

سری سوال: یک ۱

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)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی - بازرگانی بین الم ۱۲۱۸۱۴۵

۱- مجموعه ای از ابزارهای مداخله در بازار که به صورت وابسته به هم عمل می کند، به طوری که تاثیر لازم یا مورد نظر را در بازار می گذارند، چه نام دارد؟

۰۱ بازاریابی ۰۲ آمیخته بازار ۰۳ بازاریابی بین الملل ۰۴ مدیریت بازاریابی

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

۰۱ تفاوت های محیطی ۰۲ تفاوت های ساختاری ۰۳ تفاوت های سیاسی ۰۴ تفاوت های فرهنگی

۳- کدام مورد از عناصر مزیت استراتژیک بازاریابی می باشد؟

۰۱ روش های موثر بسته بندی ۰۲ توسعه اقتصادی و صنعتی
 ۰۳ افزایش سهم بازار ۰۴ افزایش بهره وری

۴- از نشانه های آشکار اختلاف در فرهنگ ها کدام است؟

۰۱ مذهب ۰۲ عادات ۰۳ زبان ۰۴ تعلیم و تربیت

۵- کدامیک از گزینه های زیر از مهارت های مورد نیاز در مرحله چهارم فرایند مذاکره می باشد؟

۰۱ تعیین الویت ها و نیازهای رقیب
 ۰۲ محک زنی در موضوعات تفاهم و توافق شده
 ۰۳ کسب اطلاعات ملموس و غیر ملموس، تنظیم کردن اهداف و استراتژی ها
 ۰۴ ارائه برای بررسی و تجدید نظریه به علت تغییر بعضی عوامل

۶- کدام یک از ارکان مذاکرات بازاریابی به شمار می رود؟

۰۱ برنامه ریزی ۰۲ ارتباطات ۰۳ افراد ۰۴ سازمان

۷- کدامیک از تاکتیک های زیر لزوما روشی مناسب برای دستیابی یا حفظ نیرو در جهت مذاکره می باشد؟

۰۱ حمله غافلگیرانه ۰۲ عبور از موانع با یک پرش
 ۰۳ اقدام به حمله ۰۴ در اختیار گرفتن کنترل دستور جلسه

۸- کدام گزینه نشان دهنده عمده ترین نقش بازاریاب بین المللی می باشد؟

۰۱ آشنایی با فرهنگ های خاص کشور میزبان ۰۲ ایجاد تقاضا
 ۰۳ تغییر ارزشها و سلیقه ها ۰۴ تغییر فرهنگ مادی کشور میزبان

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

۹- کدام مورد از سیاستهای عمده مرکانتی لیسم ها می باشد؟

۰۱. تمرکز بر تجارت
۰۲. ملی گرایی
۰۳. تمرکز بر ثروت
۰۴. فزونی واردات بر صادرات

۱۰- کدام یک از گروههای منطقه ای ، فعالترین و شناخته ترین گروهها در بین کشورهای کمتر توسعه یافته می باشد؟

۰۱. EFTA . ۰۲. NAFTA . ۰۳. ANCOM . ۰۴. ASEAN

۱۱- در کدام مرحله ، صنعت رشد کافی پیدا کرده و عرضه فراوان باعث تغییر الگوی مصرف و افزایش آن شده است ؟

۰۱. مرحله بلوغ . ۰۲. مرحله تولید انبوه . ۰۳. مرحله جهش . ۰۴. مرحله قبل از جهش

۱۲- کدامیک از گزینه های زیر از ساده ترین نوع سازماندهی اساسی برای یکپارچگی اقتصادی است ؟

۰۱. منطقه آزاد تجاری . ۰۲. اتحادیه گمرکی . ۰۳. بازارهای مشترک . ۰۴. اتحادیه اقتصادی

۱۳- متداولترین محدودیت وارداتی برای کالاهای خارجی در سیستم بازرگانی بین الملل کدام مورد می باشد ؟

