

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

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

سری سوال: یک ۱

عنوان درس: بازاریابی محصولات کشاورزی

رشته تحصیلی/کد درس: مهندسی کشاورزی (اقتصاد کشاورزی)، مهندسی اقتصاد کشاورزی (چندبخشی) ۱۱۲۱۰۲۷

۱- کدامیک از موارد زیر جزو متغیرهای جمعیت شناختی تقسیم بازار می باشد.

۱. شخصیت ۲. سبک زندگی ۳. درآمدها ۴. موقعیت ها

۲- میزان استفاده از محصول در کدامیک از متغیرهای اصلی تقسیم بازار مورد توجه قرار می گیرد؟

۱. متغیرهای روانی ۲. متغیرهای جمعیتی ۳. متغیرهای جغرافیایی ۴. متغیرهای رفتاری

۳- در کدام بازار معاملات، کالا بدون اینکه ظاهر شود مورد معامله قرار می گیرد؟

۱. بازارهای تولید به مصرف ۲. بازار بورس
۳. بازارهای مدت دار ۴. بازار خرده فروش

۴- در کدامیک از مراحل سیکل عمر کالا تأکید بر تمایز کالا با محصولات رقیب می باشد؟

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

۵- در کدام مرحله از مراحل تکامل بازاریابی اشخاص مازاد کار خود را به صورت اشتراکی تقسیم می کنند؟

۱. مرحله ی ارتباطات اولیه ۲. مرحله خود کفایی
۳. مرحله ی پایاپای ساده ۴. مرحله بازارهای محلی

۶- در کدام بعد از ابعاد بازاریابی هدف سازمان های تولید کننده حفظ موقعیت ها خود در بازار و در صورت توان، افزایش سهم خود می باشد؟

۱. بازاریابی ۲. بازارگردی ۳. بازارسازی ۴. بازاریاری

۷- کدام بعد از بازاریابی شامل برنامه ریزی اجرا و کنترل کلیه اقدامات می باشد؟

۱. بازارسازی ۲. بازار سنجی ۳. بازاریاری ۴. بازارگردانی

۸- کدامیک از انواع بازاریابی به دنبال این است که بین خواسته های مشتریان هدف و منافع بلند مدت مشتریان و هدف جامعه توازن بر قرار کند؟

۱. بازاریابی اجتماعی ۲. بازاریابی راهبردی ۳. بازاریابی ایده ۴. بازاریابی سازمان

۹- معمولاً در شرایط جنگ و بحران های اقتصادی و سیاسی کدام نوع تقاضا اتفاق می افتد؟

۱. تقاضای ناسالم ۲. تقاضای بیش از حد ۳. تقاضای ناهمزمان ۴. تقاضای کند شونده

۱۰- کدامیک از موارد زیر از منافع بازاریابی محصولات کشاورزی می باشد؟

۱. واردات ۲. عدم تعادل و عرضه و تقاضا
۳. کاهش سطح مصرف ۴. کاهش ضایعات

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

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

سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: بازاریابی محصولات کشاورزی

رشته تحصیلی/کد درس: مهندسی کشاورزی (اقتصاد کشاورزی)، مهندسی اقتصاد کشاورزی (چندبخشی) ۱۱۲۱۰۲۷

۱۱- دلالتان جزو کدامیک از عوامل مؤثر در بازاریابی می‌باشند؟

۱. فروشندگان اولیه
۲. واسطه های بازاریابی
۳. رقبا
۴. واحدهای خدمات بازاریابی

۱۲- کدام مورد جزو اهداف بسته بندی محصولات کشاورزی می باشد؟

۱. کاهش ضایعات
۲. نگهداری کوتاه مدت
۳. توسعه تجارت
۴. توسعه صنعت

۱۳- یکنواخت کردن خصوصیات کمی و کیفی محصول بین دو محل جغرافیایی مختلف چه می‌نامند؟

۱. درجه بندی
۲. استاندارد کردن
۳. تبدیل و فرآوری
۴. بسته بندی

۱۴- از دلایل انبار داری محصولات کشاورزی کدام مورد می‌باشد؟

۱. کمک به عمر تجارت
۲. توسعه تجارت بین المللی
۳. کاهش نوسان قیمت
۴. کاهش ضایعات

۱۵- در کدامیک از نمایشگاه ها معمولاً به کمک تصاویر ا فکار و تخیلات برگزارکنندگان به بینندگان القا و منتقل می‌شود؟

