

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰ زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۶۰ تشریحی: ۰ سری سوال: یک ۱

عنوان درس: بازاریابی محصولات کشاورزی، بازاریابی محصولات کشاورزی و منابع طبیعی
رشته تحصیلی/کد درس: - مهندسی کشاورزی - اقتصاد کشاورزی (چندبخشی)، مهندسی کشاورزی (اقتصاد کشاورزی) ۱۱۲۱۰۲۷ - مهندسی کشاورزی
اقتصاد کشاورزی ۱۴۱۳۰۲۳

۱- انتقال اطلاعات شخصی به شخص یا اشخاص دیگر به منظور آگاهی چه نام دارد؟

۱. آگهی .۲. تقاضا .۳. تبلیغ .۴. آگهی و تبلیغ

۲- مهم ترین محور ارتباطی فروش در گذشته در شهرهای ایران را نام دارد؟

۱. فروشگاههای کوچک .۲. فروشگاههای بزرگ .۳. بازار .۴. سوپر مارکت ها

۳- از میان عوامل آمیخته بازاریابی کدام یک از انعطاف پذیری بالاتری برخوردار است؟

۱. قیمت .۲. محصول .۳. خدمات .۴. ترویج

۴- عرضه کننده کالا جهت مصرف نهایی به خریداران کدام گروه می باشد؟

۱. خرده فروشان .۲. عمده فروشان .۳. تولیدکنندگان .۴. دولت

۵- زمانی که برای کالا و خدمات عرضه شده تقاضای منفی وجود داشته باشد از چه نوع بازاریابی استفاده می گردد؟

۱. بازاریابی تحریکی .۲. بازاریابی توسعه ای .۳. بازاریابی تبدیلی .۴. بازاریابی مجدد

۶- کدام عبارت صحیح می باشد؟

۱. با ورود تکنولوژی به کشاورزی سنتی نیاز به بازاریابی کمتر میگردد.
۲. د استفاده از روش های به زراعی نیاز به بازاریابی کمتر میگردد.
۳. بازاریابی محصولات کشاورزی از پیچیدگی بیشتری نسبت به محصولات صنعتی برخوردار است.
۴. با افزایش مهاجرت روستاییان به شهر هانیا به سیستم بازاریابی کمتر می گردد.

۷- عوامل تشکیل دهنده مبادله در بازاریابی کدام یک می باشد؟

۱. پول و اعتبارات .۲. مصرف کنندگان .۳. سرمایه .۴. مدیریت

۸- به طور کلی عمده ترین روش حمل و انتقال میوه ها استفاده از چه راه هایی می باشد؟

۱. راههای دسترسی زمینی .۲. حمل و نقل دریایی .۳. حمل و نقل هوایی .۴. حمل و نقل ریلی

۹- مبنایی برای نظارت بر تولید و کشف تقلبات و هم چنین اساس مبادلات پایاپای و نقدی در بازارهای جهانی کدام عامل می باشد؟

۱. فرآوری محصولات .۲. حمل و نقل .۳. استاندارد کردن .۴. نگهداری در سردخانه ها

۱۰- در تجارت بین المللی سهم کدام یک از راههای حمل و نقل بیشتر می باشد؟

۱. حمل نقل زمینی .۲. حمل نقل دریایی .۳. حمل نقل هوایی .۴. حمل و نقل ریلی

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰ زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۶۰ تشریحی: ۰ سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: بازاریابی محصولات کشاورزی، بازاریابی محصولات کشاورزی و منابع طبیعی
رشته تحصیلی/کد درس: مهندسی کشاورزی - اقتصاد کشاورزی (چندبخشی)، مهندسی کشاورزی (اقتصاد کشاورزی) ۱۱۲۱۰۲۷ - مهندسی کشاورزی - اقتصاد کشاورزی ۱۴۱۳۰۲۳

۱۱- در کدام یک از بازارهای کشاورزی محصول یا کالا بدون آنکه ظاهر شود معامله میگردد؟ (براساس مشخصات)

۱. بازار بورس ۲. بازار سر مزرعه ۳. بازار خرده فروشی ۴. نمی توان قضاوت کرد

۱۲- یک شنبه بازارها و دوشنبه بازارها جزو کدام یک از بازارهای کشاورزی می باشند؟

۱. بازارهای تولید به مصرف ۲. بازار خرده فروشی ۳. بازار سر مزرعه ۴. همه موارد

۱۳- تهیه اطلاعات مورد مدیران بازاریابی از کدام یک از راههای زیر قابل انجام می باشد؟

۱. دولت ها ۲. تولید کنندگان ۳. مصرف کنندگان ۴. منابع داخلی شرکت

۱۴- اولین مرحله از فرآیند تحقیقات بازاریابی کدام عامل می باشد؟

۱. تهیه طرح تحقیق ۲. تعیین مشکل ۳. اجرای طرح تحقیق ۴. ارائه گزارش تحقیق

۱۵- اهداف اجرایی در تحقیقات بازاریابی یک هدف است.

