

سری سوال: یک ۱

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

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: اصول تبلیغات بازرگانی

رشته تحصیلی/کد درس: علوم ارتباطات اجتماعی (روابط عمومی) ۱۲۲۲۴۰۳

۱- ریشه تبلیغات نو و جدید در چه قرنیه بوده است؟

۱. شانزدهم و هفدهم      ۲. هفدهم و هیجدهم      ۳. هیجدهم و نوزدهم      ۴. نوزدهم و بیستم

۲- اولین آگهی "معروف قهوه و شکلات" به ترتیب در چه سالی بوده است؟

۱. ۱۶۵۲-۱۶۵۷      ۲. ۱۶۵۳-۱۶۵۶      ۳. ۱۶۵۴-۱۶۵۵      ۴. ۱۶۵۴-۱۶۵۵

۳- "درج و طبع اعلان" در چه سالی به طور جدی دارای تشکیلات شده است؟

۱. ۱۳۲۱      ۲. ۱۳۲۲      ۳. ۱۳۲۳      ۴. ۱۳۲۴

۴- اولین آگهی در "نشریه های کودک در چه سالی و در چه مجله" بوده است؟

۱. ۱۳۲۳- بازی نوجوانان      ۲. ۱۳۲۴- بازی اطفال  
۳. ۱۳۲۵- بازی بچه ها      ۴. ۱۳۲۶- بازی کودکان

۵- "تعادلی که بازاریابان در تعیین سیاست گذاریهای بازاریابی باید برقرار کنند"، بین کدامیک از موارد زیر می باشد؟

۱. منافع مدیر، خواسته های تولید کنندگان، منافع کارکنان  
۲. منافع شرکت، خواسته های مصرف کنندگان، منافع جامعه  
۳. منافع شرکت، خواسته های مصرف کنندگان، منافع کارکنان  
۴. منافع مدیر، خواسته های تولید کنندگان، منافع کارگران

۶- تعریف "کاتلر" از "بازاریابی"، کدامیک از موارد زیر می باشد؟

۱. فرایندی سیاسی و مدیریتی است که به وسیله آن افراد و گروه ها از طریق توزیع و مبادله کالا با یکدیگر، به امر تامین نیازها و خواسته های خود اقدام می کنند.  
۲. فرایندی فرهنگی و مدیریتی است که به وسیله آن افراد و گروه ها از طریق تولید و مبادله کالا با یکدیگر، به امر تامین نیازها و خواسته های دیگران اقدام می کنند.  
۳. فرایندی اجتماعی و مدیریتی است که به وسیله آن افراد و گروه ها از طریق تولید و مبادله کالا با یکدیگر، به امر تامین نیازها و خواسته های خود اقدام می کنند.  
۴. فرایندی اقتصادی و مدیریتی است که به وسیله آن افراد و گروه ها از طریق توزیع و مبادله کالا با یکدیگر، به امر تامین نیازها و خواسته های دیگران اقدام می کنند.

۷- "جرم مک کارتی" در چه سالی اصطلاح "آمیزه و یا اجزای بازاریابی" را مطرح کرد؟

۱. ۱۹۶۰      ۲. ۱۹۶۵      ۳. ۱۹۷۰      ۴. ۱۹۷۵

سری سوال: ۱ یک

زمان آزمون (دقیقه): ۶۰ تشریحی: ۰

تعداد سوالات: ۳۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: اصول تبلیغات بازرگانی

رشته تحصیلی/کد درس: علوم ارتباطات اجتماعی (روابط عمومی) ۱۲۲۴۰۳

۸- کدامیک از موارد زیر بیانگر "ابزارهای پنج گانه اصلی ترویج" می باشد؟

۱. تبلیغات، کارگزار رسانه، پیشبرد فروش، فروشندگی گروهی، بازاریابی غیرمستقیم
۲. تبلیغات، گزارش نویس، پیشبرد تولید، فروشندگی فردی، بازاریابی مستقیم
۳. تبلیغات، روابط عمومی، پیشبرد فروش، فروشندگی فردی، بازاریابی مستقیم
۴. تبلیغات، خبرنگار، پیشبرد تولید، فروشندگی جمعی، بازاریابی غیرمستقیم

