



تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

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

سری سوال: یک ۱

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی (چندبخشی) (۱۲۱۸۰۷۹ - ،مدیریت بازرگانی،مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین الملل)،مدیریت بازرگانی (بازاریابی) ۱۲۱۸۱۴۵)

۱- فرآیندی که به وسیله آن ساختار تقاضای محصولات و خدمات پیش بینی و برآورد می گردد و یا گسترش می یابد ، چیست؟

- ۰۱ بازار
۰۲ بازاریابی بین المللی در ساده ترین شکل
۰۳ بازار یابی بین المللی در پیچیده ترین شکل
۰۴ بازاریابی

۲- «بورکراسی دولتی» از کدام یک از عوامل بازاریابی بین المللی می باشد؟

- ۰۱ عوامل سیاسی
۰۲ عوامل اقتصادی
۰۳ عوامل فرهنگی
۰۴ عوامل اجتماعی

۳- « روشهای تولید کالا و دانش فنی جامعه » و « به نحوه بهره گیری مردم از تواناییهای خود » را به ترتیب به کدامیک از گزینه های زیر مربوط می شود؟

- ۰۱ فرهنگ مادی - هنر
۰۲ فرهنگ تکنولوژیک - فرهنگ اقتصادی
۰۳ فرهنگ تکنولوژیک - زبان
۰۴ فرهنگ اقتصادی - فرهنگ تکنولوژیک

۴- یک مذاکره کننده اعم از خریدار، فروشنده ، واسطه و یا بازاریاب بین المللی که در زمینه های حرفه ای فعالیت می نمایند با اصول گرایی، عدالت ، منطق ، ملایمت بجا و خشونت به موقع و با نگرش سیستمی به موضوع می تواند کدام یک از انواع روشهای مذاکرات بازاریابی را به طرف هدف راهبری نماید؟

- ۰۱ مذاکرات ملایم
۰۲ مذاکرات خشن
۰۳ مذاکرات منطقی
۰۴ مذاکرات تلفیقی

۵- در کدام یک از تاکتیکهای فرایند مذاکره لزوماً روش دستیابی یا حفظ نیرو در جهت مذاکره می باشد و نمی گذارد طرف مقابل مذاکره به طرز صحیحی موقعیتها را در مذاکره مورد ارزیابی قرار دهد؟

- ۰۱ ایجاد وقفه در مذاکره
۰۲ اقدام به حمله
۰۳ حمله غافلگیرانه
۰۴ عبور از موانع با یک پرش

۶- «دریافت و پرداختهای انتقالی» و « خرید و فروش ارزهای خارجی» به ترتیب جزء کدام یک از اقلام عمده در حسابهای تراز پرداختها می باشد؟

- ۰۱ حساب جاری - حساب رسمی خزانه
۰۲ حساب جاری - حساب جاری
۰۳ حساب رسمی خزانه - حساب جاری
۰۴ حساب رسمی خزانه - حساب رسمی خزانه



تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

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

سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی (چندبخشی) (۱۲۱۸۰۷۹ - ،مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین الملل)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی) ۱۲۱۸۱۴۵)

۷- در کدام یک از انواع گروه بندی های بازار بین المللی، نه تنها هیچ تعرفه ای بر تجارت بین اعضا وجود ندارد، بلکه اعضا یک تعرفه متحد الشكل در مقابل کشور های غیر عضو در زمینه تجارت دارند؟

۱. اتحادیه سیاسی
۲. اتحادیه حقوق گمرکی
۳. بازار مشترک
۴. مناطق آزاد تجاری

۸- مرحله ای که اولین تغییرات در نحوه تولید به وجود آمده و نطفه صنعت بسته می شود و صنعت شروع به نشان دادن نقش خود در جامعه می کند چه نام دارد؟

۱. جامعه سنتی
۲. مرحله جهش
۳. مرحله قبل از جهش
۴. مرحله بلوغ

۹- نقش مداخله کننده و نقش تنظیم کننده مربوط به کدام یک از گزینه های زیر می باشد؟

۱. نقش دولت در اقتصاد
۲. ایدئولوژی اقتصادی و سیاسی
۳. ایدئولوژی بازاریابی
۴. ایدئولوژی اقتصادی و دولتی

