



تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

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

سری سوال: یک ۱

عنوان درس: بازاریابی بین الملل

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت بازرگانی (چندبخشی) ۱۳۳۵۰۱۴

۱- این نوع بازاریابی چارچوب مقایسه رابطه بازاریابی با محیط آن در دو یا چند کشور است .

۰۱ بازاریابی تطبیقی      ۰۲ بازاریابی داخلی      ۰۳ بازاریابی بین الملل      ۰۴ بازاریابی شبکه ای

۲- کدام گزینه از عناصر مزیت استراتژیک بازاریابی نمی باشد؟

۰۱ روش های مؤثر بسته بندی      ۰۲ محیط بازاریابی  
۰۳ کانالهای توزیع      ۰۴ تبلیغات مؤثر

۳- مقررات پولی و مالی جزء کدام یک از عوامل محیطی در بازاریابی بین الملل می باشد؟

۰۱ عوامل اقتصادی      ۰۲ عوامل سیاسی      ۰۳ عوامل فرهنگی      ۰۴ عوامل انسانی

۴- اعتقادات یا باورهای عمومی جزء کدامیک از عوامل محیطی در بازاریابی بین الملل می باشد؟

۰۱ عوامل سیاسی      ۰۲ عوامل اقتصادی      ۰۳ عوامل فرهنگی      ۰۴ عوامل انسانی

۵- توسعه صنعتی جزء کدام یک از عوامل محیطی در بازاریابی بین الملل می باشد؟

۰۱ عوامل اقتصادی      ۰۲ عوامل سیاسی      ۰۳ عوامل فرهنگی      ۰۴ عوامل انسانی

۶- عبارت " دست نامرئی " در کدام یک از نظریه های زیر آمده است ؟

۰۱ نظریه مزیت نسبی      ۰۲ نظریه مزیت مطلق  
۰۳ نظریه دوره زندگی کالا      ۰۴ نظریه فراوانی عوامل تولید

۷- کدام کشور اولین صادر کننده و اولین وارد کننده در سطح جهانی قلمداد می شود ؟

۰۱ چین      ۰۲ روسیه      ۰۳ آلمان      ۰۴ آمریکا

۸- کدام گزینه از دلایل «متغیر بودن قیمت سهام کشورهای کمتر توسعه یافته در تجارت بین الملل» در بازار نمی باشد؟

۰۱ توسعه مواد مصنوعی      ۰۲ افزایش خودکفایی کشاورزی در کشورهای صنعتی  
۰۳ رشد تولید در مقایسه با تولیدات اولیه در سطح جهان      ۰۴ ایجاد تنوع

۹- سندی که کلیه معاملات اقتصادی بین یک کشور با سایر کشور ها در دوره ای مشخص (که اصولاً یک سال است ) را نشان می دهد، چه نام دارد ؟

۰۱ سند پرداخت      ۰۲ تراز تجاری      ۰۳ سند تفاهم      ۰۴ تراز پرداخت ها

۱۰- اقلام مربوط به واردات و صادرات طلا در کدام یک از بخش های تراز پرداخت ها آورده می شود ؟

۰۱ حساب جاری      ۰۲ حساب سرمایه      ۰۳ حساب رسمی خزانه      ۰۴ حساب سرمایه گذاری



تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

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

سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: بازاریابی بین الملل

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت بازرگانی (چندبخشی) ۱۲۳۵۰۱۴

۱۱- سرمایه گذاری های کوتاه مدت و بلند مدت در خارج و داخل کشور در کدام یک از بخش های تراز پرداخت ها آورده می شود؟

۱. حساب سرمایه      ۲. حساب جاری      ۳. حساب سود و زیان      ۴. حساب رسمی خزانه

۱۲- مالیات و عوارضی که دولت به منظورهای مالی و حمایتی و یا جزء آن، هنگام عبور کالاهای خارجی از مرزهای کشور اخذ می نماید، چه نام دارد؟

۱. تعرفه گمرکی      ۲. حقوق گمرکی      ۳. سود بازرگانی      ۴. سهمیه ها

۱۳- در این نوع عوارض قیمت کالا مبنای اخذ می باشد.

