

سری سوال: یک ۱

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

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: بازاریابی بین الملل

رشته تحصیلی/ گد درس: مدیریت بازرگانی (چندبخشی) ۱۴۰۵۱۲

۱- اساس مطالعه پیرامون تشابهات و تفاوت‌های موجود بین بازاریابی کشورهای مختلف دور می‌زند.

۱. بازاریابی بین المللی ۲. بازاریابی داخلی ۳. بازاریابی تطبیقی ۴. بازاریابی منطقه‌ای

۲- کدامیک از گزینه‌های زیر از عوامل اقتصادی محیط بازاریابی است؟

۱. توسعه صنعتی ۲. زبان ۳. ثبات سیاسی ۴. مقررات پولی و مالی

۳- کدامیک از گزینه‌های زیر در صدد است سیستم گمرک ترجیحی را به مفع صدور کالاهای صنعتی از کشورهای کمتر توسعه یافته برقرار کند؟

۱. WTO ۲. ITO

۳. صندوق بین المللی پول ۴. آنکتاد

۴- طبق نظریه کدام صاحب‌نظر تجارت باعث افزایش بازدهی و کارایی از طریق رقابت می‌شود؟

۱. آدام اسمیت ۲. کارل مارکس ۳. ریکاردو ۴. ماکس وبر

۵- در کدامیک از گزینه‌های زیر، تأکید زیادی بر تحلیل رفتار و انگیزه خریدار می‌شود؟

۱. فروش ۲. بازاریابی داخلی ۳. بازاریابی بین المللی ۴. بازاریابی تطبیقی

۶- متداول‌ترین محدودیت وارداتی کالاهای خارجی در سیستم بازرگانی بین الملل:

۱. تراز برداخت‌ها است ۲. تعریف گمرکی می‌باشد.
 ۳. حقوق گمرکی است.

۷- در این مرحله از طبقه بندي روسو برای توسعه اقتصادی، صنعت در کشور شروع به پیشرفت کرده و الگوی تولید و مصرف سنتی شکسته شده و تولید و مصرف کالاهای صنعتی جایگزین آنها می‌گردد؟

۱. مرحله قبل از جهش ۲. مرحله بلوغ ۳. مرحله تولید انبوه ۴. مرحله جهش

۸- هر قدر کشش تقاضا بالاتر باشد، در آن صورت حضور در بلوک تجاری چه تاثیری بر کشورهای عضو خواهد داشت؟

۱. منافع بیشتری را نصیب آنها خواهد کرد.
 ۲. کاهش منافع را در پی خواهد داشت.
 ۳. تاثیری ندارد.
 ۴. خروج از بلوک را به دنبال دارد.

۹- در یک مفهوم کلی بازاریابی شامل کدامیک از موارد زیر است؟

۱. صرفه جویی در هزینه‌ها
 ۲. تطبیق تکنیک‌ها
 ۳. تصمیمات یک شرکت
 ۴. اطلاعات به دست آمده

سری سوال: ۱ یک

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

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: بازاریابی بین الملل

و شته تحصیلی/ کد درس: مدیریت بازرگانی (چندبخشی) ۱۲۳۵۰۱۴

۱۰- کدامیک از کشورهای زیر عضو سازمان همکاریهای اقتصادی (ECO) نمی باشد؟

۴. ترکیه

۳. افغانستان

۲. آذربایجان

۱. ایران

۱۱- محقق بازاریابی در خارج از کشور با کدامیک از مشکلات زیر مواجه می شود که قبلاً در داخل کشور با آن مواجه نشده است؟

۴. اجتماعی

۳. فنی

۲. انسانی

۱. سیاسی

۱۲- هنگامی که در مورد بازرهای خارجی فکر می کنیم اولین تفاوت فرهنگی که به ذهن می رسد کدام است؟

۴. ابزار

۳. کسب پاسخ

۲. سازمان اجتماعی

۱. زبان

۱۳- نقش اساسی سیستم اطلاعات بازاریابی چیست؟

۱. کشف رابطه اقتصادی و جمعیتی

۲. تعیین استانداردها

۳. پشتیبانی تخصصی

۴. تهیه و ارائه به هنگام اطلاعات قابل استفاده در تصمیم گیری های بازرگانی

۱۴- در این روش جمع آوری اطلاعات ، تلاش سازمان یافته ای برای کسب اطلاعات خاص برای هدف های خاص ارائه می شود؟

