



تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

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

سری سوال: یک ۱

عنوان درس: بازاریابی و مدیریت بازار

رشته تحصیلی/کد درس: مهندسی مدیریت و آبادانی روستاها ۱۳۱۸۱۷۵

۱- کدام یک از بازار های زیر ، کالاها و خدمات را برای بازپروری بیشتر یا استفاده مجدد آنها خریداری می کنند؟

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

۲- در زیر مجموعه واسطه های بازار یابی، این واحد ها، موسسات را در امر یافتن مشتری و فروش کالا به آنان یاری می کنند؟

۱. دلالان      ۲. واسطه های مالی  
۳. آژانس های خدمات      ۴. واحد های توزیع فیزیکی

۳- در کدامیک از فلسفه های مدیریت بازاریابی، معتقدند که در راستای مقابله با رقبا باید هر چه بیشتر رضایت مشتری را جلب کرد؟

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

۴- کدامیک از مفاهیم اساسی بازاریابی واحد اندازه گیری بازاریابی به شمار می رود و شامل داد و ستد فایده بین طرفین است؟

۱. معامله      ۲. خواسته      ۳. تقاضا      ۴. مبادله

۵- هسته مرکزی بازاریابی کدامیک از موارد زیر است؟

۱. معامله      ۲. مبادله      ۳. نیاز      ۴. کالا

۶- کدام شیوه بازاریابی به منظور پاسخگویی به تقاضای نهان یا پنهان مصرف کننده بالقوه می باشد؟

۱. بازاریابی انگیزشی      ۲. بازاریابی مجدد      ۳. بازاریابی توسعه ای      ۴. بازاریابی همزمانی

۷- مطلوب ترین حالتی از تقاضا که موسسات با آن روبرو می شوند کدام مورد زیر است؟

۱. تقاضای پنهان      ۲. تقاضای کامل      ۳. تقاضای نامنظم      ۴. تقاضای بیش از حد

۸- افزایش سطح آلودگی در کدامیک از عوامل محیط کلان موسسات مورد توجه بازاریان قرار می گیرد؟

۱. عوامل طبیعی      ۲. عوامل تکنولوژیکی      ۳. عوامل اقتصادی      ۴. عوامل سیاسی

۹- کدامیک از متغیر های اصلی تقسیم بازار نسبت به سایر روش ها متداول تر است؟

۱. متغیر های روانی      ۲. متغیر های رفتاری      ۳. متغیر های جمعیتی      ۴. متغیر های جغرافیایی

۱۰- استفاده از استراتژی بازاریابی تمرکزی برای کدامیک از شرکت های زیر مناسب تر است؟

۱. شرکت هایی با منابع مالی متوسط      ۲. شرکت های تازه تاسیس و کوچک  
۳. شرکت های بزرگ و کارآمد      ۴. شرکت های چند ملیتی

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

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

سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: بازاریابی و مدیریت بازار

رشته تحصیلی/کد درس: مهندسی مدیریت و آبادانی روستاها ۱۲۱۸۱۷۵

۱۱- کدام مرحله عمر کالا استفاده از استراتژی غیر تفکیکی و یا متمرکز مفیدتر است؟

۱. مرحله رشد      ۲. مرحله بلوغ      ۳. مرحله افول      ۴. مرحله معرفی

۱۲- کدام مورد زیر از اجزاء تشکیل دهنده متغیر روانی می باشد؟

۱. مذهب      ۲. میزان وفاداری      ۳. طبقه اجتماعی      ۴. اوقات خرید

۱۳- به بازاری گفته می شود که افراد هم مشتاق خرید کالا بوده و هم نیازمند آن کالا می باشند ولی پول کافی برای خرید کالای عرضه کننده را ندارند؟

۱. بازار فعال      ۲. بازار محتمل      ۳. بازار بالقوه      ۴. بازار پنهان

۱۴- کدامیک از شیوه های بازاریابی زیر به عنوان دلیرانه ترین نوع بازاریابی است؟

۱. بازاریابی واکنشی      ۲. بازاریابی پیش بین      ۳. بازاریابی نیازآفرین      ۴. بازاریابی فعال

