

کارشناسی

حضرت علی(ع): دانش راهبر نیکویی برای ایمان است

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

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

سری سوال: یک ۱

عنوان درس: بازاریابی بین الملل

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی (چندبخشی) ۱۲۱۸۰۷۹

۱- مجموعه ای از ابزارهای مداخله در بازار که به صورت وابسته به هم عمل می کنند چه نامیده می شود؟

- ۰۱ بازاریابی ۰۲ فروش ۰۳ آمیخته بازار ۰۴ ترفیع

۲- کدام گزینه از عناصر مزیت استراتژیک بازاریابی است؟

- ۰۱ محیط بازاریابی ۰۲ رقابت مؤثر ۰۳ کانالهای توزیع ۰۴ اقتصاد صادراتی

۳- کدام گزینه در مورد تقسیم بندی فرهنگ مادی به عنوان یکی از عناصر فرهنگ عام صحیح است؟

- ۰۱ تکنولوژیک، اقتصادی ۰۲ عادات، تعلیم و تربیت

- ۰۳ باورها، ارزشها، خواسته ها ۰۴ اقتصادی، سیاسی

۴- مدیران بازاریابی تا حدود زیادی، عادات مربوط به فرهنگ مادی را از چه طریقی کسب می کنند؟

- ۰۱ تجربه ۰۲ ارشده ۰۳ ارتباطات ۰۴ تجزیه و تحلیل

۵- ارسال پیامهای کوتاه با کمک وسایل ارتباط جمعی مربوط به کدام یک از اصول زیر می باشد؟

- ۰۱ اطلاع رسانی ۰۲ برنامه ریزی و کنترل بهتر

- ۰۳ مصمم ساختن ۰۴ انجام عمل خرید

۶- یکی از کلیدی ترین تحولات اجتماعی- اقتصادی در دوران گذار از کشاورزی به صنعتی کدام است؟

- ۰۱ ظهور طبقه تجار و سرمایه دار ۰۲ رشد دهکدهها- ملتها

- ۰۳ ایجاد بازارهای داخلی ۰۴ افزایش روابط گستردهای تجاری

۷- آدام اسمیت در نظریه مزیت مطلق اساس مزیت را چه می داند؟

- ۰۱ رقابت ۰۲ ذخیره طلا ۰۳ تخصص ۰۴ تجارت آزاد

۸- نوعی از عوارض گمرکی که قیمت کالا مبنای اخذ عوارض می باشد چه نام دارد؟

- ۰۱ عوارض گمرکی مقداری ۰۲ عوارض گمرکی قیمتی

- ۰۳ عوارض گمرکی نسبی ۰۴ عوارض گمرکی ارزشی

۹- کدامیک از سازمانهای زیر از ارگانهای دائمی مجمع عمومی سازمان ملل است که هدف آن پیشبرد توسعه کشورهای در

حال ظهور از طریق تجارت و سایر امکانات می باشد؟

- ۰۱ آنکتاد ۰۲ WTO ۰۳ ITO ۰۴ گات

کارشناسی

حضرت علی(ع): دانش راهبر نیکویی برای ایمان است

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

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

سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: بازاریابی بین الملل

رشته تحصیلی/ کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی (چندبخشی) ۱۲۱۸۰۷۹

۱۰- کدام گزینه در مورد نمایندگان انحصاری به عنوان یکی از کانالهای توزیع در بازار مصرف صحیح است؟

- ۱. تعیین کننده شرایط فروش هستند.
- ۲. هزینه تولید کالا برای تولیدکننده بیشتر است.
- ۳. تسهیلات مالی برای خریداران ایجاد می کنند.
- ۴. تحقیقات بازاریابی توسط خود نمایندگان صورت می گیرد.

