

کارشناسی و کارشناسی ارشد

حضرت علی(ع): دانش راهبر نیکویی برای ایمان است

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

۱- بسیاری از تفاوت‌های موجود بین بازاریابی داخلی و بازاریابی بین المللی ، ماهیتاً مربوط به کدام یک از گزینه های زیر می شود؟

- ۱. فرهنگ
- ۲. اقتصاد
- ۳. محیط
- ۴. رقبا

۲- کدام یک از موارد زیر ، از عناصر مزیت استراتژیک بازاریابی نمی باشد؟

- ۱. کانالهای توزیع
- ۲. درآمد مؤثر خانوارها
- ۳. روشهای مؤثر بسته بندی
- ۴. سیستم کارآمد تحقیقات بازاریابی

۳- تجارت جهانی ، امروزه یک مجموعه به هم پیوسته جهانی ، از کدام یک از گزینه های زیر می باشد ، که در گذشته ناشناخته بوده اند؟

- ۱. رقبا ، بازارها ، شرایط زندگی مطلوب
- ۲. رقبا ، بازارها ، تکنولوژی
- ۳. بازارها ، تکنولوژی ، شرایط زندگی استاندارد
- ۴. بازارها ، تکنولوژی ، کیفیت زندگی

۴- انسانها عقاید خود را به وسیله کدام یک از گزینه های زیر مبادله می کنند؟

- ۱. مذهب
- ۲. تعلیم و تربیت
- ۳. هنر
- ۴. زبان

۵- عبارت « اقدامی متهورانه برای قرار دادن طرفی از معامله در جایگاهی برتر می باشد » ، بیان کننده ی کدام یک از تاکتیک های فرآیند مذاکره است؟

- ۱. تاکتیک FAIFACCOMPLI
- ۲. تاکتیک اقدام به حمله
- ۳. تاکتیک حمله غافلگیرانه
- ۴. تاکتیک عبور از موانع با یک پرش

۶- این مسئله زمانی حاد می شود که تیم مذاکره گر ، تجربه کمی در برخورد با فروشنده دارد . این عبارت مربوط به کدام یک از تاکتیکهای فرآیند مذاکره است؟

- ۱. مربوط به تاکتیک ایجاد وقفه در مذاکره است .
- ۲. مربوط به تاکتیک نقض مفاد قرارداد است .
- ۳. مربوط به تاکتیک در اختیار گرفتن کنترل دستور جلسه است .
- ۴. مربوط به تاکتیک حفظ آبرو در مذاکره غیره رسمی است .

کارشناسی و کارشناسی ارشد

حضرت علی(ع): دانش راهبر نیکویی برای ایمان است

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 (چندیخشی) ۱۲۱۸۰۷۹ - ،مدیریت بازرگانی،مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین الملل)،مدیریت بازرگانی (بازاریابی)،مدیریت بازرگانی (بازاریابی -بازرگانی بین الملل) ،مدیریت بازرگانی،مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین الملل)،مدیریت بازرگانی (بازاریابی)،مدیریت بازرگانی (بازاریابی -بازرگانی بین الملل) ۱۲۱۸۱۴۵

۷- برای انجام یک مذاکره موفق در زمینه های بازاریابی بین المللی و فروش ، پس از تعیین هدف ، باید کدام یک از گزینه های زیر مشخص گردد؟

- ۰۱ نقش شخص یا اشخاص مذاکره کننده
- ۰۲ میزان ثمربخش بودن مذاکرات
- ۰۳ حیطة و حدود مطالب مورد بحث یا دستور جلسه
- ۰۴ روشهای مذاکره

۸- برای موفقیت ، اگر طرفین مایل به این کار باشند باید معضل امتیازدهی را حل کرد . این عبارت مربوط به کدام یک از مراحل مذاکره است؟

- ۰۱ مرحله تصمیم گیری و اقدام
- ۰۲ مرحله پیش مذاکره
- ۰۳ مرحله مذاکره گسترده
- ۰۴ مرحله مذاکره تلفیقی

۹- بارزترین موارد اختلاف در سلیقه های هنری ، کدام یک از گزینه های زیر است؟

- ۰۱ موسیقی ، زیبا شناسی ، طراحی
- ۰۲ زیبا شناسی ، رنگ ، طراحی
- ۰۳ طراحی ، موسیقی ، رنگ
- ۰۴ رنگ ، موسیقی ، زیبا شناسی