۱۵- کدامیک از موارد زیر جزو عوامل روانی موثر بر رفتار خریداران می باشد؟

۱. طبقه اجتماعی      ۲. سن و سال      ۳. شغل      ۴. یادگیری

۱۶- "انگیزش" جزو کدام یک از عوامل موثر در رفتار مصرف کننده ها می باشد؟

۱. عوامل روانی      ۲. عوامل اجتماعی      ۳. عوامل شخصی      ۴. عوامل فرهنگی

۱۷- به تمام یا بخشی از بازار در دسترس واجد شرایط که موسسه برای انجام فعالیتهای بازاریابی انتخاب می کند؟

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

۱۸- کدامیک از مدل های پیش بینی زیر به مدل های "علی و معلولی" نیز معروف می باشد؟

۱. مدل تلفیقی      ۲. مدل دلفی      ۳. مدل اقتصاد سنجی      ۴. مدل تست بازار

۱۹- عیب بزرگ کدام مدل زیر مربوط به بحث نمونه گیری است و حسن بزرگ آن پایین بودن میزان هزینه پیش بینی می باشد؟

۱. مدل دلفی      ۲. مدل تلفیقی

۳. مدل شبیه سازی آزمایش بازار      ۴. مدل تست بازار

۲۰- کدام مدل علاوه بر روند بلند مدت در سریهای زمانی به تغییرات فصلی و تصادفی نیز توجه دارد؟

۱. مدل پیش بینی باکس و جنکینز      ۲. مدل نموهوار هلت-وینترز

۳. مدل دلفی      ۴. مدل تلفیقی

سری سوال: ۱ یک

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

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: بازاریابی و مدیریت بازار

رشته تحصیلی/کد درس: مهندسی مدیریت و آبادانی روستاها ۱۲۱۸۱۷۵

۲۱- در برنامه ریزی استراتژیک، دومین سطح سازمانی کدام است؟

۱. مدیریت محصول  
۲. مدیریت واحدهای خودگردان  
۳. مدیریت قسمتها  
۴. مدیریت کلان

۲۲- این ساختار سازمانی از رایج ترین و متداول ترین ساختارهای سازمانی مخصوص دواير و شعب بازاریابی می باشد؟

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

۲۳- اگر شرکتی با بازارهای مختلف و متعددی که نیازها، خواسته ها و ترجیحات مشتریان آنها با هم فرق های اساسی دارند، سروکار داشته باشد، قطعا از کدام ساختار سازمانی استفاده می کند؟

۱. مدیریت بازار  
۲. ماتریس(ماتریکس)  
۳. مدیریت محصول  
۴. عملیاتی

۲۴- کدام یک از موارد زیر جزو نیروهای داخلی موثر در طراحی سازمان می باشد؟

۱. قوانین دولتی  
۲. نوع فروش  
۳. نوع مشتری  
۴. فاصله جغرافیایی

۲۵- اولین گام اساسی در یک برنامه ریزی کدام است؟

۱. توسعه استراتژی ها و برنامه ها  
۲. تعیین اهداف  
۳. ایجاد هماهنگی و کنترل  
۴. تحلیل موقعیت ها و جریانها

۲۶- کدامیک از موارد زیر جزو عوامل کلیدی مشخص کننده خدمات می باشند؟

۱. پایدار بودن  
۲. قابل ذخیره بودن  
۳. گذرا و موقتی بودن  
۴. قابلیت استاندارد زیاد

۲۷- کدامیک از موارد زیر از عناصر چهارگانه تصمیم گیری بازاریابی می باشد؟

۱. محصول  
۲. تقاضا  
۳. عرضه  
۴. ساختار بازار

۲۸- کدامیک از گزینه های زیر جزو کانال های توزیع بازاریابی می باشد؟

۱. بانک ها  
۲. موسسات بیمه  
۳. تلفن  
۴. انبار

۲۹- اگر یک شرکت همه شرکت هایی را که کالا های با خدمات مشابه تولید می کنند، به عنوان رقیب خود بشناسد، رقابت از کدام نوع است؟