۱۱- مقرراتی که دولتها از طریق سیاستهای پولی و مالی اجرا می کنند به کدامیک از نقشهای دولت در اقتصاد اشاره دارد؟

- ۱. نقش مداخله کننده
- ۲. نقش تنظیم کننده
- ۳. نقش واسطه ای
- ۴. نقش نظارتی

۱۲- اولین گام در ایجاد کمیسیون قانون تجارت بین الملل (uncitral) کدام گزینه است؟

- ۱. تشکیل قراردادهای بین المللی جدید
- ۲. توسعه قوانین بین المللی
- ۳. تجزیه و تحلیل قوانین ملی
- ۴. تشکیل مجالس بین المللی

۱۳- کدام گزینه در مورد دادخواهی به عنوان یکی از ابزارهای برطرف کردن منازعات در بازارهای بین المللی صحیح است؟

- ۱. به عنوان آخرین راه حل استفاده می شود.
- ۲. میمات خیلی سریع اتخاذ می شوند.
- ۳. به منافع عمومی کمتر صدمه می زند.
- ۴. گزینه بین روش است.

۱۴- نهاد مرکزی بانک جهانی که وظیفه اصلی آن کمک به بازسازی و توسعه کشورهای در حال توسعه از طریق تسهیل سرمایه گذاری های تولیدی است چه نام دارد؟

- ۱. شرکت مالی بین المللی
- ۲. مؤسسه توسعه بین المللی
- ۳. سازمان تجارت جهانی
- ۴. بانک بین المللی ترمیم و توسعه

۱۵- کسب پاسخ و سازمان اجتماعی در زمره کدامیک از انواع مشکلات تحقیق بازاریابی در کشورهای مختلف قرار دارند؟

- ۱. مشکلات فرهنگی
- ۲. مشکلات اقتصادی
- ۳. مشکلات تکنیکی
- ۴. مشکلات داده ای

۱۶- در کدامیک از اطلاعات طبقه بندی شده "مرحله اول در برنامه ریزی فروش تعیین بازار هدف است"؟

- ۱. اطلاعات عمومی
- ۲. اطلاعات دستوری
- ۳. اطلاعات منابع
- ۴. اطلاعات مربوط به بازار

۱۷- در کدامیک از انواع اطلاعات بازار، اطلاعات مربوط به تقاضای کالا در بازار مورد توجه قرار می گیرد؟

- ۱. رفتار و گرایش مصرف کنندگان
- ۲. اطلاعات بازار بالقوه
- ۳. شبکه های توزیع
- ۴. محصولات جدید و عملکرد رقبا

کارشناسی

حضرت علی(ع): دانش راهبر نیکویی برای ایمان است

تعداد سوالات: تستی: ۴۰: تشریحی: ۰:

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

سری سوال: ۱: یک

عنوان درس: بازاریابی بین الملل

رشته تحصیلی/ کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی (چندبخشی) ۱۲۱۸۰۷۹

۱۸- در کدامیک از روشهای جمع آوری اطلاعات سیستم اطلاعاتی بازاریابی، بر روی مقاصد و هدفهای خاص اطلاعاتی تمرکز می شود؟

۰۱. تحقیق ۰۲. نظاره گری ۰۳. تجسس ۰۴. راهنمایی

۱۹- اولین گام در فرایند توسعه استراتژی ورود به بازارهای بین المللی کدام است؟

۰۱. بین المللی کردن استراتژی ۰۲. طراحی استراتژی کلی و اصلی
۰۳. انتخاب ترکیبی از استراتژیهای فرعی ۰۴. منطقی کردن استراتژیهای داخلی

۲۰- در کدامیک از استراتژیهای ورود به بازارهای بین المللی، ریسک و کنترل ورود به بازار کم است؟

۰۱. صادرات غیرمستقیم ۰۲. تولید کالا در خارج
۰۳. مونتاژ ۰۴. مالکیت کامل واحد تولیدی در خارج

۲۱- کدام گزینه در مورد تقسیم بندی کلی استراتژی های ورود به بازار جهانی صحیح است؟

۰۱. فروش، شرکت تجاری ۰۲. صادرات، واردات
۰۳. صادرات، تولید در خارج از کشور ۰۴. بازاریابی، تولید در خارج از کشور

