

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) ۱۳۳۵۰۱۱

۱- هسته مرکزی بازاریابی، و واحد اندازه گیری بازاریابی به ترتیب در کدام گزینه درج گردیده است؟

۱. بازار - تقاضا ۲. تقاضا - بازار ۳. مبادله - معامله ۴. معامله - مبادله

۲- در کدامیک از گزینه های زیر مدیر بازاریابی سعی در از بین بردن تقاضا دارد؟

۱. بازاریابی مقابله ای ۲. بازاریابی تضعیفی ۳. بازاریابی محافظتی ۴. بازاریابی مجدد

۳- کدامیک از اهداف بازاریابی زیر به دنبال تنوع بخشیدن به کالاهاست؟

۱. به حداکثر رساندن کیفیت زندگی ۲. به حداکثر رساندن حق انتخاب
۳. به حداکثر رساندن رضایت مصرف کننده ۴. به حداکثر رساندن سطح مصرف

۴- فروش مجدد در کدامیک از بازارهای زیر صورت می پذیرد؟

۱. صنعتی ۲. مصرف کننده ۳. واسطه ای ۴. دولتی

۵- سازمان حمایت از مصرف کننده در کدامیک از جوامع بازاریابی قرار دارد؟

۱. رسانه ای ۲. عمومی ۳. دولتی ۴. شهروند

۶- کدامیک از گزینه های زیر به بازار زنان شاغل مرتبط می باشد؟

۱. توجه به خرده فرهنگ ها ۲. پایداری ارزشهای فرهنگی
۳. جایجایی ارزشهای فرهنگی ثانویه ۴. کم شدن تعداد پرسنل موسسات

۷- کدامیک از گزینه های زیر مربوط به عوامل روان تشریحی بازار می باشد؟

۱. درآمد ۲. طبقه اجتماعی ۳. مناسبتها و موقعیتها ۴. تراکم جمعیت

۸- زمانیکه شرکتی، کالای جدیدی را به بازار عرضه میکند و محصول عرضه شده در ابتدای منحنی عمر خود (مرحله معرفی) قرار دارد، استفاده از کدام استراتژی بازاریابی مفیدتر است؟

۱. تفکیکی ۲. تنوع کالا
۳. غیرتفکیکی و یا متمرکز ۴. انبوه یا یکنواخت

۹- این سخن از کیست؟ «شرکتها نمیتوانند به شما تضمین شغلی بدهند، این کار از مشتریان ساخته است»

۱. جک ولش ۲. آکیو موریتا ۳. آنتونی رابینز ۴. فلیپ کاتلر

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) ۱۳۳۵۰۱۱

۱۰- در بازارهای نیمه توسعه یافته، اکثر افراد در کدام مرحله از نیازها قرار دارند؟

۱. خودشکوفایی
۲. مادی و تامین و امنیت
۳. قدر و منزلت
۴. اجتماعی و تعلق خاطر

۱۱- کدامیک از گزینه های زیر مربوط به جعبه سیاه خریداران می باشد؟

۱. قیمت و صفات و ویژگیهای محصول
۲. عکس العمل خریدار
۳. فرآیند تصمیم گیری خریدار
۴. پیشبرد فروش

۱۲- کدامیک از گزینه های زیر به جهان بینی افراد هنگام خرید و رفتار مصرفی آنان مربوط می شود؟

۱. سبک و شیوه زندگی
۲. شخصیت
۳. طبقه اجتماعی
۴. نقش و منزلت اجتماعی

۱۳- کدامیک از گزینه های زیر با ساماندهی و تفسیر اطلاعات محیط پیرامون بر خرید و رفتار مصرفی فرد تاثیر می گذارد؟

۱. انگیزه
۲. ادراک
۳. یادگیری
۴. باور

۱۴- کدامیک از گزینه های زیر در علم بازاریابی، تعریف فروش محسوب نمی گردد؟

۱. هدایت و راهنمایی مشتری تا طالب و خواهان کالاها و خدمات عرضه شده فروشنده شود.
۲. هدایت و مساعدت به مشتری و وادار نمودن وی به خرید محصولات عرضه شده فروشنده میباشد.
۳. کمک و مساعدت به مشتری برای خرید محصول با محصولاتی که دوست دارد آنها را با خود داشته باشد.
۴. فرآیندی که با شناسایی نیاز و خواسته مشتری توسط فروشنده شروع شده و با ارایه راه حل مناسب برای رفع نیاز ادامه می یابد تا نهایتاً مشتری برای قبول راه حل متقاعد گردد.