۴. بازیابی

۳. تحقیق

۲. نظاره گری

۱. راهنمایی

۱۵- کدام مورد عبارت است از فرم قابل سنجش و اندازه گیری یک صفت در جامعه مورد مطالعه؟

۴. ضریب همبستگی

۳. متغیر

۲. سری زمانی

۱. رگرسیون

۱۶- از نظر لورج و گوگل در توسعه جغرافیایی شرکت و کیفیت تولید، وضعیت برتر چگونه است؟

۲. کیفیت تولید بالا-پوشش منطقه ای محدود

۱. کیفیت تولید بالا - پوشش منطقه ای بالا

۴. کیفیت تولید پایین-پوشش منطقه ای محدود

۳. کیفیت تولید پایین-پوشش منطقه ای بالا

۱۷- کدامیک از روش های ورود به بازار خارجی، ریسک کمتری و در عین حال هزینه های کنترل کمتری را نیز دربردارد؟

۲. صادرات غیر مستقیم

۱. صادرات مستقیم

۴. مونتاژ

۳. سرمایه گذاری مشترک

۱۸- کدامیک از روش های زیر جزء استراتژی های صادرات مستقیم می باشد؟

۴. مونتاژ

۳. فرانشیز

۲. شرکت های تجاری

۱. فروش داخلی

سری سوال: ۱ یک

کارشناسی

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

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: بازاریابی بین الملل

رشته تحصیلی/ گد درس: مدیریت بازرگانی (چندبخشی) ۱۴۰۵۱۲

۱۹- کدامیک از گزینه های زیر همان فروش خدمات مدیریتی بطور مستقیم به خارج از کشور است؟

۱. حق الامتیاز ۲. قرارداد مدیریت ۳. فرانشیز ۴. بازاریابی مستقیم

۲۰- کدامیک از گزینه های زیر از معایب سرمایه گذاری مشترک به شمار می آید؟

۱. استفاده از تکنولوژی شرکت خارجی ۲. کسب تجربه ۳. کنترل بیشتر روی تولید ۴. ریسک بیشتر در مشارکت

۲۱- کدام مورد نمایانگر سهم انواع متفاوت کالاها و خدمات در تجارت است؟

۱. روندهای تجارت جهانی ۲. خط مشی بازرگانی ۳. ترکیب تجارت جهانی ۴. تراز پرداختها

۲۲- کدامیک از گزینه های زیر مانور پولی دولت بر کل معاملات ارزی است؟

۱. تعرفه های گمرکی ۲. کنترل ارز ۳. سهمیه بندی ۴. تعرفه های غیر گمرکی

۲۳- سنتی ترین راه ورود به بازار بین المللی کدام است؟

۱. سرمایه گذاری غیر مستقیم ۲. صادرات مستقیم ۳. صادرات مستقیم

۲۴- کدامیک از گزینه های زیر جزء عناصر توزیع در خارج در صادرات مستقیم می باشد؟

۱. شرکتهای تجاری ۲. نمایندگی فروش ۳. عملیات توزیع توسط دیگران ۴. توزیع کننده صنعت

۲۵- نقطه شروع برای انتخاب موثرترین کانال های توزیع کدام است؟

۱. تعیین دقیق هدف روش های بازاریابی شرکت ۲. مزیت های رقابتی شرکت ۳. سطوح دسترسی شرکت به منابع ۴. شناسایی محدودیت های قانونی

۲۶- در این سیستم توزیع، فروشنده حق فروش کالای رقیب را نداشته و فقط کالای تولید کننده خاصی را که با او قرارداد دارد می تواند بفروشد؟

