

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

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

سری سوال: یک ۱

عنوان درس: مدیریت بازاریابی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت بازرگانی (چندبخشی) ۱۲۳۵۰۱۱

۱- محصولی که خواسته مربوط به نیاز خاصی را کاملاً ارضاء نماید، چه نامیده می شود؟

۱. خواسته ۲. نیاز ۳. مبادله ۴. کالای ایده آل

۲- « محصولات و خدماتی که آنها برای رفاه عمومی جامعه و تبع آن برای رفاه مصرف کننده و عرضه کننده آن مضر است » چه نوع تقاضایی است و نام رسمی بازاریابی آن چیست؟

۱. تقاضای ناسالم - بازاریابی مقابله ای
۲. تقاضای ناسالم - بازاریابی تضعیفی
۳. تقاضای منفی - بازاریابی مقابله ای
۴. تقاضای پنهان - بازاریابی تضعیفی

۳- پیروان کدام یک از فلسفه های مدیریت بازاریابی اعتقاد دارند که « مصرف کنندگان کالایی را می خردند که بهترین کیفیت، عملکرد و شکل را دارا باشد »؟

۱. فلسفه تولید ۲. فلسفه کالا ۳. فلسفه کالا ۴. فلسفه فروش

۴- فلسفه فروش در مورد کدام یک از کالاهای زیر به کار گرفته می شود؟

۱. بیمه عمر ۲. کتب درسی ۳. لوازم بهداشتی ۴. مواد غذایی

۵- « عادات خرید »، « کانالهای توزیع » و « تکنولوژی » به ترتیب از اجزاء کدام یک از انواع محیط های بازاریابی می باشد؟

۱. محیط بازار - محیط عمومی - محیط سازمانی
۲. محیط بازار - محیط سازمانی - محیط عمومی
۳. محیط سازمانی - محیط بازار - محیط عمومی
۴. محیط سازمانی - محیط عمومی - محیط بازار

۶- کدام یک از جوامع زیر از مدیران و کارکنان شرکت اعم از کارمندان و کارگران تشکیل می شود که احساس مطلوب آنها نسبت به شرکت می تواند به طرز تفکر جوامع خارجی نیز سرایت نموده و باعث موفقیت شرکت بشود؟

۱. جوامع داخلی ۲. جوامع محلی ۳. جوامع مالی ۴. جوامع شهروند

۷- کدام یک از عوامل اصلی محیط کلان موسسه از نهادها و سایر عوامل و نیرو هایی تشکیل می شود که ارزش ها، باورها و اعتقادات، هنجارها، ترجیحات و رفتار افراد جامعه را تحت تاثیر قرار می دهند؟

۱. نیرو های طبیعی ۲. نیرو های سیاسی
۳. نیرو های فرهنگی ۴. نیرو های جمعیت شناختی

۸- « افزایش هزینه انرژی » در کدام یک از عوامل محیط کلان موسسات مورد توجه بازاریابان قرار می گیرد؟

۱. نیرو های طبیعی ۲. نیرو های سیاسی ۳. نیرو های اقتصادی ۴. نیرو های تکنولوژیکی

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

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

سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: مدیریت بازاریابی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت بازرگانی (چندبخشی) ۱۲۳۵۰۱۱

۹- امروزه اکثر شرکتها به سمت کدام یک از انواع بازاریابی گرایش پیدا کرده اند؟

- ۰۱ بازاریابی انبوه ۰۲ بازاریابی تفکیکی ۰۳ بازاریابی تنوع کالا ۰۴ بازاریابی هدف دار

۱۰- «وضعیت وفاداری» و «سبک زندگی» از اجزاء کدام یک از متغیرهای اصلی تقسیم بازار و اجزاء تشکیل دهنده آن می باشد؟

- ۰۱ تقسیم بندی رفتاری - تقسیم روانی ۰۲ تقسیم بندی جمعیتی - تقسیم جغرافیایی
۰۳ تقسیم جغرافیایی - تقسیم روانی ۰۴ تقسیم بندی رفتاری - تقسیم بندی جمعیتی

۱۱- از مزایای کدام یک از استراتژیهای تعیین بازار هدف، افزایش سطح فروش و گسترش شهرت و معرفیت تجاری موسسه می باشد ولی هزینه های تولید و بازاریابی آن نسبت به سایر روشها بالا است؟

- ۰۱ استراتژی بازاریابی متمرکز ۰۲ استراتژی بازاریابی یکسان
۰۳ استراتژی بازاریابی غیر تکمیلی ۰۴ استراتژی بازاریابی متفاوت

۱۲- وقتی که رقبا بازار را تقسیم بندی نکرده و از بازاریابی غیر تفکیکی استفاده می نمایند، استفاده از کدام یک از استراتژی های بازاریابی بسیار مفید خواهد بود؟

- ۰۱ تفکیکی ۰۲ غیر تفکیکی ۰۳ یکسان ۰۴ اجتماعی

۱۳- بازاری که در آن افراد هم مشتاق خرید کالا بوده وهم به آن کالا نیازمند هستند ولی پول کافی برای خرید کالای عرضه کننده را ندارند، چه نام دارد؟

- ۰۱ بازار فعال ۰۲ بازار بالقوه ۰۳ بازار پنهان ۰۴ بازار محتمل

۱۴- کدام یک از انواع بازاریابی زمانی صورت می گیرد که نیاز هنوز به طور صریح خودش را نشان نداده است ولی با توجه به تغییر و تحولات موجود در جامعه پیش بینی می شود که به زودی بروز نماید؟