۱. بلندمدت و ده ساله ۲. میان مدت پنج ساله ۳. کوتاه مدت و یک ساله ۴. نمی توان قضاوت کرد

۱۶- زمانی که بازاریاب برای نمونه گیری با یک جمعیت کوچک روبرو باشد میتواند از چه روشی استفاده جهت نمونه گیری استفاده نماید؟

۱. نمونه گیری ساده تصادفی ۲. نمونه گیری طبقه بندی شده
۳. نمونه گیری منطقه ای ۴. نمونه گیری قضاوتی

۱۷- اگر بازاریاب جهت جمع آوری اطلاعات الزاما باید از پرسش های عمیق استفاده بکند از چه روشی باید بهره گیرد؟

۱. نظرخواهی از طریق پست ۲. مصاحبه تلفنی ۳. مصاحبه حضوری ۴. مصاحبه گروهی

۱۸- در ایران اطلاع رسانی بازار محصولات کشاورزی توسط کدام یک از مراکز زیر انجام می گیرد؟

۱. بانک مرکزی ایران ۲. وزارت دارایی
۳. سازمان مرکزی تعاون روستایی ایران ۴. سازمان تنظیم بازار

۱۹- در شرکت هایی که محصولات تولیدی زیادی دارند و تعداد زیاد مارک های تجاری دارند بازاریابان از چه نوع سازمانی باید استفاده بکنند؟

۱. سازمان مدیریت فروش ۲. سازمان مدیریت محصولات ۳. سازمان مدیریت تبلیغات ۴. سازمان اداری بازاریابی

۲۰- شرکت هایی که دامنه فروش آنها در سراسر کشور گسترده است باید از چه نوع سازمانی استفاده کند؟

۱. سازمان عملیاتی ۲. سازمان جغرافیایی ۳. سازمان مدیریت بازار ۴. همه موارد

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰ زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۶۰ تشریحی: ۰ سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: بازاریابی محصولات کشاورزی، بازاریابی محصولات کشاورزی و منابع طبیعی
رشته تحصیلی/کد درس: مهندسی کشاورزی - اقتصاد کشاورزی (چندبخشی)، مهندسی کشاورزی (اقتصاد کشاورزی) ۱۱۲۱۰۲۷ - مهندسی کشاورزی - اقتصاد کشاورزی ۱۴۱۳۰۲۳

۲۱- شرکت ها برای بررسی منتقدانه از عملکرد کلی بازاریابی به کدام کنترل نیاز دارد؟

۱. کنترل سود آوری ۲. کنترل بازاریابی ۳. کنترل استراتژیک ۴. کنترل مصرف

۲۲- فروشگاه با تعداد محدودی کالا با ترکیب نسبتا کامل از هر قلم چه نام دارد؟

۱. خرده فروش فروشگاه ۲. فروشگاه های اختصاصی ۳. سوپرمارکت ها ۴. فروشگاه های بزرگ

۲۳- کدام دسته از عمده فروشان بزرگترین گروه عمده فروشان را تشکیل می دهند؟

۱. عمده فروشان تجاری ۲. دلان ۳. دفاتر وشعبات فروش ۴. فروشگاه های بزرگ

۲۴- کسی که خریدار و فروشنده را گرد هم می آورد و حین مذاکره در باره معامله به ایشان کمک میکند؟

۱. کارگزاران ۲. دلان ۳. واسطه های امانی ۴. واسطه های فرمایشی

۲۵- کالاهایی که توسط افراد و سازمان باهدف بازپروری یا استفاده امور خریداری می شوند چه نام دارند؟

۱. کالاهای صنعتی ۲. کالاهای با دوام ۳. کالای مصرفی ۴. کالای اختصاصی

۲۶- در مرحله بلوغ و اشباع رقابت چگونه می باشد؟

۱. زیاد ۲. در حال رشد ۳. کاهش می یابد ۴. هیچ رقابتی نیست

۲۷- در طول منحنی عمر محصول کدام مرحله فروش به کندی افزایش می یابد و سودی وجود ندارد و یا بسیار ناچیز است؟

