

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 (بازاریابی - بازرگانی بین الملل، مدیریت بازرگانی بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین الملل)، مدیریت بازرگانی (۱۲۱۸۱۴۵)

۱- کدام یک از گزینه های زیر به تعریف بازاریابی اشاره دارد؟

۰۱. تسخیر بازار قابل تصرف
۰۲. یافتن جایگاه مناسب در بازار
۰۳. شناخت فراگردهای مبادله
۰۴. به کارگیری ابزارهای مداخله در بازار

۲- کدام یک از گزینه های زیر به تفاوت های بازارهای داخلی و بین المللی اشاره دارد؟

۰۱. تکنیک های رهبری
۰۲. تفاوت های فردی
۰۳. تفاوت های محیطی
۰۴. بازاریابی محلی

۳- کدام گزینه زیر از عوامل فرهنگی در محیط بازاریابی بین الملل به شمار می روند؟

۰۱. اعتقادات - زبان
۰۲. زبان - ثبات سیاسی
۰۳. توسعه اقتصادی - ثبات سیاسی
۰۴. توسعه صنعتی - زبان

۴- کدام گزینه زیر در مورد تاثیر تعالیم مذهبی بر تجارت و بازاریابی صحیح است؟

۰۱. شکل دادن عادت ها و ارزش ها به طور مستقیم
۰۲. شکل دادن عادت ها به طور مستقیم و ارزش ها به طور غیر مستقیم
۰۳. شکل دادن عادت ها و ارزش ها به طور یکباره
۰۴. دیکته شدن بایدها و نبایدها توسط مذهب به طور مستقیم

۵- تاثیر استاندارد کردن فعالیت های بازاریابی بر هزینه های بسته بندی و تبلیغات کدام است؟

۰۱. افزایش - افزایش
۰۲. افزایش - کاهش
۰۳. کاهش - افزایش
۰۴. کاهش - کاهش

۶- مهارت ارائه برای بررسی و تجدید نظر به علت تغییر بعضی عوامل مربوط به کدام یک از مراحل مذاکره در بازاریابی بین الملل به شمار می رود؟

۰۱. پیش مذاکره
۰۲. مذاکره گسترده
۰۳. مذاکره تلفیقی
۰۴. پس مذاکره

۷- کدام گزینه زیر، از عوامل اصلی مبادله افکار و به تعبیری کلید ورود به فرهنگ هاست؟

۰۱. زبان
۰۲. رسانه
۰۳. مذهب
۰۴. هنر

۸- جایگزین کردن همبستگی و تعهد گسترده به جای رقابت های قبیله ای و منطقه ای از فواید کدام یک از سیاست های مرکانتی لیست ها محسوب می شود؟

۰۱. ملی گرایی
۰۲. تمرکز طلا
۰۳. تمرکز نقره
۰۴. تراز مطلوب تجاری

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 (بازاریابی - بازرگانی بین الملل، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین الملل)، مدیریت بازرگانی ۱۲۱۸۱۴۵

۹- آدام اسمیت اساس مزیت را چه چیزی قلمداد می کند؟

۱. مکان ۰.۲ قیمت ۰.۳ رسانه ۰.۴ تخصص

۱۰- "بسیاری از کالاها، دوره های تجاری را سیر می کنند که طی آن یک کشور در ابتدای امر تنها صادرکننده کالایی خاص می باشد، سپس بازارهای صادراتی خود را از دست می دهد و در نهایت به واردکننده همان کالا مبدل می شود." عبارت مذکور به کدام یک از نظریات زیر اشاره دارد؟

۱. مزیت نسبی ۰.۲ دوره زندگی کالا ۰.۳ مزیت مطلق ۰.۴ مزیت رقابتی

۱۱- چنانچه تولیدکننده ای بازار خود را از طریق کنترل ارزش از دست بدهد، راه حل چیست؟

۱. کاهش هزینه ۰.۲ تولید به موقع ۰.۳ افزایش تبلیغات ۰.۴ تولید داخلی

۱۲- کدام یک از تشکل های زیر، عضو گروه مناطق آزاد تجاری محسوب می شوند؟

۱. آسه آن (AFTA) - انجمن مشترک آمریکایی لاتین (LAIA)
۲. اتحادیه کارائیب (CARICOM) - انجمن تجارت آزاد اروپا (EFTA)
۳. بازارمشترک آند (ANCOM) - اتحادیه کارائیب (CARICOM)
۴. سازمان همکاری های اقتصادی (ECO) - اتحادیه اقتصادی اروپا (EEC)

۱۳- کدام یک از مراحل توسعه اقتصادی از نظر روستو بیان گر ایجاد اولین تغییرات در نحوه تولید و بسته شدن نطفه صنعت است؟