- ۰۱ بازاریابی واکنشی ۰۲ بازاریابی پیش بین ۰۳ بازاریابی نیاز آفرین ۰۴ بازاریابی فعال

۱۵- کدام یک از گزینه های زیر جزء عوامل شخصی محسوب می شوند؟

- ۰۱ شکل و سبک زندگی ۰۲ گروه های مرجع ۰۳ طبقه اجتماعی ۰۴ خرده فرهنگ

۱۶- کدام یک از گزینه های زیر می تواند نقش عمده ای در شکل گیری یک طبقه اجتماعی ایفا کند؟

- ۰۱ دین ۰۲ ملیت ۰۳ شغل ۰۴ نژاد

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

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

سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: مدیریت بازاریابی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت بازرگانی (چندبخشی) ۱۲۳۵۰۱۱

۱۷- سبک و شیوه زندگی انسان ها عمدتاً تحت تاثیر کدام یک از گزینه های زیر قرار می گیرند؟

۱. شخصیت ۲. جهان بینی ۳. خرده فرهنگ ۴. طبقه اجتماعی

۱۸- تبلیغ انواع بیمه های عمر ، حوادث و بازنشستگی در راستای توجه به کدام یک از نیازهای افراد صورت می گیرد؟

۱. نیازهای فیزیولوژیکی ۲. نیازهای اجتماعی
۳. نیازهای خودیابی ۴. نیازهای تامین و امنیت

۱۹- کدام یک از عوامل زیر جزء عوامل قابل کنترل موسسات در پیش بینی فروش تلقی می گردد؟

۱. ویژگی های جمعیتی بازار ۲. میزان فعالیت های بازاریابی موسسه
۳. وضعیت رقبا ۴. سرعت پیشرفت تکنولوژی

۲۰- به سهم بازار موسسه نسبت به بزرگترین رقیب خود در بازار کدام گزینه اطلاق می شود؟

۱. سهم بازار نسبی ۲. سهم بازار مطلق ۳. سهم بازار تسخیر شده ۴. سهم بازار در دسترس

۲۱- به تمام یا بخشی از بازار در دسترس واجد شرایط که موسسه برای انجام فعالیت های بازاریابی انتخاب می کند ، کدام گزینه اطلاق می شود؟

۱. بازار در دسترس ۲. بازار تسخیر شده ۳. بازار هدف ۴. بازار بالقوه

۲۲- در فرآیند پیش بینی میزان فروش آتی ، مهمترین مسئله برای مدیران بازاریابی موسسات ، کدام گزینه است؟

۱. انتخاب مدل مناسب ۲. بررسی سری های زمانی
۳. بررسی وضع رقبا ۴. انتخاب دقیق متخصصین

۲۳- در کدام یک از مدل های پیش بینی زیر ، بیشترین وزن به نقطه مرکزی مشاهدات داده می شود؟

۱. مدل پیش بینی بدون تغییر ۲. مدل میانگین متحرک موزون
۳. مدل پیش بینی با درصد تغییر ۴. مدل میانگین متحرک ساده

۲۴- در کدام یک از مدل های پیش بینی ، معمولاً بدون این که خرید واقعی از ناحیه مشتریان صورت پذیرد ، رفتار خرید آنان مورد سنجش و اندازه گیری واقع می شود؟

۱. مدل دلفی ۲. مدل تست بازار
۳. مدل بررسی قصد خریداران ۴. مدل شبیه سازی آزمایش بازار

۲۵- در سلسله مراتب اهداف یک شرکت تولیدی ، کاهش هزینه ها و افزایش فروش ، مربوط به کدام یک از مراحل زیر است؟

۱. اهداف بازاریابی ۲. اهداف حرفه ای ۳. رسالت شرکت ۴. استراتژی بازاریابی

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

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

سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: مدیریت بازاریابی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت بازرگانی (چندبخشی) ۱۲۳۵۰۱۱

۲۶- کدام یک از گزینه های زیر جزء سبک های مدیریتی در عوامل موثر در طراحی سازمان می باشد؟

۱. نوع منابع انسانی
۲. استراتژی ها و خط مشی ها
۳. شکل فرآیند تصمیم گیری
۴. قوانین دولتی

۲۷- در کدام یک از انواع ساختارهای سازمانی واحد بازاریابی، معاونت بازاریابی کلیه امور مربوطه را در حیطه کاری خود به فعالیتهای تخصصی جداگانه تقسیم و مسئولیت هر یک از این فعالیتها را به مدیریت مستقلى واگذار می نماید؟

۱. سازمان جغرافیایی
۲. سازمان عملیاتی
۳. سازمان مدیریت محصول
۴. سازمان مدیریت بازار

۲۸- کدام یک از مراحل محتوای یک برنامه عملیات بازاریابی، توصیف کننده برنامه های جامع بازاریابی است که لازمه نیل به اهداف موسسه هستند؟

۱. برنامه های کاری
۲. اهداف
۳. استراتژی های بازاریابی
۴. کنترل

۲۹- «ضمانت و گارانتی» و «شرایط پرداخت» به ترتیب از اجزاء کدام یک از آمیخته های بازاریابی برای خدمات می باشند؟

۱. محصول - فرآگرد
۲. پیشرفت - مردم
۳. محصول - قیمت
۴. شواهد عینی - فرآگرد

۳۰- کدام یک از موارد زیر به عنوان یکی از قدرتمند ترین جنگ افزارها در زرادخانه بازاریابی یک شرکت محسوب می شود که می تواند با برجسته نمودن محصول در بازار، رقبای قوی را نیز از پای در آورد؟

۱. مارک محصول
۲. کیفیت کالا
۳. بسته بندی محصول
۴. طرح کالا

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