۱. توزیع برگزیده ۲. توزیع انحصاری ۳. توزیع وسیع ۴. توزیع عمومی

سری سوال: ۱ یک

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

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: بازاریابی بین الملل

وشته تحصیلی/گد درس: مدیریت بازرگانی (چندبخشی) ۱۲۳۵۰۱۴

۲۷- خرید در کدام نوع از خرده فروشی ها به صورت selfservice انجام می پذیرد؟

۱. مرکز خرید

۲. فروشگاه های بزرگ

۳. سوپر مارکت ها

۴. فروشگاه های زنجیره ای

۲۸- در کدام روش می توان از رکود فروش و افزایش موجودی انبار و راکد بودن سرمایه جلوگیری کرد؟

۱. حراج در خرده فروشی

۲. خریداران متشكل

۳. دستگاه های خودکار

۴. خرید از طریق پست

۲۹- در این روش توزیع، هزینه توزیع کالا برای تولید کننده کمتر بوده و در مورد تعیین شرایط فروش دخالتی ندارند؟

۱. عمده فروشی

۲. خرده فروشی

۳. نمایندگان انحصاری

۴. سوپر مارکت ها

۳۰- کدامیک از گزینه های زیر عبارت است از اتحادیه خطوط حمل و نقل دریایی که به منظور تنظیم نرخ های باربری کالاها و تعیین شرایط حمل بوجود آمد؟

۱. کنفرانس

۲. یاتا

۳. خطوط مستقل

۴. کشتیهای اتفاقی

۳۱- برای حمل ماشین آلات و صفحات شبیه ای از کدام کانتینرها استفاده می شود؟

۱. کانتینر حمل فله

۲. کانتینر روباز

۳. کانتینر صفحه ای

۴. کانتینر بغل دار

۳۲- تبلیغات یادآوری در چه مرحله ای از عمر کالا اهمیت بسیاری دارد؟

۱. افول

۲. بلوغ

۳. رشد

۴. معرفی

۳۳- تعریف زیر مربوط به کدامیک از گزینه های زیرمی باشد؟
"ارائه کالا به مشتریان احتمالی همراه با توضیحات شفاهی به منظور به فروش رساندن کالا"

۱. آگهی

۲. فروش شخصی

۳. تبلیغات تجاری

۴. شعار

۳۴- مهمترین و حساس ترین قسمت آگهی کدام است؟

۱. عنوان

۲. متن

۳. ختام

۴. آهنگ

۳۵- کدامیک از گزینه های زیر، جزء عوامل بازار در عوامل موثر بر قیمت گذاری بازاریابی بین الملل می باشد؟

۱. هدف های بازاریابی

۲. مرحله اقتصادی

۳. وضعیت تولید شرکت

۴. خدمات بعد از فروش

۳۶- طبق ماتریس BCG اگر نرخ رشد بازار بالا و سهم بازار پایین باشد، شرکت در کدام حالت قرار دارد؟

۱. علامت سوال

۲. علامت ستاره

۳. علامت گاو شیرده

۴. علامت سگ

سری سوال: ۱ یک

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

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: بازاریابی بین الملل

وشته تحصیلی/گد درس: مدیریت بازرگانی (چندبخشی) ۱۲۳۵۰۱۴

۳۷- این تعریف دامپینگ از کیست؟**"دامپینگ عبارتست از وجود قیمت‌های چندگانه در بازار"**

۴. قانون گمرکی ایران

۳. موریس بیه

۲. ژاکوب وینر

۱. آلن کوتا

۳۸- W در فرمول زیر $D=T+W+I+O+P+S$ معرف چیست؟

۲. کل هزینه نگهداری

۱. هزینه‌های سفارش

۴. کل هزینه توزیع

۳. هزینه‌های بسته بندی

۳۹- کدامیک از گزینه‌های زیر در یک بازار هدف اهمیت زیادی دارد؟

۲. خصوصیات مشتری

۱. خصوصیات واسطه‌ها

۴. انتخاب توزیع کنندگان و نمایندگیها

۳. خصوصیات محصول

۴۰- یکی از مهمترین فعالیتهای مدیریت بازاریابی بین المللی کدام است؟

۲. تعیین بازاریاب

۱. اخذ موافقت نامه‌های بازرگانی

۴. انجام تبلیغات

۳. تصمیم‌گیری در مورد تعیین قیمت‌های فروش