۱۰- استفاده از اعطای جایزه و اعمال تخفیفات ویژه در مدت زمانهای کوتاه ، برای تحقق کدام یک از اهداف ارتباطات به کار می رود؟

- ۰۱ انجام عمل خرید
- ۰۲ مصمم ساختن
- ۰۳ علاقمند کردن مشتریان به استفاده از کالا
- ۰۴ برتر دانستن

۱۱- مراحل توسعه اقتصادی کشور بر اساس طبقه بندی روستو ، به چند مرحله تقسیم می شود؟

- ۰۱ سه مرحله
- ۰۲ چهار مرحله
- ۰۳ پنج مرحله
- ۰۴ شش مرحله

۱۲- متداول ترین محدودیت وارداتی برای کالاهای خارجی در سیستم بازرگانی بین المللی ، کدام یک از گزینه های زیر است؟

- ۰۱ کنترل ارز
- ۰۲ سهمیه ها
- ۰۳ حمایت های اداری
- ۰۴ تعرفه های گمرکی

۱۳- عبارت « اتحادیه حقوق گمرکی است که نیروی کار و سرمایه به آسانی قابل مبادله است.» بیانگر کدامیک از مفاهیم زیر است؟

- ۰۱ اتحادیه اقتصادی
- ۰۲ اتحادیه سیاسی
- ۰۳ بازار مشترک
- ۰۴ مناطق آزاد تجاری

کارشناسی و کارشناسی ارشد

حضرت علی(ع): دانش راهبر نیکویی برای ایمان است

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 (چندیخشی) (۱۲۱۸۰۷۹ - ،مدیریت بازرگانی،مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین الملل)،مدیریت بازرگانی (بازاریابی)،مدیریت بازرگانی (بازاریابی -بازرگانی بین الملل) ،مدیریت بازرگانی،مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین الملل)،مدیریت بازرگانی (بازاریابی)،مدیریت بازرگانی (بازاریابی -بازرگانی بین الملل) (۱۲۱۸۱۴۵

۱۴- « شروطی از قبیل کاهش تعرفه ، کاهش تورم ، پایین آوردن هزینه های دولتی و ایجاد واحدهای بازرگانی مستقل » در مقابل اعطای وام به کشورهای در حال توسعه ، برای کدام یک از گزینه های زیر بیان شده است ؟

- ۰۱ بانک بین المللی ترمیم و توسعه
- ۰۲ شرکت مالی بین المللی
- ۰۳ صندوق بین المللی پول
- ۰۴ مؤسسه توسعه بین المللی

۱۵- هدف از کمیسیون قانون تجارت بین الملل (Uncitral) ، کدام یک از گزینه های زیر است ؟

- ۰۱ توسعه قوانین تجاری برای کشورهای عضو
- ۰۲ ایجاد و توسعه یک قانون تجاری یکسان برای تمام دنیا
- ۰۳ ثبت بین المللی مارک های تجاری
- ۰۴ ثبت محصول برای ایجاد حق انحصاری فروش آن

۱۶- کدام یک از گزینه های زیر درباره ی « یاتا » صحیح است ؟

- ۰۱ یک سازمان وابسته به سازمان ملل با ۱۲۸ کشور عضو است .
- ۰۲ مقررات آن مقدماتاً فنی اند و خیلی بحث برانگیز نیستند .
- ۰۳ مقررات آن تجاری بوده و خیلی حساسند .
- ۰۴ سازمان بین المللی هواپیمایی کشوری است .

۱۷- برچسب کالا ، کلاً" بیشتر تابع کدام یک از گزینه های زیر است ؟

- ۰۱ مقررات بسته بندی
- ۰۲ مقررات قانونی
- ۰۳ مقررات کشور مقصد
- ۰۴ مقررات کشور مبدأ

۱۸- مسئله قانونی عمده برای صادرکننده ، کدام یک از گزینه های زیر است ؟

- ۰۱ آگاه شدن از قوانین ملی مربوط به قراردادهای توزیع کننده
- ۰۲ آشنایی با قوانین کشور میزبان
- ۰۳ آگاه شدن از سیستم توزیع کشور میزبان
- ۰۴ آشنایی با قوانین توزیع کشور میزبان

۱۹- گام نهایی برای تعیین اطلاعات ضروری جهت تصمیم بازاریابی ، کدام یک از گزینه های زیر است ؟

