

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

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

سری سوال: یک ۱

عنوان درس: مدیریت بازاریابی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت بازرگانی (چندبخشی) ۱۳۳۵۰۱۱

۱- با توجه به اینکه بازاریابی دربرگیرنده همه فعالیت‌های یک سازمان است، چه واژه ای می تواند جایگزین آن شود؟

۰۱. فرایند مدیریتی - اجتماعی

۰۲. مدیریت بازار

۰۳. نیروی بازاریابی

۰۴. بازارگردانی

۲- « واحد اندازه گیری بازاریابی » و « هسته مرکزی بازاریابی » به ترتیب در کدام گزینه آمده است؟

۰۱. مبادله - معامله

۰۲. کالا - معامله

۰۳. خواسته - مبادله

۰۴. معامله - مبادله

۳- برای تشکیل بازار بایستی کدامیک از گزینه های زیر وجود داشته باشد؟

۰۱. وجود حداقل دو کالا - شرایط مورد توافق برای مبادله - عرضه کننده - زمان مورد توافق برای مبادله

۰۲. احتیاج - قدرت خرید - عرضه کننده - شرایط مورد توافق برای مبادله

۰۳. وجود حداقل دو کالا - قدرت خرید - عرضه کننده - تقاضاکننده

۰۴. قدرت خرید - تقاضاکننده - عرضه کننده - نیاز

۴- حالتی از تقاضا که کالا یا خدمتی مورد نیاز عده ای از مردم است و این نیاز برای مردم به صورت آرزو و آرمان درآمده ، اما تا به حال هیچ فرد یا موسسه ای به فکر تولید آنها نبوده است ، چیست؟

۰۱. متزلزل

۰۲. منفی

۰۳. پنهان

۰۴. نامنظم

۵- در کدامیک از گزینه های زیر مدیر بازاریابی سعی در از بین بردن تقاضا دارد؟

۰۱. بازاریابی مقابله ای

۰۲. بازاریابی تضعیفی

۰۳. بازاریابی محافظتی

۰۴. بازاریابی مجدد

۶- کدام یک از فلسفه های مدیریت بازاریابی می تواند به بیماری « نزدیک بینی بازاریابی » منجر شود؟

۰۱. کالا

۰۲. تولید

۰۳. فروش

۰۴. محافظتی

۷- در کدام یک از انواع بازارها ، خرید ها به کندی صورت می گیرد؟

۰۱. واسطه

۰۲. دولتی

۰۳. انحصار کامل

۰۴. صنعتی

۸- کدامیک از انواع بازارهای اقتصادی صورت غالب بازارهای امروزی است؟

۰۱. بازار رقابت کامل

۰۲. بازار انحصاری کامل

۰۳. بازار رقابت انحصاری

۰۴. بازار انحصاری چند جانبه

تعداد سوالات: تستی: ۳۰: تشریحی: ۰

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

سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: مدیریت بازاریابی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت بازرگانی (چندبخشی) ۱۲۳۵۰۱۱

۹- به کارگیری کدام یک از انواع استراتژی ها از نظر اقتصادی به جهت تولید انبوه و در مقیاس وسیع مقرون به صرفه می باشد ولی به دلیل عدم توجه کافی به خواسته ها و انتظارات گروههای مختلف خریداران در بخشهای متفاوت ، رضایت آنان از نظر نوع و کیفیت کالا جلب نمی گردد؟

- ۰۱ استراتژی بازاریابی متفاوت
۰۲ استراتژی بازاریابی متمرکز
۰۳ استراتژی بازاریابی یکسان
۰۴ استراتژی بازاریابی داخلی

۱۰- هدف از تجزیه و تحلیل محیط کدامیک از گزینه های زیر است؟

- ۰۱ تخصیص منابع
۰۲ پیگیری فرصتها و تهدیدات
۰۳ ایجاد سیستم کارآمد و موثر تحقیق و توسعه
۰۴ افزایش بهره وری

۱۱- اکثر شرکتهای امروزی مثل شرکت کوکاکولا در بدو ورود به بازار از چه شیوه بازاریابی استفاده می کنند؟