۱. رقابت عمومی  
۲. رقابت فرم  
۳. رقابت صنعت  
۴. رقابت مارک



سری سوال: ۱ یک

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

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: بازاریابی و مدیریت بازار

رشته تحصیلی/کد درس: مهندسی مدیریت و آبادانی روستاها ۱۲۱۸۱۷۵

۳۰- کدام گزینه جزو چهار "C" مشتری می باشند؟

۱. ارتباطات      ۲. مکان تولید      ۳. قیمت      ۴. محصول

۳۱- مهمترین مرحله در انجام تمامی تحقیقات بازاریابی کدام است؟

۱. تعیین اهداف      ۲. تعیین نمونه ها      ۳. پردازش اطلاعات      ۴. تعریف مسئله

۳۲- کدامیک از تکنیک های زیر جزو "تکنیک های فرافکن" می باشد؟

۱. تکنیک ارتباط      ۲. تکنیک مصاحبه نردبانی  
۳. تکنیک سوال برای کشف مسائل پنهانی      ۴. تکنیک تجزیه و تحلیل سمبلیک

۳۳- کدامیک از تکنیک های زیر در زیر مجموعه روش مصاحبه های عمقی قرار می گیرد؟

۱. تکنیک تجزیه و تحلیل سمبلیک      ۲. تکنیک تشریح  
۳. تکنیک تکمیل      ۴. تکنیک ارتباطی

۳۴- کدامیک از سیستمهای زیر به مدیران این اطمینان را می دهد که بودجه تعیین شده برای هر یک از آمیزه های بازاریابی به خوبی تخصیص داده شده است؟

۱. سیستم کنترل بازاریابی      ۲. سیستم سازمانی بازاریابی  
۳. سیستم برنامه ریزی بازاریابی      ۴. سیستم اطلاعات بازاریابی

۳۵- کدام استراتژی شرکت سعی می کند محصول فعلی خود را در بازارهای جدیدتری به فروش برساند؟

۱. توسعه محصول      ۲. نفوذ در بازار      ۳. توسعه بازار      ۴. تنوع

۳۶- در کدام مدل، برای تجزیه و تحلیل های خود از دو عامل موقعیت تجاری و جذابیت بازار استفاده می گردد؟

۱. مدل موقعیتی محصول-بازار      ۲. مدل جنرال الکتریک  
۳. مدل گروه مشاوره بوستون      ۴. مدل استراتژی عمومی پورتر

۳۷- کدام یک از واحد های تجاری استراتژیک زیر سهم بازار آن بالا ولی نرخ رشد صنعت آن پایین است؟

۱. واحد ستاره      ۲. واحد گاو شیرده      ۳. واحد علامت سوال      ۴. واحد سگ

۳۸- در کدام مرحله عمر کالا، کم شدن حجم فعالیت رقبا در کنار کاهش شدید سود دیده می شود؟

۱. مرحله بلوغ      ۲. مرحله افول      ۳. مرحله رشد      ۴. مرحله تولید محصول



تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

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

سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: بازاریابی و مدیریت بازار

رشته تحصیلی/کد درس: مهندسی مدیریت و آبادانی روستاها ۱۲۱۸۱۷۵

۳۹- کدامیک از ویژگی های زیر مربوط به دوره معرفی کالا به بازار می باشد؟

۱. خارج شدن رقبا از بازار
۲. هزینه های بالای تبلیغاتی
۳. افزایش نسبی سود محصول
۴. بالا بودن حجم موجودی شرکت

۴۰- کدام مورد زیر جزو موانع اصلی خلاقیت به حساب می آید؟

۱. ترس از شکست و انتقاد
۲. تمرکز ذهنی
۳. اعتماد به نفس
۴. عدم تمایل به هم‌رنگی