۱۰- کدام یک از گزینه های زیر به عنوان عاملی مهم در تصمیم اولیه جهت سرمایه گذاری در یک کشور به حساب می آید؟

۱. ثبات سیاسی کشور میزبان
۲. نوع حکومت کشور میزبان
۳. پتانسیل بازار کشور میزبان
۴. محیط سیاسی

۱۱- هدف از پیمانهای مالیاتی کدام یک از گزینه های زیر می باشد؟

۱. کاهش نرخ مالیات
۲. ثبات نرخ مالیات
۳. اجتناب از مالیات مضاعف
۴. اجتناب از افزایش درآمد مالیاتی

۱۲- قصد و هدف کشورهای دارای قانون نامه یا قانون کشوری چیست؟

۱. ایجاد مقررات قابل انعطاف و کلی تر
۲. ارائه و تضمین قانون در تمام موضوعات قانونی
۳. همه جانبه و فراگیر کردن قانون در تمام موضوعات
۴. اعتماد و تکیه بر تغییرات یا تصمیمات قبلی دادگاه



تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

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

سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی (چندبخشی) (۱۲۱۸۰۷۹ - ،مدیریت بازرگانی،مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین الملل)،مدیریت بازرگانی (بازاریابی) ۱۲۱۸۱۴۵)

۱۳- مسئله قانونی عمده برای صادر کننده کدام گزینه است؟

۱. آشنایی با قوانین کشور میزبان
۲. آگاه شدن از سیستم توزیع در کشور میزبان
۳. آشنایی با قوانین توزیع در کشور میزبان
۴. آگاه شدن از قوانین ملی مربوط به قراردادهای توزیع کننده

۱۴- در مسیر به دست آوردن اطلاعات صحیح ، قابل اطمینان و قابل استفاده، کدام یک از مشکلات زیر وجود دارد؟

۱. عدم امکان دسترسی به اطلاعات مورد نیاز
۲. به روز آوردن اطلاعات
۳. ارتباط مطلوب جهت دریافت اطلاعات
۴. امکان مقایسه اطلاعات جمع آوری شده

۱۵- کدامیک از گزینه های زیر فرم قابل سنجش و اندازه گیری یک صفت در جامعه مورد مطالعه است؟

۱. مفهوم
۲. متغیر
۳. تعیین واحد اندازه گیری
۴. تعیین وسیله اندازه گیری

۱۶- در کدام یک از حالت های مختلف توسعه جغرافیایی شرکت در تعداد زیادی از بازارهای جهانی با کیفیت پایین حضور دارد؟

۱. وضعیت برتر
۲. وضعیت با برتری تولید
۳. حالت ضعیف
۴. وضعیت با برتری موقعیت جغرافیایی

۱۷- در رابطه با « روشهای مونتاژ ، تولید محصول در خارج و مالکیت کامل واحد تولیدی در بازار خارجی » کدام گزینه صحیح است؟

۱. از نظر سرمایه گذاری پر ریسک و نیاز به کنترل های بیشتری دارند.
۲. از نظر سرمایه گذاری پر ریسک و نیاز به کنترل های کمتری دارند.
۳. از نظر سرمایه گذاری کم ریسک و نیاز به کنترل های کمتری دارند.
۴. از نظر سرمایه گذاری کم ریسک و نیاز به کنترل های بیشتری دارند.



تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

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

سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی (چندبخشی) (۱۲۱۸۰۷۹ - ،مدیریت بازرگانی،مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین الملل)،مدیریت بازرگانی (بازاریابی) ۱۲۱۸۱۴۵)

۱۸- شرکتهای مدیریت صادرات و بازاریابی مستقیم به ترتیب جزء کدام یک از استراتژیهای ورود به بازار جهانی می باشد؟

۰۱. صادرات مستقیم - صادرات غیر مستقیم
۰۲. صادرات غیر مستقیم - صادرات مستقیم
۰۳. صادرات غیر مستقیم - صادرات غیر مستقیم
۰۴. صادرات مستقیم - صادرات مستقیم

۱۹- «فروش خدمات مدیریتی به طور مستقیم به خارج از کشور که شامل تامین بخشی از کالا و تجهیزات و به ویژه دانش فنی مدیریت» توضیح کدام یک از روشهای صادرات مستقیم می باشد؟

