

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) ۱۲۱۸۱۴۵)

۱- کدامیک از گزینه های زیر به مفهوم بازاریابی پیتر دراکر متفکر صاحب نام بازاریابی اشاره دارد؟

۰۱. بازاریابی یعنی یافتن جایگاه مناسب در بازار
۰۲. هدف بازاریابی فروش فراوان است
۰۳. بازاریابی فرایندی است که به وسیله آن ساختار تقاضای محصولات و خدمات پیش بینی می گردد
۰۴. بازاریابی یعنی شناخت آن چه مردم می خواهند

۲- اساس گروه بندی کشورها در بازاریابی تطبیقی به کدامیک از گزینه های زیر اشاره دارد؟

۰۱. استراتژی بازار و اثر بخشی بازاریابی
۰۲. مقررات پولی
۰۳. دوری یا نزدیکی جغرافیایی
۰۴. مقررات مالی

۳- کدام یک از گزینه های زیر به عناصر مزیت استراتژی بازاریابی اشاره دارد؟

۰۱. مقررات دولتی
۰۲. مقررات مالی
۰۳. تبلیغات موثر
۰۴. محدودیتهای محیطی

۴- کدامیک از گزینه های زیر به عوامل اقتصادی محیط بازاریابی اشاره دارد؟

۰۱. بوروکراسی دولتی
۰۲. توسعه صنعتی
۰۳. مقررات پولی و مالی
۰۴. ثبات سیاسی

۵- کدام یک از گزینه های زیر جز فرهنگ مادی محسوب می شود؟

۰۱. زبان
۰۲. سیستم توزیع
۰۳. عادات
۰۴. مذهب

۶- هدایت افراد و سازمانها در جهت شناخت، آگاه ساختن بازار و مردم، ترغیب و در نهایت اقدام به خرید کالا به کدام یک از گزینه های زیر در فعالیتهای بازار یابی بین الملل اشاره دارد؟

۰۱. تعلیم و تربیت
۰۲. ارتباطات
۰۳. مذاکره
۰۴. سیستم فرهنگی

۷- حرکت به سمت یک توافقنامه از طریق حل مساله جز کدام مرحله از مراحل مذاکره در فعالیتهای بازاریابی بین الملل محسوب می شود؟

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

۸- کدامیک از گزینه های زیر جزء دلایل غیر اقتصادی جهت اتخاذ سیاستهای حمایتی محسوب می گردد؟

۰۱. ملاحظات سیاسی و اجتماعی
۰۲. ایجاد درآمد برای دولت
۰۳. حمایت از صنایع نوپا
۰۴. حمایت از نیروی کار داخلی

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) ۱۲۱۸۱۴۵

۹- کدام یک از ابزارهای اصلی خط مشی بازرگانی ، کاملترین وسیله نظارت بر تجارت خارجی محسوب می شود؟

۱. قوانین اداری ۲. تعرفه گمرکی ۳. سهمیه ها ۴. کنترل ارز

۱۰- کدام یک از گزینه های زیر هدف استاندارد سازی یا هماهنگ کردن کلیه آیین نامه های دولتی موثر بر تجارت را دنبال می کند؟

۱. انکتاد ۲. بازار مشترک ۳. اتحادیه اقتصادی ۴. اتحادیه سیاسی

۱۱- گسترش صنعت ،افزایش تولید و تغییر الگوی مصرف در جامعه به نتیجه کدام مرحله از درجه توسعه اقتصادی کشور بر طبق طبقه بندی روستو اشاره دارد؟

۱. جامعه سنتی ۲. مرحله قبل از جهش ۳. مرحله جهش ۴. مرحله بلوغ

۱۲- کدامیک از گزینه های زیر نه تنها عامل مهمی در تصمیم اولیه جهت سرمایه گذاری در یک کشور است بلکه در تداوم عملیات بازاریابی در آن کشور نقش مهمی را ایفا می کند؟

۱. محیط سیاسی کشور میزبان ۲. فرهنگ کشور میزبان
۳. اقتصاد کشور میزبان ۴. استراتژی بازار کشور میزبان

۱۳- فعالیتهای اصلی " تنظیم نرخها و کرایه های حمل بین المللی " است به کدام یک از گزینه های زیر اشاره دارد؟

۱. آی- تی- یو ۲. یاتا ۳. ایکائو ۴. فائو

۱۴- روند عمده رشد قوانین منطقه ای و رشد قانون بین الملل تحت تاثیر چه عواملی هستند؟

