

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

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

سری سوال: یک ۱

عنوان درس: اصول تبلیغات بازرگانی

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

۱- اولین نشانه آگهی رقابتی را در کدام گزینه زیر می توان یافت؟

۱. تبلیغات و آگهی های ویلیام کالستون-۱۴۷۸  
۲. تبلیغات و آگهی های روزنامه تاتلر-۱۷۱۰  
۳. تبلیغات و آگهی های روزنامه بوستون نیوز-۱۷۰۴  
۴. آگهی قهوه - ۱۶۵۲

۲- اولین ایرانی که پیش از انتشار نشریه در ایران به مطبوعات اروپا آگهی داد چه شخصی بود؟

۱. عباس میرزا نایب السلطنه  
۲. ملک الشعرا بهار  
۳. سرپاس مختاری  
۴. موسیو روجیاری

۳- اگر بازاریابی را به یک کوه یخ شناور بر روی آب تشبیه کنیم قسمتی از کوه یخ که بر روی آب دیده می شود کدام گزینه زیر است؟

۱. کالا  
۲. نام تجاری محصول  
۳. فروش و تبلیغات  
۴. بسته بندی

۴- کدام گزینه زیر جزو ۴P (آمیزه های بازاریابی) مک کارتی نیست؟

۱. کالا  
۲. قیمت  
۳. مکان  
۴. سودآوری

۵- شرکت X جهت افزایش فروش خود اقدام به برگزاری نمایشگاه در محل نمایشگاههای بین المللی تهران به مدت یک هفته نموده است. اقدام شرکت X جزو کدام یک از روشهای ترویج بوده است؟

۱. بازاریابی مستقیم  
۲. فروش حضوری  
۳. پیشبرد فروش  
۴. روابط عمومی

۶- کدام گزینه زیر در تعریف تبلیغ از نظر تکنیکی صحیح است؟

۱. تبلیغ فرآیندی غیر شخصی است.  
۲. هدف تبلیغ سودآوری است.  
۳. در مقابل پرداخت وجه صورت نمی پذیرد.  
۴. فرد یا سازمان مشخصی را در بر نمی گیرد.

۷- بانک ملی قرار است یک خدمت جدید را معرفی نماید. بانک ملی باید از کدام هدف تبلیغاتی استفاده نماید؟

۱. آگاه کننده  
۲. متقاعد کننده  
۳. یادآوری کننده  
۴. ایجاد تقاضا

۸- کدام گزینه زیر از اهداف تبلیغات نیست؟

۱. القای قیمت مناسبتر  
۲. کسب سود  
۳. ترویج کیفیت محصول  
۴. معرفی محصول جدید

۹- کدام گزینه زیر از روشهای بودجه بندی تبلیغات است؟

۱. روش اعتماد سازی  
۲. روش منتخب بازار  
۳. روش آشکار سازی  
۴. روش برابری با رقبا

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

۱۰- یکی از مزایای این روش بودجه بندی تبلیغات این است که بودجه تبلیغات احتمالاً بنا بر توان مالی شرکت تغییر می کند؟

۰۱. بودجه بندی در حد استطاعت  
۰۲. درصدی از فروش  
۰۳. برابری با رقبا  
۰۴. رتبه بندی

۱۱- منطقی ترین روش تعیین بودجه تبلیغات چیست؟

۰۱. روش در حد استطاعت  
۰۲. روش درصدی از فروش  
۰۳. روش رتبه بندی  
۰۴. روش هدف و انجام کار

۱۲- اولین قدم برای تهیه آگهی چیست؟

۰۱. جمع آوری اطلاعات لازم برای نوشتن متن آگهی  
۰۲. بودجه بندی  
۰۳. تحریک خلاقیت گروهی  
۰۴. انتخاب منبع مناسب

۱۳- کدام گزینه زیر از ویژگی های منبع پیام می باشد؟

۰۱. مورد علاقه مدیران ارشد سازمان باشد  
۰۲. دو پهلو و مبهم باشد.  
۰۳. جذابیت فیزیکی و ظاهری داشته باشد.  
۰۴. با تجربه باشد.

۱۴- هر چقدر تخصص منبع تبلیغ بیشتر باشد در نظر مخاطب معتبر تر است. در جمله فوق منظور از تخصص منبع چیست؟

۰۱. حسن شهرت منبع پیام در کسب و پیشه خود  
۰۲. دانش منبع در حوزه موضوع مورد تبلیغ  
۰۳. تخصص در امر تبلیغات  
۰۴. تخصص در فنون ارتباطی و فن بیان

۱۵- اولین وظیفه پیام تبلیغاتی چیست؟

۰۱. تحریک میل افراد  
۰۲. ایجاد علاقه  
۰۳. جلب توجه مخاطب  
۰۴. سوق دادن مخاطب به خرید

۱۶- در مورد کالاهایی که خریدار علاقمند به دانستن جزئیات فنی و نحوه کارکرد آن می باشد کدام نوع جاذبه تبلیغاتی مناسب است؟

۰۱. منطقی  
۰۲. احساسی  
۰۳. اخلاقی  
۰۴. ترس

۱۷- این نوع جاذبه تبلیغاتی احتمال درک بهتر پیام را برای مخاطب فراهم می آورد و بیشتر در ذهن مخاطب حک می شود و باقی می ماند؟

۰۱. منطقی  
۰۲. احساسی  
۰۳. خنده  
۰۴. ترس

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

۱۸- پیام های تبلیغاتی از این حیث که چه نوع اطلاعاتی به مخاطب ارائه می کنند به کدام دسته ها تقسیم می شوند؟