- ۰۱ طراحی سیستم اطلاعاتی
- ۰۲ پیش بینی نیازها و خواسته های مردم
- ۰۳ تعیین هویت مردم
- ۰۴ تجزیه و تحلیل اطلاعات

کارشناسی و کارشناسی ارشد

حضرت علی(ع): دانش راهبر نیکویی برای ایمان است

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

۲۰- در جایی که واکنش افراد بازرگانی (تولید کنندگان و توزیع کنندگان) برای مشارکت ، یک واکنش بی میلی است ، ممکن است این امر ناشی از ، کدام یک از گزینه های زیر باشد ؟

- ۱. ناشی از انگیزشهای گوناگون باشد .
- ۲. ناشی از ماهیت و نقش مدیریت باشد .
- ۳. ناشی از سازمان اجتماعی باشد .
- ۴. ناشی از رکود اقتصادی باشد .

۲۱- کدام یک از گزینه های زیر از « ارکان اساسی سیستم اطلاعاتی بازاریابی » نمی باشد ؟

- ۱. تجزیه و تحلیل و پردازش داده ها و سیستم گزارش گیری
- ۲. شناخت اطلاعات مورد نیاز سیستم اطلاعاتی بازاریابی
- ۳. کاربرد اطلاعات جمع آوری شده در تصمیم گیری های بازاریابی
- ۴. روش جمع آوری اطلاعات بازاریابی

۲۲- « قوانین و مقررات صادرات و واردات برای کشور مبدأ » مربوط به کدام یک از گزینه های زیر است ؟

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

۲۳- کدام یک از گزینه های زیر بیان کننده ی سبک های جمع آوری اطلاعات از طریق نظارت می باشد ؟

- ۱. نظاره گری - تجسس
- ۲. راهنمایی - تحقیق
- ۳. راهنمایی - نظاره گری
- ۴. تحقیق - تجسس

۲۴- در کدام یک از روش های زیر ، تلاش سازمان یافته ای برای کسب اطلاعات خاص برای هدفهای خاص ارائه می شود ؟

- ۱. تجسس
- ۲. تحقیق
- ۳. نظارت
- ۴. راهنمایی

۲۵- « شرکت انحصار گر » در خصوص کدام یک از عوامل مؤثر در شکل گیری استراتژی بازاریابی بین المللی ، بیان شده است ؟

- ۱. عوامل بازار
- ۲. عوامل جغرافیایی
- ۳. عوامل شرکت
- ۴. عوامل رقابتی

کارشناسی و کارشناسی ارشد

حضرت علی(ع): دانش راهبر نیکویی برای ایمان است

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

۲۶- در انتخاب روش ورود به بازار باید ، به کدام یک از سوالات زیر پاسخ داده شود ؟

- ۱. ماهیت و قدرت رقابتی شرکت چگونه است ؟
- ۲. قدرت عرضه کنندگان محصول چقدر است ؟
- ۳. چه نوع محصولات و خدمات جدیدی را شرکت می تواند ارائه دهد ؟
- ۴. قدرت خرید مصرف کنندگان چقدر است ؟

۲۷- کدام یک از انواع استراتژیهای ورود به بازار جهانی ، از نظر سرمایه گذاری پر ریسک می باشد و نیاز به کنترلهای بیشتری دارد ؟

- ۱. فرانسیز
- ۲. شرکتهای تجاری
- ۳. نمایندگی های فروش بازاریابی مستقیم
- ۴. تولید محصول در خارج (بازار هدف)

۲۸- کدام یک از استراتژیهای زیر در گروه « استراتژیهای تولید خارجی بدون سرمایه گذاری مستقیم » قرار می گیرد ؟

- ۱. سرمایه گذاری مشترک
- ۲. خرید شرکت خارجی
- ۳. مالکیت کامل واحد تولیدی از طریق ساخت
- ۴. تولید قراردادی

۲۹- کدام یک از گزینه های زیر ، کارتولیدی کاملی نیست اما ارزش افزوده عمده ای در بازار محلی ایجاد می کند ؟

- ۱. تولید بر اساس قرارداد
- ۲. عملیات مونتاژ در خارج
- ۳. لیسانس یا اعطای مجوز ساخت
- ۴. ساخت یک شرکت جدید

۳۰- برای اجرای استراتژی صادرات ، باید کدام یک از اقدامات زیر انجام شود ؟

- ۱. استراتژی تنوع محصول
- ۲. استراتژی عدم تغییر محصول صادراتی
- ۳. استراتژی تغییر محصول
- ۴. استراتژی توسعه خط محصول