۹- "تبلیغ" با کدامیک از کلمات زیر معنی نزدیک دارد؟

۱. وصل و ایصال
۲. وصل و امتزاج
۳. وصل و خست
۴. وصل و پیچ

۱۰- کدامیک از موارد زیر بیانگر مفهوم "تکنیکی تبلیغات" می باشد؟

۱. معرفی شخصی و ترویج افکار، کالا و یا خدمات در مقابل پول که یک فرد یا موسسه مشخصی آن را انجام می دهد
۲. معرفی غیر شخصی و ترویج ایده ها، کالا و یا خدمات در مقابل پول که یک فرد یا موسسه مشخصی آن را انجام می دهد
۳. معرفی غیر جمعی و ترویج ابزار ها، کالا و یا خدمات در مقابل پول که یک فرد یا موسسه مشخصی آن را انجام می دهد
۴. معرفی گروهی و ترویج الگوها، کالا و یا خدمات در مقابل پول که یک فرد یا موسسه مشخصی آن را انجام می دهد

۱۱- "غرض از انجام تبلیغات" کدامیک از موارد زیر می باشد؟

۱. آگاه کردن، کسب کردن، مطلوبیت
۲. آگاه کردن، متقاعد کردن، یادآوری
۳. آگاه کردن، مناسب کردن، عمومی سازی
۴. آگاه کردن، تفهیم کردن، فروشندگی

۱۲- برای "تخصص بودجه برای تبلیغات بیشتر" از کدام روش های زیر استفاده می شود؟

۱. حد استطاعت، درصدی از فروش، برابری با رقبا، رتبه بندی، هدف و انجام کار
۲. حد استطاعت، درصدی از خرید، برابری با رقبا، تقسیم بندی، هدف و انجام کار
۳. حد استطاعت، درصدی از پرداخت، رقابت با رقبا، طبقه بندی، هدف و انجام کار
۴. حد استطاعت، درصدی از هزینه، رقابت با رقبا، گروه بندی، هدف و انجام کار

۱۳- "منطقی ترین روش تعیین بودجه"، کدام است؟

۱. روش الگوسازی و انجام کار
۲. روش هدف و مبنای کار
۳. روش هدف و انجام کار
۴. روش الگوسازی و مبنای کار

سری سوال: ۱ یک

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

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: اصول تبلیغات بازرگانی

رشته تحصیلی/کد درس: علوم ارتباطات اجتماعی (روابط عمومی) ۱۲۲۲۴۰۳

۱۴- کدامیک از موارد زیر بیانگر "وظیفه مهم تهیه کننده آگهی" می باشد؟

۱. انتقال نکات خرید به مزایای است که برای فروشنده دارد  
 ۲. انتقال نکات هزینه به مزایای است که برای هماهنگی دارد  
 ۳. انتقال نکات فروش به مزایای است که برای خریدار دارد  
 ۴. انتقال نکات پرداخت به مزایای است که برای همدلی دارد

۱۵- پس از "تصمیم گیری در باره هدف پیام تبلیغاتی"، باید در چه خصوصی تصمیم گیری شود؟

۱. محتوا و تلاش  
 ۲. محتوا و هماهنگی  
 ۳. محتوا و ساخت  
 ۴. محتوا و برنامه ریزی

۱۶- کدام "جاذبه در مقابل تبلیغ با جاذبه منطقی" قرار دارد؟

۱. طنز  
 ۲. ترس  
 ۳. منطقی  
 ۴. اخلاقی

۱۷- کدامیک از موارد زیر بیانگر "رابطه بین ترس و متقاعد شدن مخاطب" را بهتر توجیه می کند؟

۱. منع کنندگی - اقناع کنندگی  
 ۲. بازدارندگی - تسهیل کنندگی  
 ۳. تایید کنندگی - اشباع کنندگی  
 ۴. ترویجی - خرسند کنندگی

۱۸- در کدامیک از "تکنیک های اجرایی تبلیغ از یک یا چند نفر یا چند شخصیت کارتونی" استفاده می شود؟

۱. موزیکال  
 ۲. تاییدیه  
 ۳. داستان گویی  
 ۴. دو تکه

۱۹- کدامیک از موارد زیر نقش مهمی در "برقرار کردن یا تداوم بخشیدن به رابطه مخاطب با آگهی" دارد؟

۱. بازاریابی مستقیم  
 ۲. پیشبرد فروش  
 ۳. شعار تبلیغاتی  
 ۴. فروشنده فردی

۲۰- اصول اساسی در "ساخت آگهی چاپی" به چند دسته طبقه بندی می شوند؟

۱. پنج  
 ۲. شش  
 ۳. هفت  
 ۴. هشت

۲۱- کدامیک از موارد زیر امکان "نفس کشیدن عناصر مختلف آگهی" را فراهم می کند؟

۱. نگارش  
 ۲. فضای سفید  
 ۳. متن  
 ۴. طرح

۲۲- مشخصه "بارز عصر ارتباطات"، کدامیک از موارد زیر می باشد؟

۱. تلاش برای باورهای فردی  
 ۲. تلاش برای ابزارهای انفرادی  
 ۳. تلاش برای باورهای همگانی  
 ۴. تلاش برای الگوهای جمعی

