

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۴۵ تشریحی: ۰

سری سوال: یک ۱

عنوان درس: مدیریت بازاریابی

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

۱- بنابر اعتقاد پیتر دراگر، از دیدگاه کدامیک از گروه های زیر «بازاریابی دربرگیرنده ی همه فعالیت های یک سازمان» است؟

۱. فروشندگان ۲. تولیدکنندگان ۳. مشتریان ۴. بازاریابان

۲- «کیفیت ارضاء نیازها و مطلوبیت های دلخواه انسان» مترادف با تعریف کدامیک از اصطلاحات زیر می باشد؟

۱. تقاضا ۲. نیاز ۳. معامله ۴. خواسته

۳- کدامیک از اصطلاحات را می توان به ترتیب معادل واژه های «هسته مرکزی» و «واحد اندازه گیری بازاریابی» برشمرد؟

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

۴- ضرب المثل قدیمی «تله موش بهتری بسازید، مردم بلافاصله آن را می خردند» موید کدامیک از فلسفه های بازاریابی است؟

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

۵- فلسفه فروش بازاریابی در مورد کدامیک از کالاهای زیر به کار گرفته می شود؟

۱. لوازم آرایشی ۲. بیمه عمر ۳. پوشاک ۴. کتب درسی

۶- بزرگترین و متنوع ترین بازار سازمانی کدام نوع بازارها است؟

۱. بازار دولتی ۲. بازار بازرگانی ۳. بازار واسطه ای ۴. بازار صنعتی

۷- جمله زیر ویژگی های کدام نوع بازار را بیان می کند؟

«این بازار صورت غالب بازارهای امروزی است که وجود فروشندگان زیاد امکان اثر گذاری بر دیگران را از بین برده و از طرفی کالاهای تولیدی در آن کاملاً همگن نمی باشد.»

۱. بازار رقابتی انحصاری ۲. بازار انحصار کامل ۳. بازار رقابتی چندگانه ۴. بازار رقابتی کامل

۸- دو مولفه «تعداد شرکتهای رقیب» و «قدرت خرید مشتریان» جزء کدامیک از محیط های بازاریابی مورد بحث قرار می گیرد؟

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

۹- شرکتهای چه دلیلی از سوی محیط سیاسی «ملزوم به تقبل هزینه های اجتماعی ناشی از تولید کالاها و خدمات» خود می شوند؟

۱. حمایت از شرکتهای در مقابل هم ۲. حمایت از منافع جامعه ۳. حمایت از مصرف کنندگان ۴. حمایت از اقشار آسیب پذیر

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۴۵ تشریحی: ۰

سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: مدیریت بازاریابی

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

۱۰- کدام نوع بازاریابی از مزیت قیمت پائین برخوردار بوده و توسط اکثر شرکتها در بدو ورود به بازار مورد استفاده قرار می گیرد؟

۱. بازاریابی یکنواخت      ۲. بازاریابی متمرکز      ۳. بازاریابی هدف دار      ۴. بازاریابی تفکیکی

۱۱- کدام یک از موارد زیر از اجزاء تشکیل دهنده متغیر روانی می باشد؟

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

۱۲- مولفه "میزان مصرف" و "آمادگی خریدار" جزء کدامیک از متغیرهای اصلی تقسیم بازار محسوب می شوند؟

۱. متغیرهای روانی      ۲. متغیرهای جمعیتی      ۳. متغیرهای رفتاری      ۴. متغیرهای جغرافیایی

۱۳- در کدامیک از استراتژی های زیر یک شرکت سیاست انتخاب یک سهم بزرگ از بازاری کوچک را به سهمی کوچک از یک بازار بزرگ ترجیح می دهد؟

۱. استراتژی بازاریابی متفاوت      ۲. استراتژی بازاریابی تفکیکی  
۳. استراتژی بازاریابی متمرکز      ۴. استراتژی بازاریابی یکسان

۱۴- استراتژی مناسب در خصوص کالای آلفا که ویژگی هایش توسط خریداران قابل تشخیص است و کالای بتا که در مرحله بلوغ خود قرار دارد به ترتیب کدام است؟

۱. تفکیکی-غیر تفکیکی      ۲. غیر تفکیکی-غیر تفکیکی  
۳. یکسان-تفکیکی      ۴. تفکیکی-تفکیکی