- ۰۱ بازاریابی تفکیکی
۰۲ بازاریابی متمرکز
۰۳ بازاریابی انبوه
۰۴ بازاریابی هدف دار

۱۲- بازاری که در آن افراد هم مشتاق خرید کالا بوده و هم به آن کالا نیاز دارند ولی پول کافی برای خرید کالای عرضه کننده را ندارند ، چه بازاری می باشد؟

- ۰۱ محتمل
۰۲ بالقوه
۰۳ فعال
۰۴ پنهان

۱۳- کدام یک از گزینه های زیر ، به نیرویی اطلاق می شود که باعث می گردد انسانها دست به فعالیتها و اقدامات مختلفی زده تا نیاز و به تبع آن خواسته ای را برآورده سازند؟

- ۰۱ ادراک
۰۲ یادگیری
۰۳ انگیزه
۰۴ باورها

۱۴- در بازارهای نامتجانس بهتر است از چه نوع استراتژی با توجه به منابع و امکانات شرکت استفاده کرد؟

- ۰۱ غیر تفکیکی- متمرکز
۰۲ یکسان- غیرمتمرکز
۰۳ یکسان- متمرکز
۰۴ تفکیکی- متمرکز

۱۵- کدام یک از گزینه های زیر از انواع مدل های کیفی می باشد؟

- ۰۱ مدل های پیش بینی اقتصاد سنجی
۰۲ مدل پیش بینی نمو هموار
۰۳ مدل بررسی قصد خریداران
۰۴ مدل پیش بینی باکس و جنکینز

۱۶- به نحوه دریافت پیامهای موجود در محیط توسط فرد، اطلاق می شود؟

- ۰۱ باورها و عقاید
۰۲ ادراک
۰۳ انگیزش
۰۴ یادگیری

۱۷- مسئولین شرکت به منظور نیل به اهداف اصلی، کدام یک از موارد زیر را باید مشخص نمایند؟

- ۰۱ اهداف حقوقی
۰۲ استراتژی بازاریابی
۰۳ اهداف بازاریابی
۰۴ اهداف حرفه ای

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

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

سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: مدیریت بازاریابی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت بازرگانی (چندبخشی) ۱۲۳۵۰۱۱

۱۸- کدام گزینه معیار سنجش و اندازه گیری کمی می باشد، که وضعیت یک مؤسسه را نسبت به رقبا نشان می دهد؟

۰۱. پیش بینی بازار ۰۲. سهم بازار ۰۳. درآمد مؤسسه ۰۴. تولید مؤسسه

۱۹- کدام یک از معاونتها ، به عنوان قائم مقام مدیر عامل در شرکت های چند ملیتی که دارای تفکرات جهانی هستند عمل می نماید؟

۰۱. معاونت اداری ۰۲. معاونت بازاریابی ۰۳. معاونت مالی ۰۴. معاونت فنی

۲۰- در بحث عوامل فردی مؤثر در رفتار خریداران، کدام گزینه به ترتیب از عوامل اجتماعی و عوامل روانی محسوب می شود؟

۰۱. باورها و عقاید، سبک زندگی ۰۲. طبقه اجتماعی، گروههای مرجع

۰۳. مرحله زندگی، انگیزش ۰۴. گروههای مرجع، یادگیری

۲۱- به تمام یا بخشی از بازار در دسترس واجد شرایط که موسسه برای انجام فعالیت های بازاریابی انتخاب می کند، چه می گویند؟

۰۱. بازار تسخیر شده ۰۲. بازار بالقوه ۰۳. بازار در دسترس ۰۴. بازار هدف

۲۲- کار اصلی کدام یک از سطوح سازمانی و برنامه ریزی استراتژیک ، تهیه و تنظیم برنامه های استراتژیک برای واحدهای متعلق به خود است؟

