



مجاز است.

استفاده از:

۸. حساب صادرات و واردات خدمات از اقلام کدام دسته از صورتحساب های تراز پرداختها به شمار می رود؟

- الف. حساب جاری      ب. حساب سرمایه      ج. حساب رسمی خزانه      د. حساب عمرانی

۹. این پدیده به اقدامات و قوانین دولتی در خصوص تجارت خارجی اشاره دارد.

- الف. قانون کذاری      ب. سیاست های مالی      ج. خط مشی بازرگانی      د. برنامه ریزی استراتژیک

۱۰. سود بازرگانی مصوبه کدامیک از نهادهای زیر به شمار می رود؟

- ب. مجلس شورای اسلامی      الف. هیئت وزیران

ج. اتاق های تجارت و بازرگانی کشور

۱۱. در این گونه عوارض گمرکی، قیمت کالا مبنای اخذ عوارض می باشد.

- الف. عوارض گمرکی مختلط      ب. عوارض گمرکی ارزشی

ج. عوارض گمرکی مقداری

۱۲. این ابزارها حد مشخص و مطلق را برای مقدار کالا و گروه های مشخصی که می توانند وارد کشور کنند تعیین می کنند.

- الف. عوارض      ب. سهمیه ها      ج. سوبسیدها      د. مالیات

۱۳. این سازمان در صدد است سیستم گمرک تدریجی را به نفع صدور کالاهای صنعتی از کشورهای کمتر توسعه یافته برقرار کند؟

الف. سازمانات تجارت جهانی

ج. سازمان آنکتاد

۱۴. در این مرحله از مدل توسعه روستو، صنعت در کشور شروع به پیشرفت کرده و الگوی تولید و مصرف سنتی شکسته شده و تولید و مصرف کالاهای صنعتی جایگزین آنها می گردد.

- الف. مرحله قبل از جهش      ب. مرحله بلوغ      ج. مرحله جهش      د. مرحله تولید انبوه

۱۵. این گروه از صنایع، صنایعی هستند که محصولات آنها برای تولید سایر محصولات مورد استفاده قرار می کیرد مانند صنایع ذوب فلزات.

الف. صنایع مادر

ج. صنایع با تکنولوژی بالا

۱۶. عبارت است از طراحی موثر، تحويل به موقع و کاربرد اطلاعات در یک سازمان بازرگانی

- الف. سیستم اقتصادی بازاریابی      ب. سیستم مالی بازاریابی

ج. سیستم مدیریت و طراحی بازاریابی



مجاز است.

استفاده از:

زمان آزمون (دقیقه): تست: ۸۰ تشرییع: --

۱۷. اولین مرحله در برنامه‌ریزی فروش کدام است؟

ب. تعیین الگوی مصرف مردم

الف. تعیین GNP

د. تعیین ویژگی‌های فرهنگی مصرف کنندگان

ج. تعیین بازار هدف

۱۸. شامل آن اطلاعاتی است که براساس مقررات و قوانین یک کشور اعم از کشور مبدا و مقصد به وجود می‌آید.

ب. اطلاعات منابع

الف. اطلاعات عمومی

د. اطلاعات بین‌المللی

ج. اطلاعات دستوری

۱۹. عبارت است از تعیین بازار و امکان دستیابی به سهم پیش‌بینی شده بازار.

ب. سیستم اطلاعات بازاریابی

الف. برنامه‌ریزی بازاریابی

د. مدیریت فروش

ج. سیستم تحقیقات بازاریابی

۲۰. اولین تفاوت فرهنگی که در بازارهای خارجی به چشم می‌آید، کدام است؟

الف. آداب و رسوم      ب. سنت‌های باستانی      ج. ساختار اجتماعی      د. زبان

۲۱. در این حالت از حالات توسعه جغرافیایی، شرکت با کیفیت مطلوب تولید در تعداد محدودی از بازارها فعال می‌باشد.

ب. وضعیت با برتری تولید

الف. وضعیت برتر

د. حالت ضعیف

ج. وضعیت با برتری موقعیت جغرافیایی

۲۲. صادرات غیرمستقیم به ترتیب دارای چه حدی از ریسک و هزینه‌های کنترل می‌باشد؟

ب. ریسک کمتر و هزینه‌های کنترل بیشتر

الف. ریسک کمتر و هزینه‌های کنترل کمتر

د. ریسک بیشتر و هزینه‌های کنترل کمتر

ج. ریسک بیشتر و هزینه‌های کنترل بیشتر

۲۳. در این استراتژی ورود به بازار جهانی، شرکت به طور فعال درگیر بازارهای بین‌المللی نمی‌شود و محصولات شرکت توسط دیگران به بازار خارجی صادر می‌شود.

ب. صادرات مستقیم

الف. صادرات غیر مستقیم

د. تولید در خارج از کشور

ج. فرانشیز

۲۴. وسیله‌ای برای فروش کالا با عناصر خدمتی بسیار بالا است که در این روش شرکت اصلی امتیاز فروش محصول را به

شرکت‌های خارجی واکذار می‌کند و امتیازدهنده تمام عملیات بازاریابی را در اختیار امتیاز گیرنده قرار می‌دهد.

ب. صادرات غیرمستقیم

الف. فرانشیز

د. قرارداد مدیریت

ج. صادرات مستقیم از طریق نمایندگی‌های فروش



مجاز است.