۱. عوارض گمرکی مقداری      ۲. عوارض گمرکی ارزشی  
۳. عوارض گمرکی مختلط      ۴. سود بازرگانی

۱۴- ..... کاملترین وسیله نظارت بر تجارت خارجی می باشد.

۱. تعرفه های گمرکی نامرئی      ۲. کنترل ارز  
۳. سهمیه ها      ۴. حقوق گمرکی

۱۵- آنگناده ارگان دائمی کدام نهاد بین المللی می باشد؟

۱. صندوق بین المللی پول      ۲. سازمان تجارت جهانی  
۳. مجمع عمومی سازمان ملل متحد      ۴. بانک جهانی

۱۶- کدام گزینه جزء اهداف ایجاد مناطق آزاد می باشد؟

۱. برخورداری از تأسیسات زیربنایی مناسب در منطقه آزاد  
۲. برخورداری از قوانین و مقررات ساده و با ثبات و فاقد جنبه های دست و پاگیر  
۳. برخورداری از ثبات داخلی و تمرکز سیاسی در کشور صاحب منطقه آزاد  
۴. محرومیت زدایی در مناطقی که امکان رشد و توسعه بالقوه دارند

۱۷- کدام یک از گروه های منطقه ای، فعالترین و شناخته شده ترین در بین کشورهای در حال توسعه است؟

۱. EFTA      ۲. ANCOM      ۳. AFTA      ۴. NAFTA

۱۸- سازمانی که یک منطقه آزاد تجاری، اتحادیه گمرکی، بازار مشترک برای کشورهای دیگر ایجاد می کند چه نام دارد؟

۱. اتحادیه سیاسی      ۲. بازار مشترک      ۳. اتحادیه حقوق گمرکی      ۴. اتحادیه اقتصادی



تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

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

سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: بازاریابی بین الملل

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت بازرگانی (چندبخشی) ۱۳۳۵۰۱۴

۱۹- «آسه آن» جزء کدام یک از گروه های همکاری های عمده منطقه ای می باشد؟

۱. اتحادیه گمرکی      ۲. مناطق آزاد تجاری      ۳. بازار مشترک      ۴. اتحادیه اقتصادی

۲۰- کدام گزینه بر اندازه بازار تأثیر گذار نیست؟

۱. درآمد      ۲. درجه توسعه اقتصادی کشور  
۳. کشش تقاضا      ۴. جمعیت

۲۱- «کسب پاسخ» زیر مجموعه کدام دسته از مشکلات تحقیق بازاریابی در کشورهای مختلف است؟

۱. مشکلات داده ها      ۲. مشکلات تکنیکی      ۳. مشکلات اقتصادی      ۴. مشکلات فرهنگی

۲۲- مرحله اول در برنامه ریزی فروش کدام است؟

۱. تعیین بازار هدف      ۲. اطلاعات منابع  
۳. نیروی انسانی کارآمد و ماهر      ۴. شبکه های توزیع

۲۳- عبارت است از تعیین بازار فروش و امکان دستیابی به سهم پیش بینی شده بازار.

۱. سیستم اطلاعات بازاریابی      ۲. شبکه های توزیع  
۳. برنامه ریزی بازاریابی      ۴. اطلاعات بالقوه بازار

۲۴- در این روش از روش های جمع آوری اطلاعات از طریق نظارت بر روی مقاصد و هدف های خاص اطلاعاتی تمرکز می شود.

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

۲۵- کدام گزینه از عوامل مؤثر در شکل گیری استراتژی بازاریابی بین المللی می باشد؟

۱. رقابت      ۲. فرهنگ      ۳. زبان      ۴. محیط

۲۶- کدام گزینه جزء تقسیمات بازار توسط هینزler و رال می باشد؟

۱. بازار خدمات      ۲. بازار انحصاری چندجانبه  
۳. بازار جهانی      ۴. بازار رقابت کامل

۲۷- کدام یک از گزینه های زیر به عنوان صادرات غیر مستقیم از استراتژی های ورود به بازار جهانی می باشد؟

۱. نمایندگان فروش خارجی      ۲. فرانشیز یا اعطای امتیاز  
۳. شرکت های مدیریت صادرات      ۴. قرارداد مدیریت

سری سوال: ۱ یک

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

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: بازاریابی بین الملل

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت بازرگانی (چندبخشی) ۱۲۳۵۰۱۴

۲۸- سریع ترین و آسانترین راه ورود به بازار بین المللی از مزایای کدام مورد زیر است.