۰۱. نمایندگان فروش خارجی
۰۲. توزیع کنندگان
۰۳. قرارداد مدیریت
۰۴. فرانشیز

۲۰- در کدام یک از استراتژی های ورود به بازار جهانی ، تولید کننده اصلی با یک شرکت خارجی قرارداد می بندد که محصول شرکت اصلی را بر اساس مفاد قرارداد در خارج تولید کند و تولید به عهده شرکت خارجی و بازاریابی و فروش کالا برعهده شرکت اصلی است؟

۰۱. تولید براساس قرارداد
۰۲. حق الامتیاز
۰۳. مونتاژ
۰۴. لیسانس

۲۱- رقبای زیاد، رقابت شدید ، تبلیغات به منظور شناساندن برتری های کالا و هزینه های مربوط به فروش زیاد جهت ترجیح دادن کالا به رقبا از جمله مشخصه های کدام یک از مراحل عمر کالا است؟

۰۱. مرحله نزول
۰۲. مرحله معرفی
۰۳. مرحله رشد
۰۴. مرحله بلوغ

۲۲- در کدام یک از استراتژیهای بازاریابی بخش معینی از بازار هدف در نظر گرفته می شود و در این بخش ضمن عرضه کالا تلاش می شود که با گرفتن بازخورد از مشتریان کیفیت و عملکرد کالاهای خود را بهبود بخشند؟

۰۱. استراتژی تخصیص
۰۲. استراتژی تفکیکی
۰۳. استراتژی صادرات
۰۴. استراتژی محصول

۲۳- در کشورهایی که در آنها سیستم قانون کدگذاری حاکم است مالکیت مارک بر چه اساسی استوار است؟

۰۱. تقدم در استفاده از آن
۰۲. قانون کشور
۰۳. تقدم در به ثبت رسانیدن آن
۰۴. توافق بین ثبت کننده و استفاده کننده مارک



تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

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

سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/ کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی (چندبخشی) (۱۲۱۸۰۷۹ - ،مدیریت بازرگانی،مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین الملل)،مدیریت بازرگانی (بازاریابی) ۱۲۱۸۱۴۵)

۲۴- اولین قدم در انتخاب نوع بسته برای یک بازار کدام یک از گزینه های زیر است؟

۱. کشف بهترین برخورد با رجانهای ملی

۲. برآورد هزینه بسته بندی

۳. تعیین مناسب ترین و اقتصادی ترین روش بسته بندی

۴. تعیین نیازها و احتیاجات ملی بازار آن کشور

۲۵- از مهمترین عوامل در برچسب زنی کدام گزینه است؟

۱. زبان - دولت - اطلاعات مصرف کننده

۲. زبان - مقررات دولتی - مقررات استاندارد

۳. عوامل اقتصادی - عوامل فرهنگی - دولت

۴. مقررات استاندارد - اطلاعات مربوط به محصول

۲۶- در ارتباط با دفعات حمل کالا اینکه محموله در چند مرحله حمل بشود یا نشود به چه عاملی بستگی دارد؟

۱. شرایط بازار

۲. نوع بسته بندی

۳. نیاز خریدار

۴. عوامل تکنولوژی

۲۷- نقطه شروع برای انتخاب موثرترین کانالهای توزیع کدام گزینه است؟

۱. تجزیه و تحلیل هریک از کانالهای توزیع

۲. تعیین دقیق روشهای بازاریابی شرکت و مشخص کردن نیازهای بازار هدف

۳. برآورد هزینه و فایده هر یک از کانالهای توزیع

۴. بررسی امکانات شرکت و توانایی واسطه ها

۲۸- در کدام نوع از روشهای توزیع ، فروشنده حق فروش کالاهای رقیب را نداشته و فقط کالای تولید کننده خاص را که با او قرارداد دارد می تواند بفروشد؟

۱. توزیع انحصاری

۲. توزیع وسیع

۳. توزیع برگزیده

۴. توزیع ساده

۲۹- « محل خرده فروشی باید به راحتی دیده شود » این عبارت توضیح کدام یک از عوامل فرایند انتخاب خرده فروشی می باشد؟

۱. عادت خرید

۲. حجم فروش

۳. فاصله محصول

۴. جلب توجه

۳۰- کدام یک از انواع خرده فروشی ها نیاز به فروشنده ندارد و حجم قابل توجهی از فروش برخی اقلام در سطح خرده فروشی در اماکن عمومی ، ادارات ، مدارس و ترمینالها صورت می پذیرد؟