۱. نمایشگاه های اختصاصی
۲. نمایشگاه های غیر بازرگانی
۳. نمایشگاه های بازرگانی
۴. نمایشگاه های تخصصی

۱۶- افرادی که محصولات کشاورزان را قبل از فصل برداشت می خرنند جزو کدامیک از عوامل شبکه توزیع می‌باشد؟

۱. میدان داران
۲. دلالتان
۳. تجار حق العمل کار
۴. سلف خران

۱۷- در کدامیک از عوامل شبکه فروش هدف ایجاد صنعتی است که خریدار در انتخاب و رویت کالا استقلال داشته باشد؟

۱. فروشگاه های بزرگ
۲. فروشگاه های زنجیره ای
۳. سوپر مارکت ها
۴. مراکز خرید

۱۸- کدامیک از موارد زیر باعث افزایش حاشیه بازاریابی می‌شود؟

۱. کاهش فاصله تولید کننده تا محل مصرف
۲. افزایش رقابت در بازار
۳. کاهش فساد پذیری محصول
۴. افزایش عوارض و مالیات های پرداختی

۱۹- در الگوی اضافه بها، حاشیه بازاریابی تابعی از کدام یک از عوامل می‌باشد؟

۱. قیمت خرده فروشی و هزینه های بازاریابی
۲. قیمت خرده فروشی و هزینه و ارزش کالاهای فروخته شده
۳. هزینه های بازاریابی و میزان محصول عرضه شده
۴. قیمت سرمرزعه، نرخ بهره و هزینه های بازاریابی

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

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

سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: بازاریابی محصولات کشاورزی

رشته تحصیلی/کد درس: مهندسی کشاورزی (اقتصاد کشاورزی)، مهندسی اقتصاد کشاورزی (چندبخشی) ۱۱۲۱۰۲۷

۲۰- کدام کارایی بر تخصیص بهینه منابع و هماهنگ سازی تولید و مصرف تاکید دارد؟

۱. کارایی عملیاتی ۲. کارایی قیمت ۳. کارایی فنی ۴. کارایی تراکم

۲۱- در کدامیک از انواع نمونه گیری، نمونه شامل افراد یا اقلامی است که انتخاب آنها به دلیل ویژگی های خاص آنهاست؟

۱. نمونه گیری سهمیه ای ۲. نمونه گیری طبقه بندی شده
۳. نمونه گیری خوشه ای ۴. نمونه گیری قضاوتی

۲۲- زمانی که محقق به پاسخی آنی نیاز دارد بویژه وقتی پرسش باید برای گروه کثیری از مردم مطرح شود، از کدام روش جمع آوری اطلاعات استفاده می کند.

۱. مصاحبه تلفنی ۲. مصاحبه حضوری ۳. مصاحبه در مرکز خرید ۴. مصاحبه گروهی

۲۳- در مورد آینده و انتخاب نوع محصول کدام نوع اطلاعات بازار مورد استفاده قرار می گیرد؟

۱. اطلاعات کوتاه مدت ۲. اطلاعات میان مدت ۳. اطلاعات بلند مدت ۴. اطلاعات بورس

۲۴- کدامیک از موارد زیر از منابع ریسک در کشاورزی می باشد؟

۱. ریسک تولید ۲. ریسک شغلی ۳. ریسک عملیاتی ۴. ریسک روحی

۲۵- عدم پایبندی به تعهدات قراردادهای بازار سنتی باعث به وجود آمدن کدام ریسک برای فعالان بازار می شود؟

۱. ریسک قیمتها ۲. ریسک مالی
۳. ریسک معاملات ۴. ریسک کاهش کیفیت و بازار پسندی

۲۶- کدامیک از معیارهای تصمیم گیری روی بدترین پیامد ممکن تمرکز نموده و سایر پیامدها را نادیده می گیرد؟

۱. حداکثر حداکثرها ۲. حداقل حداکثرها
۳. حداکثر حداقلها ۴. حداکثر ارزش مورد انتظار

۲۷- در کدامیک از قراردادهای نگهدارنده حق دارد که در بازارهای آتی منفعتی را در یک قیمت مشخص و قبل از یک تاریخ مشخص کسب نماید.

۱. قراردادهای اختیاری ۲. قراردادهای قیمت گذاری
۳. قراردادهای اجباری ۴. قراردادهای آتی

۲۸- کدامیک از موارد زیر جزو ویژگیهای عمومی بخش کشاورزی می باشد.