۱. صادرات مستقیم      ۲. تولید براساس قرارداد      ۳. مونتاژ      ۴. حق الامتیاز

۲۹- «خرید کالا و خدمات و مونتاژ کالاها» از مزایا و خدمات کدام یک از عوامل زیر است؟

۱. قیمت      ۲. توزیع      ۳. پیشبرد فروش      ۴. محصول

۳۰- شیوه توزیع از «تولید کننده به استفاده کننده» بیشتر در مورد معاملات کدام محصولات انجام می گیرد.

۱. محصولات کشاورزی      ۲. محصولات فرهنگی      ۳. محصولات مصرفی      ۴. محصولات صنعتی

۳۱- کدام کانال در جریان دادوستد بیشترین سهم از سود عوامل توزیع را به دست می آورد؟

۱. عمده فروشی      ۲. خرده فروشی      ۳. کارگزار      ۴. نمایندگی های فروش

۳۲- جمله زیر مربوط به ویژگی کدام یک از مکان های توزیع و فروش کالا می باشد.

«در این روش می توان از رکود فروش و افزایش موجودی انبار و راکد بودن سرمایه جلوگیری کرد».

۱. حراج در خرده فروشی      ۲. دستگاه خودپرداز      ۳. فروش از طریق پست      ۴. خریداران متشکل

۳۳- «ایجاد احتیاج و ازدیاد فروش» از اثرات کدامیک از عوامل بازاریابی می باشد.

۱. ویژگیهای محصول      ۲. قیمت گذاری      ۳. تبلیغات      ۴. فروش حضوری

۳۴- این نوع تبلیغات در مرحله رقابت مؤثر است و در بعضی اوقات به صورت تبلیغات مقایسه ای اجرا می شود.

۱. تبلیغات اطلاعی      ۲. تبلیغات یاد آوری      ۳. تبلیغات ترغیب کننده      ۴. تبلیغات آگاه کننده

۳۵- تعریف زیر مربوط به کدام گزینه می باشد؟

«هر نوع تبلیغ غیر شخصی درباره اندیشه ها، کالاها یا خدماتی که بابت آن تبلیغ، پولی پرداخت شود.»

۱. روابط عمومی      ۲. ارتقاء فروش      ۳. فروش شخصی      ۴. آگهی

۳۶- ..... ساختار بازاری است که دارای مشخصه تعداد زیادی خریدار و فروشنده است.

۱. بازار انحصار خالص      ۲. بازار رقابت خالص      ۳. بازار رقابت انحصاری      ۴. بازار چند قطبی

۳۷- این روش قیمت گذاری عمدتاً بر روی دو هدف «بازگشت سرمایه و اطمینان از پوشش مجدد و یا افزایش نقدینگی شرکت» تأکید دارد.

۱. قیمت گذاری بر اساس دامپینگ      ۲. قیمت گذاری روانی      ۳. قیمت گذاری متفاوت      ۴. قیمت گذاری بر اساس هزینه



تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

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

سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: بازاریابی بین الملل

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت بازرگانی (چندبخشی) ۱۳۳۵۰۱۴

۳۸- این نوع دامپینگ به شرایطی اطلاق می شود که قیمت در کشور بالاتر از خارج است.

- ۰۱ دامپینگ وارونه  
۰۲ دامپینگ خاص یا مستقیم  
۰۳ دامپینگ اتفاقی و موقت  
۰۴ دامپینگ تناوبی و فصلی

۳۹- تعریف زیر مربوط به کدامیک از معاملات متقابل بین المللی است:

« در این نوع از معاملات هیچ گونه پولی رد و بدل نمی شود و ارزش کالاها بر اساس توافق متقابل است.»

- ۰۱ تجارت جبران متقابل  
۰۲ خرید متقابل  
۰۳ معاملات پایاپای  
۰۴ معاملات بای بک

۴۰- کدام گزینه جزو سیاستهای عمده مرکانتی لیسم ها نمی باشد؟

- ۰۱ اقتصاد جهانی  
۰۲ ملی گرایی  
۰۳ تمرکز بر طلا  
۰۴ تراز مطلوب تجاری