۲۲- کدام گزینه از دلایل اصلی مالکیت یک واحد تولیدی در خارج محسوب می شود؟

۰۱. ایجاد فعالیتهای بازرگانی جدید ۰۲. سرمایه‌های مستقیم در خارج
۰۳. استفاده از تکنولوژی و سرمایه شرکت خارجی ۰۴. تغییرات سیاسی

۲۳- طبق مراحل دوره عمر کالا، هدف بازاریابی بین الملل چیست؟

۰۱. معرفی محصول ۰۲. به مرحله بلوغ رساندن محصول
۰۳. رشد محصول ۰۴. فروش محصول

۲۴- برای تحریک مصرف کننده و شهرت بین المللی کالا، از کدامیک از استراتژی های زیر باید استفاده نمود؟

۰۱. استراتژی توسعه محصول ۰۲. استراتژی عرضه محصول
۰۳. استراتژی غیریکسان نمودن کالا ۰۴. استراتژی یکسان سازی تولید

۲۵- در کدامیک از انواع استراتژیهای محصول، بازار هدف به چند قسمت تقسیم شده و برای هر بخش استراتژی خاصی انتخاب می شود؟

۰۱. استراتژی تخصیص ۰۲. استراتژی تفکیکی
۰۳. استراتژی بازار هدف ۰۴. استراتژی یکسان سازی

کارشناسی

حضرت علی(ع): دانش راهبر نیکویی برای ایمان است

تعداد سوالات: تستی: ۴۰: تشریحی: ۰

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

سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: بازاریابی بین الملل

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی،مدیریت صنعتی (چندبخشی) ۱۲۱۸۰۷۹

۲۶- منظور از اصطلاح "فروشنده ساکت" در بازاریابی چیست؟

- ۱. خدمات پس از فروش
- ۲. بسته بندی
- ۳. شبکه توزیع
- ۴. خرده فروشها

۲۷- کدام گزینه از عوامل موفقیت شرکت در مدیریت کانالهای توزیع می باشد؟

- ۱. گزینش
- ۲. قرارداد
- ۳. عوامل سیاسی
- ۴. مدیریت

۲۸- بیشترین معاملات محصولات صنعتی از طریق چه کانالی صورت می گیرد؟

- ۱. تولیدکننده- استفاده کننده
- ۲. تولیدکننده- کارگزار
- ۳. تولیدکننده- عمده فروش
- ۴. تولیدکننده- توزیع کننده صنعتی

۲۹- در کدامیک از سیستمهای توزیع منطقه بازرگانی، فروشنده حق فروش کالای رقیب را نداشته و فقط کالای تولیدکننده خاص را می تواند بفروشد؟

- ۱. توزیع انحصاری
- ۲. توزیع بریده
- ۳. توزیع وسیع
- ۴. توزیع مستقیم

۳۰- بیشترین سهم از سود عوامل توزیع، نصیب کدامیک از عناصر شبکه توزیع می شود؟

- ۱. نمایندگان انحصاری
- ۲. عمده فروش
- ۳. کارگزاران
- ۴. کارگزاران

۳۱- اتحادیه حقوق گمرکی که نیروی کار و سرمایه به آسانی قابل مبادله است و هدف استانداردسازی کلیه آیین نامه های دولتی مؤثر بر تجارت را دنبال می کند چه نام دارد؟

- ۱. منطقه آزاد تجاری
- ۲. اتحادیه اقتصادی
- ۳. بازار مشترک
- ۴. اتحادیه سیاسی

۳۲- اتحادیه خطوط حمل و نقل دریایی که به منظور تنظیم نرخهای باربری کالاها تعیین شرایط حمل به وجود آمده است، چه نام دارد؟

- ۱. کنفرانس
- ۲. خطوط مستقل
- ۳. کشتیهای اتفاقی
- ۴. کانتینر

۳۳- وسیله تسریع حرکت کالاها و خدمات از نقطه تولید به نقطه مصرف که فروش جمعی نیز نامیده می شود را چه می گویند؟