۱۵- کدامیک از عناصر زیر بیشتر می تواند افراد را به تقاضای فعال و موثر تبدیل کند؟

۱. پول      ۲. اشتیاق      ۳. نیاز      ۴. تسهیلات اعتباری

۱۶- "بازاری که در آن افراد هم مشتاق خرید کالا بوده و هم به آن نیازمندند ولی پول کافی برای خرید کالا ندارند" چه نوع بازاری است؟

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

۱۷- کدام یک از موارد زیر جزء عوامل فرهنگی موثر در رفتار مصرف کنندگان می باشد؟

۱. سبک زندگی      ۲. یادگیری      ۳. گروههای مرجع      ۴. طبقه اجتماعی

۱۸- به سهم بازار موسسه نسبت به بزرگترین رقیب خود در بازار، چه چیزی اطلاق می شود؟

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

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۴۵ تشریحی: ۰

سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: مدیریت بازاریابی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت بازرگانی (چندبخشی) ۱۱۰۱۳۵

۱۹- کدامیک از عوامل زیر در محاسبه سهم یک شرکت از بازار دخالت داده می شود؟

۱. هزینه های تولید      ۲. اثربخشی مدیریتی      ۳. کشش سهم بازار      ۴. اثربخشی کل بازار

۲۰- علاقه مندی، توان مالی برای خرید و در دسترسی به کالا و خدمات توسط مصرف کننده ویژگی کدام بازار است؟

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

۲۱- کدامیک از مدل های کمی پیش بینی فروش، به صورت همزمان به عامل روند بلند مدت در سربهای زمانی و تغییرات فصلی و تصادفی توجه دارد؟

۱. مدل نمو هموار هلت - وینترز      ۲. مدل پیش بینی باکس - جینکنز  
۳. مدل پیش بینی اقتصاد سنجی      ۴. مدل پیش بینی با درصد تغییر

۲۲- کدام واژه مترادف ماموریت نهایی، چارچوب کاری، ارزشها و باورهای یک شرکت می باشد؟

۱. رسالت      ۲. هدف      ۳. خط مشی      ۴. استراتژی

۲۳- در بازشناسی عوامل موثر بر طراحی سازمان کدامیک از عوامل جزء نیروهای داخلی قرار می گیرند؟

۱. قوانین دولتی      ۲. استراتژی و خط مشی ها  
۳. تنوع بازار ها      ۴. استراتژی مدیریتی

۲۴- در برنامه ریزی استراتژیک مسئولیت تهیه و تنظیم برنامه های بازاریابی محصول، به عهده مدیران کدام سطح است؟

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

۲۵- جمله ی «خدمات عمدتاً حالت یک بار مصرف دارند» در تعریف کدامیک از ویژگی های خدمات ذکر شده است؟

۱. قابلیت استاندارد کمتر      ۲. غیرقابل ذخیره بودن  
۳. تاثیر پذیری از طرز تفکرات عرضه کننده      ۴. گذرا و موقتی بودن

۲۶- کدامیک از ویژگیهای زیر باعث می شود که بیمه در زمره ی خدمات قرار گیرد؟

۱. گذرا و موقتی بودن      ۲. غیر قابل ذخیره بودن  
۳. قابلیت استاندارد کمتر      ۴. تاثیر پذیری از افکار و عقاید خریداران و فروشندگان

۲۷- در نگرش جدید بازاریابی، بازاریابان از فروشندگان و خریداران به ترتیب تحت چه عناوینی نام می برند؟

۱. بازار- صنعت      ۲. صنعت- مصرف کننده      ۳. صنعت - بازار      ۴. بازار- مصرف کننده

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۴۵ تشریحی: ۰

سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: مدیریت بازاریابی

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

۲۸- در بازاریابی به جای هر یک از واژه های تجارب، وقایع، افراد، ایده ها و اماکن می توان کدام اصطلاح را اطلاق نمود؟

۱. خدمت      ۲. ترفیع      ۳. محصول      ۴. روابط عمومی

۲۹- در کدام نوع رقابت یک شرکت فقط شرکتهای دیگری را به عنوان رقیب می شناسد، که سعی می کنند کالاها و خدمات مشابهی را با قیمتهای مشابه به مشتریان مورد نظر موسسه بفروشند؟

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

۳۰- مولفه ی «میزان عایدی کالا» زیر مجموعه ی کدامیک از عناصر اصلی آمیخته بازاریابی قلمداد می شود؟

۱. قیمت      ۲. ترفیعات فروش      ۳. مکان      ۴. محصول