۱. کامل بودن اطلاعات در بازار ۲. فاصله کم بین مصرف کننده و تولید کننده
۳. دسترسی به تسهیلات ۴. عدم انبارداری مناسب

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

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

سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: بازاریابی محصولات کشاورزی

رشته تحصیلی/کد درس: مهندسی کشاورزی (اقتصاد کشاورزی)، مهندسی اقتصاد کشاورزی (چندبخشی) ۱۱۲۱۰۲۷

۲۹- مزایای بورس محصولات کشاورزی عبارتست از:

۱. انتقال ریسک
۲. عدم شفافیت قیمت
۳. بازار انحصاری
۴. کاهش کارایی شبکه توزیع

۳۰- نظریه بازیها به مطالعه تصمیمات در کدامیک از شرایط زیر می پردازد؟

۱. در بازار انحصار چند جانبه فقط انحصار می تواند وجود داشته باشد
۲. در بازار انحصار چند جانبه انحصار و رقابت وجود دارد
۳. در بازار انحصار چند جانبه می تواند هم رقابت وجود داشته باشد و هم همکاری و تعاون
۴. در بازار انحصار چند جانبه انحصار و تعاون وجود دارد

۳۱- عامل مهم تسهیل کننده نظام بازاریابی کدام است؟

۱. محصول
۲. اطلاعات
۳. قیمت گذاری
۴. مراکز خرید

۳۲- دلیل اینکه بازار سنتی از توانایی های لازم در وفق دادن خود با شرایط و نیازهای جدید جامعه برخوردار نمی باشد، چیست؟

۱. عدم هماهنگی بازار سنتی با سایر نهادهای بازار یابی و مالی
۲. وجود اتحادیه های تولید کننده ناکارآمد در این بازار
۳. فاصله کم بین مصرف کننده و تولیدکننده در بازار سنتی
۴. برخوردار نبودن بازار سنتی از نظام منسجم یادگیری و ارتقاء مناسب

۳۳- بازار اکثر محصولات کشاورزی نزدیک به کدام بازار زیر است؟

۱. بازار رقابت کامل
۲. بازار مبادلاتی
۳. بازار انحصاری
۴. بازار سر مزرعه

۳۴- کدام جمله از متغیرهای تقسیم بازار نمی باشد؟

۱. جمعیت شناختی
۲. بازده سرمایه گذاری
۳. روان شناختی
۴. عوامل رفتاری

۳۵- وضعیت الف الف الف الف الف نشان دهنده رفتار کدام گروه از مصرف کنندگان زیر است؟

۱. وفادار ثابت
۲. بی وفای
۳. وفادار موقت
۴. بسیار وفادار

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

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

سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: بازاریابی محصولات کشاورزی

رشته تحصیلی/کد درس: مهندسی کشاورزی (اقتصاد کشاورزی)، مهندسی اقتصاد کشاورزی (چندبخشی) ۱۱۲۱۰۲۷

۳۶- مفهوم تولید از نظر اقتصادی کدام است؟

۱. ایجاد فایده
۲. قدرت و توانایی کالا و خدمات برای رفع احتیاجات
۳. نظام بازاریابی کارا
۴. فعالیتهایی که به منظور افزایش بهره وری صورت می گیرد

۳۷- کدامیک از الگوهای حاشیه بازاریابی از تابع تقاضای معکوس برای محصول فرآوری شده کشاورزی حاصل می شود؟

۱. الگوی حاشیه بها
۲. الگوی انتظارات عقلایی
۳. الگوی حاشیه نسبی
۴. الگوی هزینه بازاریابی

۳۸- مهمترین رشته فعالیت یک کار تجاری کدام است؟

۱. پردازش اطلاعات
۲. عملیات بازاریابی
۳. بسته بندی
۴. استاندارد سازی

۳۹- وظیفه کدام گروه از واسطه ها، فروش محصول با مناسب ترین قیمت است؟

۱. میدان داران
۲. خریداران محلی
۳. واسطه های عامل
۴. دلالان و کمیسیون بگیران

۴۰- در کدام استراتژی، یک موسسه سعی می کند حداقل سودی را که می تواند حداکثر نماید؟

۱. تعادلی
۲. حداکثر حداقل
۳. بازی های مکرر
۴. بازی های پی در پی