایط

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

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

سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: اصول بازاریابی، بازاریابی و مدیریت بازاریابی و مدیریت بازاریابی و مدیریت بازاریابی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۰ - ، مهندسی صنایع، مهندسی صنایع (چندبخشی)، مهندسی صنایع ۱۲۱۸۱۰۶ - ، مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین الملل)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی - بازرگانی بین الم ۱۲۱۸۱۲۲ - ، مهندسی مدیریت و آبادانی روستاها ۱۲۱۸۱۷۵ - ، مدیریت صنعتی (چندبخشی) ۱۲۱۸۲۶۹ - ، مهندسی راه آهن - بهره برداری ۱۳۱۴۰۵۱

۱۳- کدام یک از مدل‌های کمی به جهت بیان روابط علت و معلولی بین متغیرها به مدل‌های «علی و معلولی» نیز معروف هستند؟

۰۱. مدل‌های پیش بینی اقتصادسنجی  
۰۲. مدل‌های پیش بینی بدون تغییر  
۰۳. مدل‌های پیش بینی با درصد تغییر  
۰۴. مدل میانگین متحرک ساده

۱۴- کدام یک از مدل‌های کیفی پیش بینی میزان فروش، معمولاً در بازار بالقوه و از طریق تنظیم پرسش نامه صورت می‌گیرد و برای کالاهای صنعتی، کالاهای مصرفی بادوام و نیز کالاهای جدیدی که تازه می‌خواهند وارد بازار شوند، کاربرد خوبی دارد؟

۰۱. مدل دلفی  
۰۲. مدل تست بازار  
۰۳. مدل شبیه سازی آزمایش بازار  
۰۴. مدل بررسی قصد خریداران

۱۵- کدام یک از گزینه‌های زیر جزء نیروهای خارجی موثر در طراحی سازمان می‌باشند؟

۰۱. نوع فروش  
۰۲. قوانین دولتی  
۰۳. تنوع بازارها  
۰۴. رسالت

۱۶- ساختار سازمانی بر حسب کدام یک از گزینه‌های زیر، مختص موسساتی است که کالاهای متنوع با مارکها و علائم تجاری متعددی تولید و عرضه می‌نمایند و امروزه اکثر شرکتهای تولیدی مواد غذایی، مواد شوینده و بهداشتی از این نوع سازماندهی استفاده می‌کنند؟

۰۱. سازمان مدیریت محصول  
۰۲. سازمان عملیاتی  
۰۳. سازمان جغرافیایی  
۰۴. سازمان مدیریت بازار

۱۷- کار اصلی کدام یک از سطوح سازمانی در برنامه ریزی استراتژیک، تهیه و تنظیم برنامه‌های استراتژیک برای واحدهای متعلق به خود است؟

۰۱. سطح مدیریت محصول  
۰۲. سطح مدیریت کلان موسسه  
۰۳. سطح مدیریت واحدهای خودگردان  
۰۴. سطح مدیریت قسمتها

۱۸- کدام یک از مراحل برنامه بازاریابی، اطلاعاتی را در مورد وضعیت فروش، هزینه‌ها، میزان سود، بازارها، رقبا، وضع توزیع و محیط کلان پیرامون موسسه نشان می‌دهد؟

۰۱. تحلیل فرصتها و جریانها  
۰۲. استراتژی بازاریابی  
۰۳. برنامه‌های کاری  
۰۴. موقعیت فعلی بازاریابی

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

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

سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: اصول بازاریابی، بازاریابی و مدیریت بازاریابی و مدیریت بازاریابی و مدیریت بازاریابی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۰ - ، مهندسی صنایع، مهندسی صنایع (چندبخشی)، مهندسی صنایع ۱۲۱۸۱۰۶ - ، مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین الملل)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی - بازرگانی بین الم ۱۲۱۸۱۲۲ - ، مهندسی مدیریت و آبادانی روستاها ۱۲۱۸۱۷۵ - ، مدیریت صنعتی (چندبخشی) ۱۲۱۸۲۶۹ - ، مهندسی راه آهن - بهره برداری ۱۳۱۴۰۵۱

۱۹- «آموزش کارکنان و بررسی صلاحیت آنها» جزء کدام یک از آمیخته های بازاریابی برای خدمات می باشند؟

- ۰۱ مردم      ۰۲ پیشرفت      ۰۳ فراگرد      ۰۴ شواهد عینی

۲۰- نسبت بین آن چیزی که مشتری از دست می دهد و در مقابل آن، چیزی را به دست می آورد، چیست؟

- ۰۱ خواسته      ۰۲ مبادله      ۰۳ ارزش      ۰۴ معامله

۲۱- «بازاریابی مستقیم» و «شرایط اعتباری» به ترتیب جزء کدام یک از آمیخته های بازاریابی می باشد؟