۱. فروش از طریق پست

۲. فروشگاههای بزرگ

۳. دستگاههای خودکار

۴. فروشگاههای ارزان



تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰ زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۶۰ تشریحی: ۰ سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی (چندبخشی) (۱۲۱۸۰۷۹ - ،مدیریت بازرگانی،مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین الملل)،مدیریت بازرگانی (بازاریابی)۱۲۱۸۱۴۵

۳۱- نتیجه مسلم اثر تبلیغات کدام یک از گزینه های زیر است؟

۰۱. ازدیاد فروش ۰۲. ایجاد احتیاج ۰۳. ازدیاد خرید ۰۴. ایجاد واحدهای عظیم

۳۲- در کدام یک از انواع تبلیغات براساس هدف و در مراحل اولیه ورود کالا به بازار ، هدف از این نوع تبلیغات به وجود آوردن شناخت تقاضای اولیه است؟

۰۱. تبلیغات ترغیب کننده ۰۲. تبلیغات یادآوری
۰۳. تبلیغات راهنمایی ۰۴. تبلیغات اطلاعی

۳۳- از مزایای کدام یک از وسیله های ارتباط جمعی، صوت، شکل، حرکت ، دسترسی زیاد و توجه زیاد می باشد؟

۰۱. تلفن ۰۲. تلویزیون ۰۳. روزنامه ۰۴. تابلو های جاده ها

۳۴- جمله ای که به منظور تکرار دائمی (یا تکرار به مدت طولانی) طرح می شود و در تبلیغات اهمیت خاصی دارد زیرا باید لیاقت تکرار زیاد را داشته باشد، چیست؟

۰۱. شعار تبلیغاتی ۰۲. حسن ختام آگهی ۰۳. متن آگهی ۰۴. عنوان آگهی

۳۵- آمیخته تبلیغاتی از چه عناصری تشکیل شده است؟

۰۱. آگهی - فروش شخصی - ارتقاء فروش - قیمت
۰۲. آگهی - فروش شخصی - قیمت - روابط عمومی
۰۳. محصول - مکان توزیع - قیمت - روابط عمومی
۰۴. آگهی - فروش شخصی - ارتقاء فروش - روابط عمومی

۳۶- ساختار بازاری که دارای مشخصه وجود یک تولید کننده «واحد» می باشد ، توضیح کدام یک از انواع بازار می باشد؟

۰۱. بازار رقابت خالص ۰۲. انحصار خالص ۰۳. رقابت انحصاری ۰۴. بازار چند قطبی

۳۷- براساس کدام یک از روشهای قیمت گذاری در بازاریابی بین المللی ، شرکت یک قیمت پایه تعیین می نماید که ثابت است ولی این قیمت برای خریداران مختلف با درصدی تغییر ارائه می شود؟

۰۱. روش قیمت گذاری متفاوت ۰۲. روش قیمت گذاری براساس هزینه
۰۳. روش قیمت گذاری رقابتی ۰۴. روش قیمت گذاری براساس بازار

۳۸- به شرایطی که قیمت خارجی بالاتر از قیمت داخلی باشد، کدام یک از گزینه های زیر اطلاق می شود؟

۰۱. دامپینگ اتفاقی ۰۲. دامپینگ مستمر ۰۳. دامپینگ وارونه ۰۴. دامپینگ ارزی

۳۹- در کدام یک از انواع معاملات ، قیمت گذاری براساس ترکیبی از پرداخت نقدی و غیر نقدی می باشد؟

۰۱. خرید متقابل ۰۲. تجارت جبران متقابل ۰۳. معاملات بای بک ۰۴. معاملات پایاپای



سری سوال: ۱ یک

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

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی (چندبخشی) (۱۲۱۸۰۷۹ - ،مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین الملل)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی) (۱۲۱۸۱۴۵)

۴۰- کدام یک از انواع ساختارهای سازمانی، ترکیبی از ساختار سازمانی بر مبنای محصول و بر مبنای ناحیه می باشد؟

۰۲. ساختار سازمانی بر مبنای ناحیه

۰۱. ساختار سازمانی منطقه ای

۰۴. ساختار سازمانی ماتریسی

۰۳. ساختار سازمانی جغرافیایی