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

۲۸- در کدام یک از مراحل زیر رقبا احتمالا از تغییرات صورت گرفته آگاهی می یابند و خود را برای مقابله آماده میکنند؟

۱. نوسازی خط محصول ۲. برجسته سازی محصول ۳. تصمیم در باره ترکیب محصول ۴. تصمیم درباره مشتریان

۲۹- شرکت هایی که دنبال رهبری سهم بازارند قیمت فروششان را چگونه تغییر می دهند؟

۱. پایین تعیین می کنند. ۲. بالاتر تعیین می کنند. ۳. قیمت ها را متغیر انتخاب می کنند. ۴. همه موارد

۳۰- کدام عبارت صحیح می باشد؟

۱. هزینه های ثابت مستقیما تابع سطح تولیدند. ۲. هزینه های متغیر همان هزینه های سر بار هستند. ۳. هزینه های متغیر مستقیما تابع سطح تولیدند. ۴. همه موارد صحیح می باشد.

تعداد سوالات: تستی: ۴۰: تشریحی: ۰
زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۶۰: تشریحی: ۰
سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: بازاریابی محصولات کشاورزی، بازاریابی محصولات کشاورزی و منابع طبیعی
رشته تحصیلی/کد درس: مهندسی کشاورزی - اقتصاد کشاورزی (چندبخشی)، مهندسی کشاورزی (اقتصاد کشاورزی) ۱۱۲۱۰۲۷ - مهندسی کشاورزی - اقتصاد کشاورزی ۱۴۱۳۰۲۳

۳۱- روشی در قیمت گذاری که درصدی ثابت به قیمت تمام شده آن کالا اضافه می شود چه نام دارد؟

۱. روش اضافه براساس هزینه تمام شده
۲. روش قیمت گذاری براساس ذهنیت خریدار
۳. روش قیمت گذاری براساس قیمت جاری
۴. قیمت گذاری براساس پیشنهاد

۳۲- شرکت هایی که کالاهایی را تولید می کنند که الزاما همراه کالای اصلی استفاده شود از چه روش قیمت گذاری استفاده می کنند؟

۱. قیمت گذاری اختیاری
۲. قیمت گذاری اجباری
۳. قیمت گذاری محصولات فرعی
۴. قیمت گذاری باهم

۳۳- هتل ها، متل ها و شرکت های هواپیمایی در ایام رکود از چه نوع تخفیفاتی بیشتر استفاده می کنند؟

۱. تخفیفات فوق العاده
۲. تخفیفات نقدی
۳. تخفیفات عملیاتی
۴. تخفیفات فصلی

۳۴- کانال بازاریابی مستقیم (کانال ۱) با چند واسطه محصولات خود را به مصرف کنندگان می دهند؟

۱. دو واسطه
۲. یک واسطه
۳. سه واسطه
۴. بدون واسطه

۳۵- هر قدر انبارها از لحاظ جغرافیایی پراکندگی کمتری داشته باشند امکان تحویل کالا چگونه است؟

۱. سریع تر
۲. کندتر
۳. تغییر نمی کند
۴. سریع تر - کندتر

۳۶- در ایران مداخله خرید انبارداری (سیلو) تبدیل به (آرد) و توزیع آن برعهده کدام گروه است؟

۱. دولت
۲. بخش خصوصی
۳. بخش تعاونی
۴. موسسات بین المللی

۳۷- در توزیع فیزیکی کالاها کدام هزینه رکن اساسی را تشکیل می دهد؟

۱. هزینه حمل و نقل
۲. هزینه موجودی جنس
۳. هزینه سفارش کالا
۴. انبارداری

۳۸- نگهداری محصول به امید افزایش قیمت در آینده در برگیرنده کدام ریسک می باشد؟

۱. ریسک مالی
۲. ریسک قیمت
۳. ریسک تولید
۴. ریسک بازار

۳۹- عموما تصمیمات کشاورزی در کدام دسته قرار می گیرند؟

۱. عدم حتمیت
۲. حتمیت
۳. قطعیت
۴. عدم قطعیت

۴۰- در این نوع تحقیق در بازاریابی اطلاعات از منابع رسمی اخذ میشود، انعطاف وجود ندارد و روابط علی و معلولی بیان نمی شود؟

۱. تحقیق اکتشافی
۲. تحقیق توصیفی
۳. تحقیق تجربی
۴. همه موارد