استفاده از:

۲۵. در این استراتژی، تولیدکننده اصلی با یک شرکت خارجی قرارداد می‌بندد که محصول شرکت اصلی را بر اساس مفاد قرارداد، در خارج تولید نماید.

ب. مونتاژ

الف. بازاریابی مستقیم

د. شرکت‌های مدیریت صادرات

ج. تولید قراردادی

۲۶. وسیله‌ای هستند که طی آن کالاها از تولیدکننده به مصرفکننده می‌رسند.

ب. کانال‌های توزیع

الف. کانال‌های فروش

د. کانال‌های انطباق

ج. کانال‌های خردۀ فروشی

۲۷. کدام یک از گزینه‌های زیر جزء مهمترین کانال‌های توزیع محصولات صنعتی در شرکت‌های فاقد بخش فروش، می‌باشد؟

الف. تولیدکننده- خردۀ فروش- مصرف کننده

ب. تولیدکننده - کارگزار - عمدۀ فروش- خردۀ فروش- مصرف کننده

ج. تولیدکننده- مصرف کننده

د. تولیدکننده- کارگزار - استفاده کننده

۲۸. در این روش از توزیع، تولیدکننده تعدادی خردۀ فروش و عمدۀ فروش را انتخاب کرده و کالای عمدۀ فروشان را به خردۀ فروشان توزیع می‌کند.

الف. توزیع وسیع      ب. توزیع انحصاری      ج. توزیع برگزیده      د. توزیع مستقیم

۲۹. این نوع از خردۀ فروشی از مزیت خرید کلان برخوردار است و از انبارهای مشترک استفاده می‌کند.

الف. سوپر مارکت      ب. مرکز خرید      ج. فروشگاه زنجیره‌ای      د. فروشگاه ارزان

۳۰. تبلیغات مثبت چه اثری بر منحنی تقاضای کالاها و خدمات دارد ؟

الف. منحنی تقاضا را به سمت چپ و داخل انتقال می‌دهد

ب. منحنی تقاضا را به سمت راست و بیرون انتقال می‌دهد

ج. هیچ اثری بر منحنی تقاضا ندارد

د. باعث صعودی شدن منحنی تقاضا برای کالا و خدمات عادی می‌گردد

مجاز است.

استفاده از:

۳۱. این نوع تبلیغات در مرحله رقابت موثر است و برخی از این نوع تبلیغات مقایسه‌ای اجرا می‌شوند که عملکرد دو یا چند کالا را به مصرف‌کنندگان نشان می‌دهند.

ب. تبلیغات ترغیب کننده

الف. تبلیغات اطلاعی

د. تبلیغات واسطه‌ای

ج. تبلیغات یادآوری

۳۲. مهمترین و حساسترین قسمت آگهی کدام است؟

د. خبر

ج. عنوان

ب. ختم

الف. متن

۳۳. جمله‌ای است که به منظور تکرار دائمی یا تکرار به مدت طولانی طرح می‌شود و در تبلیغات اهمیت خاصی دارد.

د. تحرك

ج. آگهی

ب. شعار

الف. حسن ختم

۳۴. وظیفه این واحد ایجاد ارتباط بین شرکت و سهامداران با کارکنان و مسئولین قانونگذار و شخصیت‌های اجتماعی است.

د. مشاوران مدیر عامل

ج. مدیران میانی

ب. ستاد تبلیغات

الف. روابط عمومی

.

۳۵. ساختار بازاری است که دارای مشخصه وجود یک تولیدکننده واحد می‌باشد.

ب. رقابت انحصاری

الف. بازار رقابت خاص

د. انحصار خالص

ج. بازار چند قطبی

۳۶. در مدل بوسټون حالتی است که نرخ رشد بالا بوده و شرکت دارای سهم بازاریابی بالا نیز می‌باشد و کالا در مرحله رشد بوده و شرکت به منابع مالی برای توسعه کالا نیاز دارد.

د. علامت سگ

ج. علامت سوال

ب. علامت گاوشیرده

الف. علامت ستاره

۳۷. این نوع قیمت‌گذاری عمدها روی دو هدف اصلی بازگشت سرمایه و اطمینان از پوشش مجدد و یا افزایش نقدینگی شرکت، تاکید دارد.

ب. قیمت‌گذاری براساس هزینه

الف. قیمت‌گذاری متفاوت

د. قیمت‌گذاری بر اساس بازار

ج. قیمت‌گذاری رقابتی

۳۸. به معنای وارد کردن کالایی به بازار کشور دیگر و فروش آن به بهایی کمتر از ارزش عادی آن به صورتی که به محصولات موجود در داخل کشور لطمه زده و یا باعث به تعویق افتادن ایجاد محصولات جدید شود.

د. دامپینگ

ج. واردات بی‌رویه

ب. آنکتاد

الف. فرانشیز

مجاز است.

استفاده از:

۳۹. در این نوع از معاملات متقابل تمام یا بخشی از هزینه خرید کالای سرمایه‌ای باید صرف خرید تجهیزات یا محصولات تولیدی آن کالای سرمایه‌ای شود.

الف. خرید متقابل      ب. معاملات پایاپای      ج. تجارت جبران متقابل      د. معاملات با بک

۴۰. متدولترین محدودیت وارداتی برای کالاهای خارجی در سیستم بازرگانی بین المللی می‌باشد؟

الف. تعریفه گمرکی      ب. تراز تجاری      ج. لیست کالاهای ممنوعه      د. مالیات بر واحد