- ۰۱ قیمت - پیشبرد فروش      ۰۲ پیشبرد فروش - قیمت  
۰۳ محصول - پیشبرد فروش      ۰۴ مکان توزیع - قیمت

۲۲- در عوامل موثر بر تصمیم گیری در مورد قیمت محصول، کدام یک از گزینه های زیر جزء عوامل داخلی شرکت محسوب می شود؟

- ۰۱ شرایط رقابتی      ۰۲ شرایط واسطه ها  
۰۳ واکنش دولت      ۰۴ هزینه های تولید و توزیع کالا

۲۳- در مورد تعیین قیمت، موسساتی که دید بلندمدت تری دارند، کدام یک از اهداف بازاریابی را برای خودشان انتخاب می کنند؟

- ۰۱ رهبری سهم بازار      ۰۲ بقاء و ادامه حیات  
۰۳ به حداکثر رساندن سود جاری      ۰۴ رهبری کالا از نظر کیفیت

۲۴- در دیدگاه سنتی بازاریابی «وظیفه تهیه و تنظیم اطلاعات» و «وظیفه تصمیم گیری» به ترتیب بر دوش کدام یک از گزینه های زیر گذاشته شده بود؟

- ۰۱ محققان بازاریابی - محققان بازاریابی      ۰۲ مدیران بازاریابی - مدیران بازاریابی  
۰۳ محققان بازاریابی - مدیران بازاریابی      ۰۴ مدیران بازاریابی - محققان بازاریابی

۲۵- «وجود اعتماد متقابل و کامل بین محقق و تصمیم گیر» و «هیچ چیز نباید، از ناحیه هیچ یک از طرفین به صورت پنهانی انجام گیرد» به ترتیب توضیح کدام یک از هفت C رابط بین محقق و مدیر می باشد؟

- ۰۱ اطمینان - خلوص      ۰۲ ارتباط - همکاری      ۰۳ اطمینان - همکاری      ۰۴ ارتباط - خلوص

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

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

سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: اصول بازاریابی، بازاریابی و مدیریت بازاریابی و مدیریت بازاریابی و مدیریت بازاریابی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۰ - ، مهندسی صنایع، مهندسی صنایع (چندبخشی)، مهندسی صنایع ۱۲۱۸۱۰۶ - ، مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین الملل)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی - بازرگانی بین الم ۱۲۱۸۱۲۲ - ، مهندسی مدیریت و آبادانی روستاها ۱۲۱۸۱۷۵ - ، مدیریت صنعتی (چندبخشی) ۱۲۱۸۲۶۹ - ، مهندسی راه آهن - بهره برداری ۱۳۱۴۰۵۱

۲۶- در کدام یک از انواع تحقیقات ، هوش ، ذکاوت و قدرت خلاقیت محقق تاثیر زیادی دارد و زمانی از این نوع تحقیق استفاده می شود که پژوهشگر شناخت کافی و لازم از پروژه تحقیقاتی ندارد؟

۱. تحقیقات قطعی
۲. تحقیقات اکتشافی
۳. تحقیقات توصیفی
۴. تحقیقات علت و معلولی

۲۷- در کدام یک از روشهای مشاهده ، محقق با بررسی اسناد و مدارک و شواهد موجود و آثار فیزیکی به جای مانده به تجزیه و تحلیل رفتار مشتریان می پردازد و اطلاعات لازمه را کسب می کند؟

۱. روش تجزیه و تحلیل محتوا
۲. روش ممیزی
۳. روش مشاهده شخصی
۴. روش تجزیه و تحلیل اثر

۲۸- در کدام یک از استراتژی های رشد در مدل موقعیتی بازار- محصول (PMO) ، موسسات دست به ریسک بالاتری زده و با تولید محصولات جدید، می خواهند وارد بازارهای جدید هم بشوند؟

۱. نفوذ در بازار
۲. توسعه بازار
۳. تنوع
۴. توسعه محصول

۲۹- در کدام یک از انواع آزمایشهای بازاریابی ، محصول جدید در شرایطی کاملا مشابه با بازار واقعی مورد آزمایش و امتحان قرار می گیرد؟

۱. تست بازاریابی استاندارد
۲. تست بازاریابی انگیزشی
۳. تست بازاریابی نظارت شده
۴. تست بازاریابی نظارت نشده

۳۰- «بالارفتن حجم موجودی شرکت و نهایتا افزایش هزینه های انبارداری» از ویژگی های کدام یک از مراحل دوره عمر محصول می باشد؟

۱. مرحله افول
۲. مرحله معرفی
۳. مرحله رشد
۴. مرحله بلوغ