۰۱. حقوق گمرکی . ۰۲. تعرفه گمرکی . ۰۳. مالیات بر واحد تجاری . ۰۴. سود گمرکی

۱۴- هدف پیمانهای مالیاتی چیست ؟

۰۱. کاهش نرخ مالیات
۰۲. ثبات نرخ مالیات
۰۳. اجتناب از مالیات مضاعف
۰۴. همسان سازی نرخ مالیات

۱۵- عناصر محیط سیاسی بازاریابی بین الملل شامل کدام مورد می باشد ؟

۰۱. عوامل اجتماعی
۰۲. عوامل فرهنگی
۰۳. عوامل بین المللی
۰۴. ایدئولوژی اقتصادی و سیاسی

۱۶- سازمانهای یاتا و ایکائو به ترتیب از چپ به راست شامل چند عضو می باشد؟

۰۱. ۸۰-۱۲۸ . ۰۲. ۹۰-۱۲۷ . ۰۳. ۹۰-۱۲۸ . ۰۴. ۸۰-۱۲۷

۱۷- عمل فروش کالاها تحت یک قیمت پایینتر در بازارهای خارجی نسبت به بازارهای داخلی را چه می گویند؟

۰۱. IMF . ۰۲. ITU . ۰۳. ILO . ۰۴. دامپینگ

۱۸- تعیین بازار فروش و امکان دستیابی به سهم پیش بینی شده بازار تعریف کدام مورد است؟

۰۱. استراتژی بازاریابی . ۰۲. مدیریت بازار . ۰۳. مدیریت بازاریابی . ۰۴. برنامه ریزی بازاریابی

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)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی - بازرگانی بین الم ۱۲۱۸۱۴۵

۱۹- گام سوم و مهم در سیستم اطلاعات بازاریابی به کدام مورد اشاره دارد؟

۱. جمع آوری اطلاعات بازاریابی

۲. شناخت اطلاعات مورد نیاز سیستم

۳. پردازش اطلاعات جمع آوری شده

۴. اجرای دقیق عملیات بازاریابی

۲۰- در کدام روش جمع آوری اطلاعات، جستجوی نسبتاً محدود برای اطلاعات خاص و به صورت غیر رسمی انجام می شود؟

۱. تحقیق

۲. تجسس

۳. راهنمایی

۴. نظاره گری

۲۱- از نظر استراتژی " لورچ و گوگل " در این حالت شرکت دارای کیفیت تولید بالا و در عین پوشش منطقه ای و عدم تمرکز جغرافیایی بالا می باشد؟

۱. وضعیت برتر

۲. وضعیت با برتری تولید

۳. وضعیت با برتری موقعیت جغرافیایی

۴. حالت ضعیف

۲۲- پرستیژ (وضعیت اجتماعی) شرکت در زمره کدام عوامل موثر در شکل گیری استراتژی بازاریابی هستند؟

۱. عوامل بازار

۲. عوامل جغرافیایی

۳. عوامل شرکت

۴. عوامل رقابتی

۲۳- شرکتهای مدیریت صادرات جزو کدام یک از دسته بندیهای استراتژیهای ورود به بازار است؟

۱. صادرات غیر مستقیم

۲. صادرات مستقیم

۳. مشارکت مستقیم

۴. سرمایه گذاری غیر مستقیم

۲۴- سرمایه گذاری خارجی در کشور ایران حداکثر چند درصد می تواند باشد؟

۱. ۰/۰۴۸

۲. ۰/۰۵۵

۳. ۰/۰۲۵

۴. ۰/۰۴۹

۲۵- اهمیت کم رقبا، سود ناچیز، قیمت پایین، هزینه های بالا و توزیع گلچین شده از مشخصات کدام یک از مراحل سیکل عمر کالا است؟

۱. معرفی

۲. نزول

۳. بلوغ

۴. رشد

۲۶- چه عاملی نوع بسته بندی کالاهای صنعتی را بیشتر تحت تاثیر قرار می دهد؟

۱. عوامل اقتصادی

۲. عوامل بازار

۳. عوامل فرهنگی

۴. عوامل اجتماعی

۲۷- کدامیک از گزینه های زیر مهمترین عنصر برنامه بازاریابی می باشد.