- ۱. تبلیغات اطلاعی
- ۲. تبلیغات بازرگانی
- ۳. بازاریابی بدون واسطه
- ۴. نمایندگی فروش

۳۴- کدام گزینه از انواع آژانسهای تبلیغاتی خصوصی به شمار می رود؟

- ۱. بررسی بازار
- ۲. قرارداد با رسانه های گروهی
- ۳. فعالیتهای ترویج فروش
- ۴. تهیه طرح تبلیغاتی

کارشناسی

حضرت علی(ع): دانش راهبر نیکویی برای ایمان است

تعداد سوالات: تستی: ۴۰: تشریحی: ۰

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

سری سوال: ۱: یک

عنوان درس: بازاریابی بین الملل

رشته تحصیلی/ کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی (چندبخشی) ۱۲۱۸۰۷۹

۳۵- مهمترین و حساسترین قسمت آگهی کدام گزینه است؟

- ۰۱ متن
- ۰۲ حسن ختام
- ۰۳ عنوان
- ۰۴ شعار تبلیغاتی

۳۶- کدام گزینه از عوامل بازار مؤثر بر قیمت گذاری در بازارهای بین المللی است؟

- ۰۱ هدفهای بازاریابی شرکت
- ۰۲ وضعیت تولید شرکت
- ۰۳ هزینه های حمل کالا
- ۰۴ خدمات بعد از فروش

۳۷- در کدامیک از انواع ارتباطات برون سازمانی شرکتها در سطح بین الملل، سازمانها بدون ساختار مشخص با یکدیگر در ارتباط هستند؟

- ۰۱ ارتباطات چندجانبه
- ۰۲ ارتباطات دوطرفه
- ۰۳ ارتباطات ستاره ای
- ۰۴ ارتباطات یکطرفه

۳۸- کدام گزینه از علائم و نشانه های کارآمد نبودن ساختار سازمانی است؟

- ۰۱ عدم دستیابی به هدفهای مورد نظر
- ۰۲ ناهماهنگی و تضاد بین اهداف
- ۰۳ به هم ریختگی ارتباطات صحیح
- ۰۴ عدم سودآوری

۳۹- به منظور جلوگیری از رقابت در قیمت و جنگ قیمت در بازار، اسامی از کدامیک از روشهای قیمت گذاری در بازاریابی بین الملل مناسب تر است؟

- ۰۱ قیمت گذاری بر اساس بازار
- ۰۲ قیمت گذاری بر اساس هزینه
- ۰۳ قیمت گذاری متفاوت
- ۰۴ قیمت گذاری رقابتی

۴۰- کدام گزینه در مورد انواع روشهای قیمت گذاری بر اساس توزیع صحیح است؟

- ۰۱ قیمت گذاری خاص، قیمت گذاری وارونه
- ۰۲ قیمت بر اساس فوب، قیمت بر اساس اف-ا-اس
- ۰۳ قیمت ثابت، قیمت متغیر
- ۰۴ قیمت گذاری روانی، قیمت گذاری منطقی

الف	٢٢
ب.	٢٣
د	٢٤
ب.	٢٥
ب.	٢٦
ب.	٢٧
الف	٢٨
الف	٢٩
ج	٣٠
ج	٣١
الف	٣٢
ب.	٣٣
ب.	٣٤
ج	٣٥
د	٣٦
الف	٣٧
ب.	٣٨
د	٣٩
ب.	٤٠

شماره سوال	پاسخ صحيح
١	ج
٢	ج
٣	الف
٤	د
٥	الف
٦	الف
٧	ج
٨	د
٩	ب.
١٠	د
١١	ب.
١٢	ج
١٣	الف
١٤	د
١٥	الف
١٦	الف
١٧	ب.
١٨	د
١٩	ب.
٢٠	الف
٢١	ج

پاسخ صحيح