۱. جامعه سنتی ۰.۲ قبل از جهش ۰.۳ جهش ۰.۴ بلوغ

۱۴- این عبارت به کدام یک از گزینه های زیر اشاره دارد؟

«عقیده ای است در میان افراد یک ملت، که آنها متفاوت یا بهتر از افراد ملل دیگر هستند»

۱. ناسیونالیسم ۰.۲ سکولاریسم ۰.۳ سوسیالیسم ۰.۴ کاپیتالیسم

۱۵- مخفف «همکاری داخلی فروش بین المللی» کدام گزینه است؟

۱. WTO ۰.۲ FCN ۰.۳ WHTC ۰.۴ DISC

۱۶- کدام یک از قوانین زیر در محیط بین الملل، مختص هر کشور است؟

۱. قانون عرف ۰.۲ قانون عمومی ۰.۳ قانون کد ۰.۴ قانون سنت

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 (بازاریابی - بازرگانی بین المل، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین الملل)، مدیریت بازرگانی ۱۲۱۸۱۴۵

۱۷- کدام گزینه در رابطه با دلجویی و میانجی گری برای رفع منازعات تجاری بین المللی صحیح است؟

۱. تلاش غیررسمی هستند که طرفین را به توافق می رسانند.
۲. تلاش غیررسمی هستند که طرفین را به رقابت وا می دارد.
۳. تلاش رسمی هستند که طرفین را به توافق می رسانند.
۴. تلاش علمی هستند که طرفین را به تحقیق و جستجو وا می دارد.

۱۸- کدام یک از اتحادیه های زیر به منظور، بررسی تکنولوژی مدرن و جدید ارتباطی اعضاء طرح ریزی شدند؟

۱. IMF ۲. ITU , Intelsat ۳. EU ۴. MERCOUR

۱۹- مهم ترین عنصر تشکیل دهنده تحقیق در هر زمینه کدام است؟

۱. تصمیم ۲. ارتباطات ۳. راه حل ۴. اطلاعات

۲۰- کدام نوع از اطلاعات زیر در صحنه بین الملل، بر اساس مقررات و قوانین یک کشور اعم از کشور مبدا و مقصد به وجود می آید؟

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

۲۱- در تکنیک رگریسون برای پردازش اطلاعات جمع آوری شده، اگر حدود تغییرات (ضریب همبستگی) بین ۲ درصد تا ۴ درصد باشد، میزان ارتباط بین دو متغیر چقدر است؟

۱. ضعیف ۲. متوسط ۳. زیاد ۴. بسیار زیاد

۲۲- کدام یک از چهار حالت توسعه جغرافیایی شرکت و کیفیت تولید از عوامل موثر جغرافیایی در شکل گیری استراتژی بازاریابی در بازارهای بین الملل که توسط «لورچ و گوگل» انجام شده است، شرکت با توسعه کیفیت تولید می تواند به موقعیت دوم رسیده و سپس وضعیت جغرافیایی بازار را نیز بهبود ببخشد؟

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

۲۳- قرارداد مدیریت، توزیع کنندگان و فرانسیز جزء کدام یک از استراتژی های ورود به بازار جهانی محسوب می شود؟

۱. صادرات مستقیم ۲. صادرات غیرمستقیم ۳. تولید در خارج از کشور ۴. بازاریابی مستقیم

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 (بازاریابی - بازرگانی بین الملل، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین الملل)، مدیریت بازرگانی ۱۲۱۸۱۴۵

۲۴- دو طریق سرمایه گذاری بر اساس مالکیت کامل کدامند؟

۰۱. خرید یک شرکت داخلی - نگهداری شرکت قبلی
 ۰۲. خرید یک شرکت خارجی - ساخت یک شرکت جدید
 ۰۳. خرید یک شرکت خارجی - مونتاژ
 ۰۴. مونتاژ - خرید یک شرکت داخلی

۲۵- مهم ترین عنصر برنامه بازاریابی کدام است؟

۰۱. ترفیع
 ۰۲. محصول
 ۰۳. قیمت
 ۰۴. توزیع

۲۶- بر طبق سیکل عمر کالا، وقتی کالا در مرحله معرفی و نزول است، کدام گزینه زیر بیان گر استراتژی متغیر قیمت در دو مرحله مذکور است؟

۰۱. پائین - پائین
 ۰۲. پائین - بالا
 ۰۳. بالا - پائین
 ۰۴. بالا - بالا

۲۷- اثر تکنولوژی یکی از دلایل استراتژی تولید کالا در بازاریابی بین المللی است. بر این اساس هر چه تکنولوژی پیشرفته تر باشد، چه تاثیری بر تغییر می گذارد؟

۰۱. تغییر جزئی تر خواهد بود.
 ۰۲. تغییر پراکنده تر خواهد بود.
 ۰۳. تغییر کلی تر خواهد بود.
 ۰۴. هیچ تاثیری بر تغییر ندارد.