۳۱- کدامیک از اصطلاحات زیر بیان کننده ی « تحویل کالا در مقصد تعیین شده ، مختص حمل با کامیون » می باشد ؟

- ۱. CPT
- ۲. FOB
- ۳. FCA
- ۴. C&F

۳۲- کدام یک از گزینه های زیر ، جزء عناصر تشکیل دهنده ی روش بازاریابی عمودی نیست ؟

- ۱. خرده فروش ها
- ۲. کارگزاران
- ۳. عمده فروش ها
- ۴. تولید کننده

کارشناسی و کارشناسی ارشد

حضرت علی(ع): دانش راهبر نیکویی برای ایمان است

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

۳۳- استفاده از کدام یک از روشهای های زیر ، درباره ی خدماتی که در توزیع به خریداران ارائه می شود : در مسیرهای طولانی مؤثرتر هستند ؟

- ۱. انتقال فیزیکی کالا
- ۲. روش های نگهداری و انبارداری
- ۳. روش مونتاژ در توزیع
- ۴. پیشبرد فروش

۳۴- در کدام یک از انواع خرده فروشی ، مصرف کننده نهایی که حق انتخاب داشته باشد ، وجود ندارد ؟

- ۱. خریداران متشکل
- ۲. حراج در خرده فروشی
- ۳. دستگاههای خودکار
- ۴. فروشگاه های ارزان

۳۵- کدام یک از گزینه های زیر ، در خصوص آژانس های تبلیغاتی اختصاصی بیان شده است ؟

- ۱. فعالیت های ترویج فروش
- ۲. فعالیت های روابط عمومی
- ۳. تبلیغات در وسایل حمل و نقل
- ۴. انتخاب رسانه ، عقد قرارداد برای فضا در نشریات

۳۶- در بین عوامل مؤثر برقیمت گذاری در بازاریابی بین المللی ، کدام یک از عوامل زیر درگروه عوامل بازار قرار دارد ؟

- ۱. توسعه بازاریابی و فروش
- ۲. تغییرات نرخ ارز
- ۳. هدفهای بازاریابی شرکت
- ۴. خدمات پس از فروش

۳۷- کدام یک از حالات زیر در ماتریس گروه مشاورین بوستون ، بیان کننده ی « شرکت دارای سهم بازار بالا و لی نرخ رشد بازار پایین » است ؟

- ۱. علامت سؤال
- ۲. علامت ستاره
- ۳. علامت گاو شیرده
- ۴. علامت سگ

۳۸- « زمانی که پول محلی قویتر باشد » ، شرکت باید برای مقابله با انواع ریسک کدام یک از تاکتیک های زیر را در پیش گیرد ؟

- ۱. بهره وری را بهبود بخشیده و هزینه ها را کاهش دهد .
- ۲. پرداخت نقدی انجام دهد .
- ۳. محصول جدیدی را با امکانات اضافی معرفی نماید .
- ۴. روی قیمت رقابت نماید .

۳۹- در کدام یک از انواع معاملات متقابل ، تمام یا بخشی از هزینه خرید کالای سرمایه ای باید صرف خرید تجهیزات یا محصولات تولیدی آن کالای سرمایه ای شود ؟

- ۱. معاملات پایاپای
- ۲. خرید متقابل
- ۳. معاملات بای بک
- ۴. تجارت جبران متقابل

کارشناسی و کارشناسی ارشد

حضرت علی(ع): دانش راهبر نیکویی برای ایمان است

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

۴۰- برطبق اصول بازاریابی ، کانون فعالیتهای سازمان ، کدام یک از گزینه های زیر می باشد ؟

- ۱. تعیین استراتژی مطلوب
- ۲. تجزیه و تحلیل موقعیت
- ۳. تعیین هدفها و رسالت
- ۴. خواسته های مشتریان



ج	21
ب	22
ج	23
ب	24
د	25
الف	26
د	27
د	28
ب	29
د	30
الف	31
ب	32
ب	33
الف	34
ج	35
د	36
ج	37
الف	38
ج	39
د	40

شماره سوال	پاسخ صحیح
1	ج
2	ب
3	ج
4	د
5	الف
6	ب
7	ج
8	د
9	ج
10	الف
11	ج
12	د
13	ج
14	ج
15	ب
16	ج
17	ب
18	الف
19	ج
20	الف