سری سوال: ۱ یک

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

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: اصول تبلیغات بازرگانی

رشته تحصیلی/کد درس: علوم ارتباطات اجتماعی (روابط عمومی) ۱۲۲۴۰۳

۲۳- مهمترین مزایای تبلیغ در تلویزیون کدام است؟

۱. ترکیب صدا، تصویر، حرکت- جاذبه برای تلاش- توجه و پوشش و دسترسی پایین
۲. ترکیب صدا، تصویر، حرکت- جاذبه برای ارتباط- توجه و پوشش و دسترسی متوسط
۳. ترکیب صدا، تصویر، حرکت- جاذبه برای اطلاع- توجه و پوشش و دسترسی کم
۴. ترکیب صدا، تصویر، حرکت- جاذبه برای حواس- توجه و پوشش و دسترسی بالا

۲۴- کدامیک از موارد زیر بیانگر "معایب تبلیغ در رادیو" می باشد؟

۱. سمعی و حرکت - توجه کمتر به آن نسبت به نشریات- پخش بالا
۲. سمعی بودن- توجه کمتر به آن نسبت به تلویزیون- پخش سریع
۳. سمعی بودن- توجه کمتر به آن نسبت به مطبوعات- پخش پایین
۴. سمعی و حرکت - توجه کمتر به آن نسبت به تلویزیون- پخش کم

۲۵- کدامیک از موارد زیر بیانگر "معایب تبلیغ در مجله" می باشد؟

۱. کیفیت نسبتا ضعیف چاپ- هزینه بالا
۲. کیفیت نسبتا خوب چاپ- هزینه متوسط
۳. کیفیت نسبتا مطلوب چاپ- هزینه پایین
۴. کیفیت نسبتا یکپارچه چاپ- هزینه کم

۲۶- کدامیک از موارد زیر بیانگر "معایب تبلیغ در روزنامه" می باشد؟

۱. عمر متوسط آگهی- کیفیت چاپ نه چندان بد
۲. عمر بلند آگهی- کیفیت چاپ نه چندان تبیینی
۳. عمر کوتاه آگهی- کیفیت چاپ نه چندان مطلوب
۴. عمر قابل توجه آگهی- کیفیت چاپ مطلوب

۲۷- دیدگاه "هربرت کراگمن" در خصوص "تکرار تبلیغ" چیست؟

۱. دست کم چهار بار مشاهده تبلیغ از سوی مخاطب کافی به نظر می رسد
۲. دست کم سه بار مشاهده تبلیغ از سوی مخاطب کافی به نظر می رسد
۳. دست کم پنج بار مشاهده تبلیغ از سوی مخاطب کافی به نظر می رسد
۴. دست کم شش بار مشاهده تبلیغ از سوی مخاطب کافی به نظر می رسد

۲۸- کدامیک از موارد زیر بیانگر "وسیله ای بسیار مهم برای گردآوری و تحلیل اطلاعات گوناگون در تبلیغ" است؟

۱. تحقیقات بازاریابی
۲. تحقیقات علمی
۳. تحقیقات فروش
۴. تحقیقات روابط عمومی

سری سوال: ۱ یک

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

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: اصول تبلیغات بازرگانی

رشته تحصیلی/کد درس: علوم ارتباطات اجتماعی (روابط عمومی) ۱۲۲۲۴۰۳

۲۹- کدامیک از موارد زیر بیانگر مفهوم "تبلیغات گمراه کننده" می باشد؟

۱. عمدا تولید کنندگان را در مورد ارزیابی کالا منحرف می کند
۲. عمدا مصرف کنندگان را در مورد ارزیابی کالا منحرف می کند
۳. عمدا هماهنگ کنندگان را در مورد ارزیابی کالا منحرف می کند
۴. عمدا پرداخت کنندگان را در مورد ارزیابی کالا منحرف می کند

۳۰- "نخستین کار عمده روابط عمومی"، کدامیک از موارد زیر می باشد؟

۱. تعیین اهداف کوتاه مدت خود با توجه به اهداف فروشنده
۲. تعیین اهداف میان مدت خود با توجه به اهداف روابط عمومی
۳. تعیین اهداف کوتاه مدت خود با توجه به اهداف رسانه
۴. تعیین اهداف بلند مدت خود با توجه به اهداف بازاریابی