۲۸- بسته بندی مناسب برای حمل برنج کدام است؟

۰۱. جعبه های فلزی
 ۰۲. کیسه های کنفی
 ۰۳. کیسه های نایلونی
 ۰۴. جعبه های کاغذی

۲۹- چه زمانی یک زبان بودن بر چسب کالا، مطلوب است؟

۰۱. کالا دارای تصویر محلی عام باشد.
 ۰۲. کالا دارای تصویر ملی عام باشد.
 ۰۳. کالا دارای تصویر ملی ویژه ای باشد.
 ۰۴. کالا دارای تصویر محلی ویژه ای باشد.

۳۰- اصطلاح فوب (FOB) مختص کدام نوع حمل است؟

۰۱. دریایی
 ۰۲. زمینی
 ۰۳. هوایی
 ۰۴. راه آهن

۳۱- از عمده دلایل موفقیت شرکت در مدیریت کانال های توزیع کدام است؟

۰۱. قرارداد - اطلاعات - ایجاد انگیزه - تحقیق
 ۰۲. قرارداد - انتخاب - کنترل - اطلاعات
 ۰۳. تحقیقات - اطلاعات - ایجاد انگیزه - کنترل
 ۰۴. انتخاب - قرارداد - ایجاد انگیزه - کنترل

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 (بازاریابی - بازرگانی بین المل، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین الملل)، مدیریت بازرگانی ۱۲۱۸۱۴۵

۳۲- کدام کانال توزیع زیر به فروش خانه به خانه و فروش میوه در کنار جالیز و داخل باغ ها اشاره دارد؟

۰۱. تولیدکننده ← توزیع کننده ← مصرف کننده
 ۰۲. تولیدکننده ← کارگزار ← استفاده کننده
 ۰۳. تولیدکننده ← مصرف کننده
 ۰۴. تولیدکننده ← خرده فروش ← مصرف کننده

۳۳- کدام روش توزیع از نقطه نظر بازار مصرف به منظور سهولت دسترسی خریدار استفاده می شود؟

۰۱. توزیع وسیع
 ۰۲. توزیع انحصاری
 ۰۳. توزیع برگزیده
 ۰۴. توزیع رقابتی

۳۴- انتقال فیزیکی کالا در مکان و زمان مناسب و مطابق با نیازها و سلیقه های مشتری به کدام یک از اصطلاحات زیر در بازاریابی بین المللی اشاره دارد؟

۰۱. سفارش
 ۰۲. لجستیک
 ۰۳. فرنچایز
 ۰۴. مارک

۳۵- کدام نوع تبلیغات بر اساس هدف، در مرحله بلوغ کالا اهمیت بسیاری دارد؟

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

۳۶- اجزاء آگهی کدامند؟

۰۱. نتیجه ، تصویر و عنوان
 ۰۲. عنوان ، ختام و نتیجه
 ۰۳. متن، عنوان و ختام
 ۰۴. عنوان، هدف و فلسفه

۳۷- در کدام یک از حالت ماتریس BCG، شرکت دارای سهم بازار بالا ولی نرخ رشد بازار پائین است؟

۰۱. علامت سوال
 ۰۲. علامت ستاره
 ۰۳. علامت گاو شیرده
 ۰۴. علامت سگ

۳۸- وارد نمودن کالایی به بازار کشور دیگر و فروش آن به بهایی کمتر از ارزش عادی آن به کدام یک از روش های قیمت گذاری زیر اشاره دارد؟

۰۱. روش قیمت گذاری بر اساس دامپینگ
 ۰۲. روش قیمت گذاری بر اساس توزیع
 ۰۳. روش قیمت گذاری روانی
 ۰۴. روش قیمت گذاری متفاوت



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 (بازاریابی - بازرگانی بین المل، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین الملل)، مدیریت بازرگانی ۱۲۱۸۱۴۵

۳۹- در چه شرایطی می توان از ساختار وظیفه ای استفاده کرد؟

۱. حجم تولیدات گسترده بوده و دانش فنی ، علم و تکنولوژی زمینه ساز تولید ویژه می باشد.
۲. حجم تولیدات محدود بوده به طوری که تصمیم به صادرات تولید به بخش خاصی وجود داشته باشد.
۳. حجم تولیدات گسترده بوده به طوری که تصمیم به واردات تولید خارجی به بخش خاصی وجود داشته باشد.
۴. حجم تولیدات محدود بوده به طوری که تصمیم به صادرات تولید به بخش خاصی وجود نداشته باشد.

۴۰- مقایسه عملکرد واقعی شرکت یا تولید با عملکرد برنامه ریزی شده در فاصله زمانی مشخص بیان گر کدام مرحله فرایند برنامه ریزی استراتژیک است؟

۱. ارائه تحلیل موقعیت
۲. تاسیس واحد استراتژیک
۳. ماموریت سازمانی
۴. مشاهده نتایج