۱. تولید

۲. خدمات

۳. محصول

۴. نوآوری

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

۲۸- محصولات که دارای تکنولوژی پیشرفته هستند، معمولاً به چه صورتی به بازار عرضه می گردند؟

۰۱. به صورت یکنواخت

۰۲. به صورت استاندارد

۰۳. به صورت غیر یکنواخت

۰۴. به صورت انبوه

۲۹- کانل تولیدکننده - کارگزار - استفاده کننده در چه مواردی کاربرد دارد؟

۰۱. برای دستیابی به خرده فروشهای کوچک

۰۲. برای معاملات محصولات صنعتی

۰۳. برای توزیع محصولات مصرفی

۰۴. برای شرکتهای فاقد بخش فروش

۳۰- کدام نوع خرده فروشی از مزیت خرید کلان برخوردار است و از انبارها و حمل و نقل مشترک استفاده می کند؟

۰۱. سوپر مارکتها

۰۲. فروشگاههای ارزان

۰۳. فروشگاههای بزرگ

۰۴. فروشگاههای زنجیره ای

۳۱- برای حمل مایعاتی نظیر آب میوه و روغن نباتی از چه نوع کانتینری استفاده می شود؟

۰۱. کانتینرهای خشک

۰۲. کانتینرهای یخچال دار

۰۳. کانتینرهای تانکر مانند

۰۴. کانتینرهای بغل دار

۳۲- شرط مهم در قرارداد های توزیع کدام است؟

۰۱. ثبات

۰۲. تعهد

۰۳. تطبیق با الزامات

۰۴. امکان ابطال قرارداد

۳۳- مهمترین و حساسترین قسمت هر آگهی چیست؟

۰۱. هدف

۰۲. جذابیت

۰۳. عنوان

۰۴. صداقت

۳۴- هر نوع تبلیغ غیر شخصی درباره اندیشه ها، کالاها یا خدماتی که بابت آن تبلیغ پولی پرداخت شود را چه می نامند؟

۰۱. آگهی

۰۲. تبلیغات تجاری

۰۳. بروشور

۰۴. تراکت

۳۵- خدمات بعد از فروش در کدام دسته عوامل موثر بر قیمت گذاری قرار می گیرد؟

۰۱. عوامل شرکت و تولید

۰۲. عوامل بازار

۰۳. عوامل محیطی

۰۴. عوامل ساختاری

۳۶- در ماتریس BCG حالتی که نرخ رشد بازار بالا ولی سهم بازار پایین است

۰۱. ستاره

۰۲. سگ

۰۳. علامت سوال

۰۴. گاو شیرده

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

۳۷- در کدام نوع از روشهای قیمت گذاری، کالا با قیمت نازلتر را نزد کالای با قیمت بالاتر از همان مارک یا مارک رقیب می گذارند؟

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

۳۸- براساس کدام روش قیمت گذاری، قیمت تنظیم شده در فاکتور عبارتست از اصل بها کالا و هزینه حمل مربوط تا کنار وسیله نقلیه .

۰۱. قیمت بر اساس فوب
۰۲. قیمت بر اساس اف - ا - اس
۰۳. قیمت بر اساس CIF
۰۴. قیمت بر اساس C & F

۳۹- تحلیل SWOT مربوط به کدام مرحله از فرآیند برنامه ریزی استراتژیک می باشد؟

۰۱. ایجاد استراتژی بازاریابی
۰۲. هدف گذاری در بازاریابی
۰۳. مشاهده نتایج
۰۴. ارائه تحلیل موقعیت

۴۰- این نوع ساختار ترکیبی از ساختار سازمانی بر مبنای محصول و ساختار سازمانی بر مبنای ناحیه می باشد .

۰۱. ساختار ماتریسی
۰۲. ساختار بر مبنای وظیفه
۰۳. ساختار ترکیبی
۰۴. ساختار بر مبنای مشتری