۰۱. سطح مدیریت قسمتها ۰۲. سطح مدیریت کلان موسسه

۰۳. سطح مدیریت واحدهای خودگردان ۰۴. سطح مدیریت محصول

۲۳- سومین مرحله از مراحل برنامه ی عملیاتی بازاریابی ، کدام گزینه است؟

۰۱. تحلیل فرصت ها و جریانها ۰۲. اهداف

۰۳. استراتژی بازاریابی ۰۴. کنترل

۲۴- کدامیک از مدل های زیر به عنوان روش نظریه کار شناسی، نام برده می شود؟

۰۱. مدل تست بازار ۰۲. مدل دلفی

۰۳. مدل تلفیقی ۰۴. مدل شبیه سازی آزمایش بازار

۲۵- فاصله جغرافیایی " ، " نوع مشتری " و " قوانین دولتی " اجزاء کدام یک از عوامل مؤثر در سازماندهی بازاریابی می باشند؟

۰۱. نیروهای خارجی سازمان ۰۲. نیروهای داخلی سازمان

۰۳. اهداف مؤسسه ۰۴. سبک مدیریتی

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

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

سری سوال: ۱: یک

عنوان درس: مدیریت بازاریابی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت بازرگانی (چندبخشی) ۱۲۳۵۰۱۱

۲۶- اولین مورد مهمی که مدیران در قیمت گذاری کالا در نظر می گیرند ، کدام یک از گزینه های زیر می باشد؟

۱. رهبری سهم بازار و نقش محصول به عنوان یکی از عناصر آمیخته بازاریابی

۲. به حداکثر رساندن سود جاری و نقش پیش برد فروش به عنوان یکی از عناصر آمیخته بازاریابی

۳. رهبری کالا از نظر کیفیت و نقش مکان توزیع به عنوان یکی از عناصر آمیخته بازاریابی

۴. اهداف کلی بازاریابی و نقش قیمت به عنوان یکی از عناصر آمیخته بازاریابی

۲۷- تصمیم در مورد کدام یک از موارد زیر از جمله تصمیمات دشواری است که بازاریابان با آن مواجه هستند و موسساتی که از

این گزینه برخوردار هستند با کسب وفاداری مشتریان ، خودشان را در مقابل رقبا بیمه نموده و خط مشی های پیشبردی

آنها را کم اثر می سازند؟

۱. تصمیم گیری در مورد بسته بندی کالا

۲. تصمیم گیری در مورد علامت تجاری

۳. تصمیم گیری در مورد برجسب کالا

۴. تصمیم گیری در مورد گسترش خط تولید

۲۸- خط مشی فروش و شمول مشتریان به ترتیب جزء کدامیک از متغیرهای آمیخته بازاریابی برای خدمات می باشد؟

۱. محصول (Product)، پیشرفت (Promotion)

۲. پیشرفت (Promotion)، شواهد عینی (Public Witnesses)

۳. محصول (Product)، فراگرد (Process)

۴. پیشرفت (Promotion)، فراگرد (Process)

۲۹- با کدام یک از طرز فکرهای زیر ، یک شرکت همه ی شرکتهایی را که محصول یا گروهی از محصولات مشابه را تولید می

کنند ، به عنوان رقیب خود می شناسد؟

۱. رقابت صنعت

۲. رقابت مارک

۳. رقابت عمومی

۴. رقابت فرم

۳۰- کدامیک از بخشهای یک موسسه از مسئولیت دوگانه برخوردار است؟

۱. تولید

۲. بازاریابی

۳. کارگزینی

۴. مالی

شماره سوال	پاسخ صحيح	وضعيت كليد
۱	ب	عادي
۲	د	عادي
۳	د	عادي
۴	ج	عادي
۵	الف	عادي
۶	الف	عادي
۷	ب	عادي
۸	ج	عادي
۹	ج	عادي
۱۰	ب	عادي
۱۱	ج	عادي
۱۲	الف	عادي
۱۳	ج	عادي
۱۴	د	عادي
۱۵	ج	عادي
۱۶	ب	عادي
۱۷	ج	عادي
۱۸	ب	عادي
۱۹	ب	عادي
۲۰	د	عادي
۲۱	د	عادي
۲۲	ج	عادي
۲۳	الف	عادي
۲۴	ب	عادي
۲۵	الف	عادي
۲۶	د	عادي
۲۷	ب	عادي
۲۸	د	عادي
۲۹	الف	عادي
۳۰	ب	عادي