

سری سوال: یک ۱

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

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

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- کدام دسته به تبلیغات پیشبردی بیشتر توجه دارند؟

۱. خرده فروشان      ۲. عمده فروشان      ۳. یکسان است      ۴. مشخص نیست

۲- کدام دسته خدمات پس از فروش بالاتری ارائه میدهند؟

۱. خرده فروشان      ۲. عمده فروشان با خدمات محدود  
۳. عمده فروشان با خدمات کامل      ۴. تفاوتی ندارند

۳- عواملی که پس از سفارش کالا، با هماهنگی تولید کننده آن را ارائه میکنند چه مینامند؟

۱. واسطه‌های فرمایشی      ۲. واسطه‌های زمانی      ۳. واسطه‌های امانی      ۴. واسطه‌های مالی

۴- کدام دسته کالاهایی هستند که بدون برنامه‌ریزی قبلی یا صرف انرژی برای یافتن آنها، خریداری می‌شوند؟

۱. کالاهای ضروری      ۲. کالاهای محرک  
۳. کالاهای اضطراری      ۴. کالاهای محرک و ضروری

۵- محصولات دختانی، صابون و روزنامه، جزء کدام دسته کالاها محسوب می‌شوند؟

۱. راحتی      ۲. مقایسه ای      ۳. اختصاصی      ۴. نا خواسته

۶- بیمه عمر و دایرةالمعارف از جمله مثال‌های کلاسیک کدام نوع کالاها می باشند؟

۱. کالاهای ضروری      ۲. کالاهای ناخواسته  
۳. کالاهای محرک      ۴. کالاهای ضروری و محرک

۷- خط محصولی که یک مدیر بتواند با افزودن بر تعداد اقلام کالا سود را افزایش دهد چه نامیده می‌شود؟

۱. خط کوتاه      ۲. خط بلند      ۳. یکسان است      ۴. خط میانی

۸- تنها عیب نوسازی مرحله‌ای خط تولید چیست؟

۱. زمان بر بودن      ۲. مطلع شدن رقبا      ۳. پر هزینه بودن      ۴. عیبی ندارد

۹- شرکت‌هایی که درباره سودآوری حساسیت زیادی دارند چگونه خط تولیدی را انتخاب میکنند؟

۱. اقلام خاص و خط کوتاه      ۲. اقلام خاص و خط بلند  
۳. اقلام غیر خاص و خط کوتاه      ۴. اقلام غیر خاص و خط بلند

۱۰- قیمت در حال کاهش از خصوصیات کدامیک از مراحل منحنی عمر محصول است؟

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

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 مرحله از مراحل گو ناگون منحنی عمر محصول تعداد خرده فروشان حداکثر است؟

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

۱۲- هزینه کل شامل کدام موارد زیر است؟

۱. هزینه ثابت و متغیر      ۲. هزینه ثابت و هزینه فرصت  
۳. هزینه متغیر و فرصت      ۴. هزینه های عملیاتی

۱۳- حد بالایی قیمت فروش، تابع کدام عوامل است؟

۱. بازار و تقاضا      ۲. بازار  
۳. تقاضا      ۴. قیمت سایر تولیدکنندگان

۱۴- آسان ترین شیوه قیمت گذاری کدام است؟

۱. براساس هزینه تمام شده      ۲. براساس ذهنیت خریدار  
۳. براساس قیمت گذاری رقبا      ۴. قیمت گذاری رقبا و هزینه تمام شده

۱۵- در روش قیمت گذاری با ارائه پیشنهاد از کدام روش کمک گرفته میشود؟

۱. سود مورد انتظار      ۲. سود مورد تقاضا      ۳. سود بیشتر      ۴. سود کمتر

۱۶- توزیع جغرافیایی بالاتر انبارها چه تاثیری بر سرعت تحویل کالا دارد؟

۱. سریعتر میشود      ۲. کندتر میشود      ۳. تغییر نمیکند      ۴. هر حالتی ممکن است

۱۷- کدامیک از ابتدایی ترین مزیت های شرکت های تعاونی است؟

۱. افزایش قدرت چانه زنی      ۲. کاهش عملیات بازاریابی  
۳. افزایش هزینه های بازاریابی      ۴. افزایش قدرت چانه زنی و کاهش عملیات بازاریابی

۱۸- عبارت زیر تعریف کدام قاعده است: برای هر استراتژی روی بدترین پیامد ممکن تمرکز نموده و سایر پیامدها را نادیده می گیرد.