۱. تجارت بین الملل ۲. فعالیتهای بازاریابی بین المللی
۳. توسعه تکنولوژی و بازرگانی بین المللی ۴. محدودیتهای تجاری

۱۵- دو روشی که برای جمع آوری داده های اطلاعاتی در بازارهای خارجی می توان استفاده کرد به کدام یک از گزینه های زیر اشاره دارد؟

۱. مصاحبه - مشاهده ۲. مصاحبه - پرسشنامه
۳. پرسشنامه- مشاهده ۴. پرسشنامه- تحلیل محتوا

۱۶- کسب پاسخ به کدام یک از مشکلات تحقیق بازاریابی اشاره دارد ؟

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

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) ۱۲۱۸۱۴۵)

۱۷- کدام یک از موارد ذیل از اطلاعات مربوط به بازار می باشد؟

- ۰۱ اطلاعات بازار بالقوه
۰۲ شبکه های فروش
۰۳ رفتار تولید کننده
۰۴ میزان عرضه کالا توسط شرکتهای رقیب

۱۸- پرستیژ (وضعیت اجتماعی) شرکت به کدام یک از عوامل موثر در شکل گیری استراتژی بازاریابی اشاره دارد؟

- ۰۱ توسعه جغرافیایی
۰۲ عوامل بازار
۰۳ رقابت
۰۴ عوامل شرکت

۱۹- کدام یک از روشهای ورود به بازار جهانی بیشترین میزان ریسک و کنترل را نیاز دارد؟

- ۰۱ مونتاژ
۰۲ شرکتهای تجاری
۰۳ صادرات غیر مستقیم
۰۴ فرانشیز

۲۰- شرکتی که تمام مسئولیت عملیات صادرات از قبیل تحقیقات بازار یابی، تبلیغات و غیره را با انعقاد قرارداد انجام می دهد و به عنوان بخشی از شرکت اصلی محسوب می شود به کدامیک از گزینه های زیر اشاره دارد؟

- ۰۱ شرکت تجاری
۰۲ نمایندگان صادرات
۰۳ شرکت مدیریت صادرات
۰۴ دلالان صادرات

۲۱- در صورتی که شرکت به طور مستقیم نتواند نسبت به تاسیس نماینده فروش اقدام نماید از چه طریق اقدام به صادرات می کند؟

- ۰۱ قرار داد مدیریت
۰۲ دلالان فروش
۰۳ فرانشیز
۰۴ صادرات مستقیم توسط توزیع کنندگان

۲۲- کدام گزینه به معایب استراتژی تولید بر اساس قرار داد اشاره دارد؟

- ۰۱ کاهش هزینه حمل
۰۲ پایین بودن هزینه تولید
۰۳ سرعت تحویل
۰۴ کاهش کنترل کیفیت تولید

۲۳- کدام گزینه به عوامل تشویق استراتژی غیر یکسان نمودن تولید کالا در بازار یابی بین المللی اشاره دارد؟

- ۰۱ تحریک مصرف کننده
۰۲ اثر تکنولوژی
۰۳ صرفه جویی اقتصادی در بازاریابی
۰۴ شرایط استفاده مختلف

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)۱۲۱۸۱۴۵

۲۴- زمانی که شرکت سایپا علاوه بر پرآید محصولات مشابه را به بازار عرضه می کند از چه استراتژی استفاده می کند؟

- ۰۱ استراتژی تنوع افقی
۰۲ استراتژی تنوع عمودی
۰۳ استراتژی صادرات
۰۴ استراتژی محصول

۲۵- بسته بندی کالا به عنوان یکی از ابزارهای بازاریابی دارای اهمیت زیادی در کدام یک از گزینه های زیر است؟

- ۰۱ فروش
۰۲ پیشبرد فروش
۰۳ روابط عمومی
۰۴ تولید

۲۶- کدام یک از گزینه های زیر جزء مهمترین عامل در برچسب زنی محسوب می شود؟

- ۰۱ اطلاعات مصرف کننده
۰۲ اطلاعات تولید کننده
۰۳ اطلاعات بازاریابی
۰۴ اطلاعات بازرگانی

۲۷- در کدامیک از انواع خرده فروشی معمولا اجناس را بر حسب سفارش با مارک تجاری با کیفیت خاص مورد نظرشان سفارش می دهند؟