۱۵- کدام گزینه زیر به بازاری اطلاق میگردد که مصرف کنندگان در آن کالای شرکت مورد نظر و کالای مشابه موسسات رقیب را خریداری کرده اند؟

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

۱۶- کدام مدل زیر مربوط به شناسایی و تعیین متغیرهای وابسته و مستقل می باشد؟

۱. پیش بینی باکس و جنکینز
۲. نمو هموار هلت وینترز
۳. پیش بینی اقتصاد سنجی
۴. میانگین متحرک موزون

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) ۱۳۳۵۰۱۱

۱۷- از کدام مدل زیر به عنوان روش نظریه کارشناسی نام برده می شود؟

۱. قصد خریداران
۲. نقطه نظرات فروشندگان
۳. دیدگاه مجموعه مدیران
۴. دلفی

۱۸- در کدامیک از روشهای زیر معمولاً بدون اینکه خرید از ناحیه مشتری صورت پذیرد رفتار خرید آنان مورد سنجش و اندازه گیری قرار می گیرد؟

۱. شبیه سازی آزمایش بازار
۲. تست بازار
۳. بررسی قصد خریداران
۴. نقطه نظرات فروشندگان

۱۹- کدامیک از گزینه های زیر میتواند درک صحیحی از آینده به مدیران بدهد؟

۱. قضاوت را جایگزین پیش بینی نموده و از تجارب بهره برداری نمایند.
۲. قبل از به کارگیری مدل‌های پیش بینی، پیش فرض درستی از زمان وقوع نقاط عطف در اقتصاد و تغییر و تحولات آینده داشته باشند.
۳. با ورود رقبا به بازار، میزان قدرتمندی آنها را تعیین نمایند.
۴. صرف نظر از وقایع و حوادث غیرمترقبه و غیرقابل پیش بینی، میزان اثربخشی عملکرد بازاریابی شرکت را تعیین نمایند.

۲۰- در شرکتهای چند ملیتی، کدام معاونت می تواند به عنوان قائم مقام مدیر عامل شرکت عمل نماید؟

۱. اداری و مالی
۲. تولیدی
۳. بازاریابی
۴. فنی و تخصصی

۲۱- رایجترین ساختار سازمانی واحد بازاریابی کدام است؟

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

۲۲- در برنامه ریزی استراتژیک کدام سطح سازمانی به تهیه برنامه های بازاریابی هر بخش می پردازد؟

۱. سطح چهارم
۲. سطح اول
۳. سطح سوم
۴. سطح دوم

۲۳- به اعتقاد فلیپ کاتلر در صورت بروز تضاد سازمانی در ساختار ماتریسی، قدرت نهایی در دست کدام مدیر باید باشد؟

۱. مدیر محصول
۲. مدیر عملیاتی
۳. مدیر بازار
۴. مدیر کارگزینی

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) ۱۳۳۵۰۱۱

۲۴- کدامیک از مراحل برنامه ریزی بازاریابی یک موسسه به «تنظیم برنامه های اجرایی بازاریابی» و «اداره کردن تلاشهای بازاریابی» می پردازد؟

۱. ایجاد هماهنگی و کنترل
۲. توسعه برنامه ها و استراتژی های بازاریابی
۳. تعیین اهداف
۴. تحلیل موقعیتهای و جریانات

۲۵- کدامیک از گزینه های زیر وجه تمایز خدمت از کالا محسوب می شود؟

۱. خدمات را می توان با اقداماتی نظیر کنترل کیفیت، استاندارد نمود.
۲. خدمات به طور مستقیم و غیرمستقیم تحت تاثیر مشتریان قرار می گیرد.
۳. خدمات به صورت رو در رو و به هنگام مصرف شکل میگیرند و از دوام برخوردارند.
۴. خدمات تحت تاثیر و طرز تفکرات مشتری است نه عرضه کننده.

۲۶- هرگاه بیمه را با کدام ویژگی مرتبط سازیم، بیمه نوعی خدمت تلقی میشود و اصول بازاریابی خاص خود را دارد؟

۱. قابلیت استاندارد کمتر
۲. غیرقابل ذخیره بودن
۳. گذرا و موقتی بودن
۴. رضایتمندی مشتری

۲۷- کدامیک از گزینه های زیر به ترتیب مربوط به FC و FP می باشند؟

۱. ارتباطات - پیشبرد فروش
۲. محصول - هزینه مشتری
۳. قیمت - راه حل مشتری
۴. مکان توزیع - سود و آسایش مشتری

۲۸- در کدام گزینه زیر موسسه بدنبال هدف رهبری کالا از نظر کیفیت می باشد؟

۱. قیمت پایینی را برای کالاهای خود تعیین خواهد نمود.
۲. قیمت بالایی را برای محصول خود در شرایطی که تهدیدات جدی در بازار وجود نداشته باشد تعیین خواهد نمود.
۳. قیمت محصولات خود را تا حد امکان پایین انتخاب میکند.
۴. قیمت فروش بالایی را که تمام هزینه ها را پوشش داده و سودی را عاید شرکت سازد برای کالاهایش تعیین نماید.

۲۹- چه سطحی از قیمت گذاری نسبت به رقبا در کیفیتهای مشابه کالا، باعث تشدید رقابت می شود و می تواند شکل و ماهیت رقابت را نیز عوض کند و چه سطحی از قیمت گذاری نیز در همان کیفیتهای مشابه محصولات، به ترتیب رقابت را کمتر نموده و یا اینکه با خروج رقبا از بازار آن را به حد صفر می رساند؟

۱. پایین تر - بالاتر
۲. پایین تر - معادل
۳. بالاتر - پایین تر
۴. معادل - بالاتر

۳۰- کدامیک از بخشهای یک موسسه از مسئولیت دوگانه برخوردار است؟

۱. تولید
۲. بازاریابی
۳. کارگزینی
۴. مالی