۱. حداکثر حداقلها      ۲. حداکثر حداکثرها      ۳. حداقل حداقلها      ۴. حداقل حداکثرها

۱۹- کدام نوع بازاریابی برای کالاها و خدمات عرضه شده با تقاضای منفی صورت میگیرد؟

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

سری سوال: ۱ یک

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

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

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

۲۰- تقاضای مخفی در کدام نوع بازاریابی موثر است؟

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

۲۱- وظیفه بازاریاب در بازاریابی با تقاضای کامل کدام نوع بازاریابی است؟

۱. بازاریابی ابقایی      ۲. بازاریابی تبدیلی      ۳. بازاریابی انگیزشی      ۴. بازاریابی تحریکی

۲۲- کدام گزینه جزو خصوصیات محصولات کشاورزی قرار نمی گیرد؟

۱. فسادپذیری      ۲. فصلی بودن      ۳. حجیم بودن      ۴. با دوام بودن

۲۳- تقاضای کل بازار به کدام عوامل بستگی دارد؟

۱. منطقه جغرافیایی  
۲. دوره زمانی مشخص  
۳. محیط بازاریابی معین  
۴. منطقه جغرافیایی، دوره زمانی تعیین شده و محیط بازاریابی معین

۲۴- فاصله موجود بین حداقل توان بازار و توان بالقوه بازار را چه مینامند؟

۱. حساسیت کلی تقاضا      ۲. بازار تقاضا      ۳. میزان تقاضا      ۴. اعتبار بازار

۲۵- در بازاریابی کشاورزی بازارهایی که در آنها معاملات تضمینی انجام می شود را چه مینامند؟

۱. بازارهای مدت دار      ۲. بازار سر مزرعه      ۳. بازار روز      ۴. بازار تقاضا

۲۶- در بازار مدت دار کدام گزینه از خصوصیات کالا است؟

۱. قابلیت نگه داری کم      ۲. محصولات غیراستاندارد      ۳. جریان کالای محدود      ۴. جریان کالای نامحدود

۲۷- اگر چهار بنگاه حداکثر ۴۰ درصد بازار انحصاری را داشته باشند آن بازار را چه می نامند؟

۱. بازار انحصار چند جانبه بسته      ۲. بازار رقابت انحصاری  
۳. رقابت کامل      ۴. رقابت ناقص

۲۸- شرکتها برای هر چه بهتر انتخاب کردن نواحی مختلف فروش، به کدام احتیاج دارند؟

۱. برآورد توان بالقوه بازار      ۲. برآورد توان بالفعل بازار  
۳. برآورد توان کل بازار      ۴. برآورد توان بالقوه و بالفعل بازار

سری سوال: ۱ یک

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

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

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

۲۹- کسب اطلاعات تهیه شده از منابع داخلی نسبت به منابع بیرونی چگونه است؟

۱. سریع تر      ۲. دقیق تر      ۳. اسان تر      ۴. سریع تر و دقیق تر

۳۰- در کدام روش رابطه علت و معلولی بین دو پدیده کشف و اندازه گیری می شود؟

۱. تحقیق اکتشافی      ۲. تحقیق توصیفی      ۳. تحقیق تجربی      ۴. تحقیق اصلی

۳۱- در آغاز هر تحقیق بازاریابی، اولین گام چیست؟

۱. تعیین نیازهای اطلاعاتی      ۲. تعیین منابع اخذ اطلاعات  
۳. تعیین مشکل      ۴. تعیین اهداف تحقیق

۳۲- به دست آوردن اطلاعات پس از تعیین آنها با کدام روش صورت میگیرد؟

۱. روش اسنادی      ۲. روش پیمایشی  
۳. روش اصلی      ۴. روش اسنادی و پیمایشی

۳۳- دوره زمانی اهداف اجرایی، چه مدتی است؟

۱. کوتاه مدت      ۲. یکساله      ۳. چند ساله      ۴. کوتاه مدت یا یکساله

۳۴- تحقیقات معمولاً به کمک پانل یا ارسال پرسش نامه یا تلفن از کدام نوع زیر است؟

۱. اکتشافی      ۲. توصیفی      ۳. اکتشافی و توصیفی      ۴. تجربی

۳۵- رایج ترین و متداول ترین شکل سازمان بازاریابی کدام است؟

۱. سازمان عملیاتی      ۲. سازمان زیرساختی      ۳. سازمان اداری      ۴. سازمان موقت

۳۶- شرکت های دارای محصولات تولیدی زیاد و مارک های تجاری گوناگون از کدام سازمان استفاده می کنند؟

۱. سازمان مدیریت محصول      ۲. سازمان فروش جغرافیایی  
۳. سازمان مدیریت نامحدود      ۴. سازمان مدیریت محدود

۳۷- برای تولید محصول های متنوع و چندین مارک غالباً از چه نوع سازمانی استفاده می شود؟

۱. سازمان جغرافیایی      ۲. سازمان فروش  
۳. سازمان مدیریت محصول      ۴. سازمان فروش و مدیریت محصول

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

۳۸- انجام اقدامات اصلاحی برای اطمینان از دستیابی به اهداف بازاریابی از کدام نوع زیر است؟

۱. سازمان جغرافیایی

۲. سازمان فروش

۳. سازمان مدیریت محصول

۴. کنترل بازاریابی

۳۹- مصرف کنندگان با درآمد کافی و وقت محدود اغلب مشتری کدام فروشگاهها هستند؟

۱. فروشگاههای راحت

۲. فروشگاههای عمومی

۳. فروشگاههای بازاری

۴. فروشگاههای عمومی و راحت

۴۰- کدامیک از متغیرهای اصلی تصمیم گیری خرده فروشان است؟

۱. ترکیب قیمت

۲. ترکیب خدمات همراه

۳. فضای شهری محل

۴. ترکیب قیمت و خدمات همراه