- ۰۱ فروشگاه بزرگ
۰۲ فروشگاه زنجیره ای
۰۳ سوپر مارکت
۰۴ مراکز خرید

۲۸- کدام یک از گزینه های زیر به عنوان ابزاری جهت بهبود رقابت به شمار می رود؟

- ۰۱ حمل کالا
۰۲ خدمت
۰۳ برچسب زنی
۰۴ بسته بندی

۲۹- کانال توزیع (تولید کننده ← خرده فروش ← مصرف کننده) به فروش کدامیک از محصولات زیر اشاره دارد؟

- ۰۱ فروش میوه کنار جالیز
۰۲ فروش مواد غذایی
۰۳ فروش محصولات صنعتی
۰۴ فروش خدمات

۳۰- در کدام نوع ارائه خدمات، خرده فروش می تواند فروش بیشتری داشته باشد؟

- ۰۱ فروش نسبه و اعتباری
۰۲ مبادله اطلاعات
۰۳ خدمات بعد از فروش
۰۴ فروش پستی

۳۱- در این روش "بازاریابی تولید کننده، خرده فروش، عمده فروش، به صورت یگانه فعالیت می نمایند و هر یک در واحدهای دیگر به اندازه ای نفوذ دارند که همه با هم همکاری نزدیک دارند." تعریف کدام یک از گزینه های زیر است؟

- ۰۱ امتیازی
۰۲ چند کاناله
۰۳ افقی
۰۴ عمودی

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) ۱۲۱۸۱۴۵)

۳۲- عبارت "کالاهای فصلی مانند بستنی و نوشابه ها را می توان در تمام مدت سال مصرف کرد به کدامیک از اهداف تبلیغات اشاره دارد؟

۱. ازدیاد نوع مصرف
۲. ازدیاد مقدار خرید
۳. ازدیاد مدت مصرف
۴. ازدیاد تکرار مصرف

۳۳- کدام یک از گزینه های زیر به مهمترین وحساس ترین قسمت آگهی اشاره دارد؟

۱. متن
۲. اختتام
۳. عنوان
۴. پیام

۳۴- عبارت "فعالیت یا تکنیک ترغیب مشتری" به کدامیک از گزینه های زیر اشاره دارد؟

۱. تبلیغات
۲. روابط عمومی
۳. فروش
۴. تبلیغات پیشبرد فروش

۳۵- در ارتباط با عوامل موثر بر قیمت گذاری کدامیک از گزینه های زیر به عوامل بازار اشاره دارد؟

۱. انبارداری
۲. خدمات بعد از فروش
۳. هزینه حمل کالا
۴. توسعه بازاریابی و فروش

۳۶- در کدامیک از روش های قیمت گذاری شرکت یک قیمت پایه تعیین می نماید که ثابت است اما برای خریداران متفاوت با درصدی تغییر ارائه می شود؟

۱. قیمت گذاری متفاوت
۲. قیمت گذاری براساس هزینه
۳. قیمت گذاری رقابتی
۴. قیمت گذاری روانی

۳۷- این نوع دامپینگ با تبانی بنگاههای یک یا چند کشور از طریق کارتل اعمال می شود به کدام یک از گزینه های زیر اشاره دارد؟

۱. دامپینگ ارزی
۲. دامپینگ وارونه
۳. دامپینگ اتفاقی
۴. دامپینگ گروهی

۳۸- کدامیک از گزینه های زیر به عوامل خارجی موثر بر سازماندهی فعالیتهای بازاریابی اشاره دارد؟

۱. فرهنگ حاکم بر شرکت
۲. هدف و آرمانهای شرکت
۳. استراتژی مورد استفاده شرکت در ورود به بازار
۴. نوع مشتری و میزان پراکندگی آنها در محیط

۳۹- از مزایای این نوع ساختار سازمانی ، توانایی آن در عکس العمل سریع نسبت به برنامه های خاص تولیدی در بازار است ، تعریف کدام یک از گزینه های زیر است ؟

۱. ساختار سازمانی بر مبنای مشتری
۲. ساختار سازمانی بر مبنای محصول
۳. ساختار سازمانی ترکیبی
۴. ساختار سازمانی بر مبنای وظیفه



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) (۱۲۱۸۱۴۵)

۴۰- کدام گزینه به اولین مرحله از فرآیند برنامه ریزی بازاریابی اشاره دارد؟

۰۱. انتخاب بازار هدف ۰۲. بررسی بازار ۰۳. بررسی شرایط رقابت ۰۴. تعیین استراتژی رقابت