۱. آگاه دهنده-متقاعد کننده-یادآوری کننده  
۲. منطقی - احساسی - اخلاقی  
۳. یک جنبه ای - دو جنبه ای  
۴. فردی - جمعی

۱۹- در این روش و تکنیک اجرایی تبلیغ، از یک منبع دوست داشتنی و قابل اعتماد برای تبلیغ کالا استفاده می شود؟

۱. مستندات علمی  
۲. تبلیغ دو تکه  
۳. داستان گوئی  
۴. تاییدیه

۲۰- از رنگ قرمز در کدام تبلیغ می توان استفاده کرد؟

۱. تبلیغ خدمات الکترونیک بانکها  
۲. تبلیغ خدمات اطمینان بخش بیمه ها  
۳. تبلیغ حس اعتماد و اعتبار موسسات مالی  
۴. رنگ آمیزی دکوراسیون فروشگاههای زنجیره ای

۲۱- ..... جنبه ها و ویژگی هایی را از کالا در قالب چند واژه خلاصه می کند و این واژه ها پیامی را به وجود می آورد که به راحتی بتوان به خاطر آورد؟

۱. موسیقی  
۲. رنگ  
۳. شعار تبلیغاتی  
۴. سبک زندگی

۲۲- کدام گزینه زیر جزو چهار اصل راهبردی فروش می باشد؟

۱. جلب نظر مدیران شرکت  
۲. انگیزه خریدار  
۳. نفع فروشنده  
۴. کسب حاشیه سود مناسب

۲۳- منظور از توازن در اصول اساسی طراحی تبلیغات چیست؟

۱. توازن یعنی طرف چپ و راست آگهی قرینه یکدیگر باشند.  
۲. توازن یعنی در طراحی به گونه ای عمل کرد که برای چشم و نگاه مخاطب همیشه باید چیزی در نقش کانون یا نقطه مرکزی آگهی وجود داشته باشد.  
۳. توازن یعنی اجتناب از پر کردن آگهی با عناصر فاقد کارایی  
۴. توازن یعنی استفاده از کادر در آگهی

۲۴- منظور از سطح پوشش یا به عبارتی رسایی رسانه عبارت است از.....

۱. تعداد دفعاتی که به طور متوسط یک شخص در بازار هدف در معرض پیام قرار می گیرد.  
۲. ارزش کیفی رویت پیام و اثر گذاری پیام  
۳. درصدی از افراد موجود در بازار هدف که در مدت زمان معین در معرض آگهی قرار دارند.  
۴. رسایی به شخصی گفته می شود که راسا وسیله و حامل پیام را مشخص می کند.

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

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

سری سوال: ۱: یک

عنوان درس: اصول تبلیغات بازرگانی

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

۲۵- کدام گزینه زیر از مزایای تبلیغ از طریق رسانه تلویزیون می باشد؟

۱. با توجه به هزینه پایین تبلیغات تلویزیونی می توان فراوانی تبلیغات را بالا برد.
۲. با توجه به بالا بودن هزینه تبلیغات تلویزیونی اثر بخشی آن بالاتر است.
۳. با توجه به ماهیت تلویزیون و مالتی مدیا بودن آن می توان از ترکیب صدا تصویر و حرکت استفاده کرد.
۴. پوشش بالا و دسترسی پایین از مزایای رسانه تلویزیون می باشد.

۲۶- عمر طولانی آگهی جزو مزایای تبلیغ در کدام رسانه زیر می باشد؟

۱. تلویزیون
۲. مجلات
۳. رادیو
۴. فروش حضوری

۲۷- در این نوع جدول بندی. پخش آگهی در یک مدت زمان معین به صورت غیر یکنواخت انجام می گیرد؟

۱. جدول بندی تناوبی
۲. جدول بندی غیر تناوبی یا پیوسته
۳. جدول بندی فصلی
۴. جدول بندی یکسان

۲۸- آخرین گام در طراحی تبلیغات چیست؟

۱. تعیین هدف
۲. طراحی پیام
۳. ارزیابی پیام
۴. پخش از طریق رسانه

۲۹- در این روش ارزیابی تبلیغ. تبلیغ کننده از افرادی که مجله ها را می بینند یا برنامه های تلویزیونی را تماشا می کنند می خواهد حتی الامکان هر آنچه درباره تبلیغ کنندگان و کالاهای آنها دیده اند را توضیح دهند؟

۱. آزمون دسته ای
۲. آزمون فیزیولوژیک
۳. آزمون استعلامی
۴. آزمون به خاطر آوری

۳۰- نصب تابلوهای تبلیغاتی در طول جاده ها جزو کدام یک از روش های تبلیغات است؟

۱. روش غیر مسولانه
۲. روش آزمون های شناختی مشتری
۳. روش مطالعات تجربی تبلیغ
۴. روش استفاده از رسانه های دیداری در تبلیغات

شماره سوال	پاسخ صحيح	وضعيت كليد
1	ب	عادي
2	الف	عادي
3	ج	عادي
4	د	عادي
5	ج	عادي
6	الف	عادي
7	الف	عادي
8	ب	عادي
9	د	عادي
10	ب	عادي
11	د	عادي
12	الف	عادي
13	ج	عادي
14	ب	عادي
15	ج	عادي
16	الف	عادي
17	ب	عادي
18	ج	عادي
19	د	عادي
20	الف	عادي
21	ج	عادي
22	ب	عادي
23	الف	عادي
24	ج	عادي
25	ج	عادي
26	ب	عادي
27	الف	عادي
28	ج	عادي
29	د	عادي
30	الف	عادي