

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

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

سری سوال: یک ۱

عنوان درس: تحقیقات بازاریابی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت بازرگانی ۱۲۱۸۱۴۸

۱- از ترکیب «آمیخته بازاریابی» و «عوامل موقعیتی» که متغیرهای مستقلی هستند چه متغیر وابسته ای ممکن است بوجود آید؟

۱. معیارهای عملکرد ۲. پاسخ رفتاری ۳. معیارهای مالی ۴. معیارهای غیرمالی

۲- مدیران می خواهند از تحقیقات بازاریابی اطلاعاتی به دست آورند که آنان را در انتخاب چه چیزی یاری دهد؟

۱. مسیر عملیاتی بهینه ۲. موقعیت تصمیم گیری
۳. مساله تصمیم گیری ۴. جمع آوری اطلاعات

۳- پیشرفته ترین نوع سیستم های اطلاعاتی بازاریابی که به پرسشهای پیچیده تر تصمیم گیرنده پاسخ می دهد کدام یک از گزینه های زیر می باشد؟

۱. سیستم ذخیره و کسب اطلاعات ۲. سیستم داده های اطلاعاتی
۳. سیستم نظارت بر اطلاعات ۴. سیستم تجزیه و تحلیل اطلاعات

۴- کدام یک از مراحل فرآیند تحقیق مستلزم بررسی های میدانی است؟

۱. تعیین طرح تحقیق ۲. گردآوری اطلاعات
۳. تجزیه و تحلیل اطلاعات ۴. تهیه گزارش تحقیق

۵- کدام یک از گزینه های زیر از مسائل تحقیقاتی می باشد؟

۱. ارزیابی مقدار کنونی عادت به خریدهای مکرر ۲. سهمیه بندی بودجه آگهی و تبلیغ تجاری
۳. افزایش نفوذ در بازار از طریق گشایش فروشگاههای جدید ۴. افزایش آمد و شد درون فروشگاه

۶- در تصمیم گیری با کمک نمودارهای درختی کدام گزینه صحیح است؟

۱. در استفاده از نمودار درختی نمایش دقیق و کامل مساله پیش از حل آن از طریق حذف شاخه های خواسته است
۲. یکی از راههای انتخاب مسیرهای عملیاتی جانشین، نمایش مساله به صورت نمودار درختی است
۳. شاخک تصمیم گیری را معمولا با دایره کوچک نمایش می دهند
۴. شاخک احتمالی را معمولا با مربع کوچک نمایش می دهند

۷- «بررسی مقالات و کتب موجود، پرسش از افراد متخصص و متبحر و بررسی چند مورد برگزیده» از روشهای کدام یک از انواع طرح های تحقیقاتی می باشد؟

۱. طرح تحقیق توصیفی ۲. طرح تحقیق علی
۳. طرح تحقیق اکتشافی ۴. طرح تحقیق آزمایشی

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

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

سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: تحقیقات بازاریابی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت بازرگانی ۱۲۱۸۱۴۸

۸- به کمک کدام یک از گزینه های زیر می توان از طریق سنجش علایق و تمایلات مشتریان به محصولات گوناگون میزان فروش را پیش بینی و به طور کلی هر نوع متغیری را در آمیخته بازاریابی شرکتها بررسی کرد؟

۱. مشاهده ۲. پرسش نامه ۳. تحقیق مطالعه ای ۴. پانل

۹- کدام یک از انواع طرح های آزمایشی(علّی) ، ساده ترین طرح است و ضعف اصلی آن مساله زمان است؟

۱. طرح فقط بعد با گروه کنترل ۲. طرح قبل و بعد بدون گروه کنترل
۳. طرح فقط بعد بدون گروه کنترل ۴. طرح قبل و بعد با گروه کنترل

۱۰- « به میزان نظارت و دقتی که در آزمایش وجود دارد» و « به واقعی بودن آزمایش مربوط می شود» به ترتیب کدام یک از الزامات مربوط به اعتبار آزمایش می باشد؟

۱. اعتبار بیرونی ، اعتبار درونی ۲. اعتبار درونی ، اعتبار درونی
۳. اعتبار بیرونی ، اعتبار بیرونی ۴. اعتبار درونی ، اعتبار بیرونی

۱۱- « چگونگی گردآوری اطلاعات اولیه ، نحوه ی پاسخ گویی مردم ، تعاریف ، فرمها و روشهای گردآوری اطلاعات ، روشهای نمونه گیری» همه ی این موارد در کدام یک از معیارهای ارزیابی صحت اطلاعات ثانویه اثر می گذارند؟

۱. کیفیت اطلاعات ۲. اصلی بودن منبع ۳. کمیت اطلاعات ۴. هدف انتشار

۱۲- کدام یک از گزینه های زیر برای بررسی متغیرهای مربوط به شیوه ی زندگی ، مسائل روانی و مزایای محصول بهره می جویند؟

۱. نمودارهای بافت نگار ۲. رفتار گذشته پاسخ دهندگان
۳. روش ارتباطات ۴. نمودارهای روانی

۱۳- کدام یک از گزینه های زیر از ویژگی های اصلی هادی گروه در مصاحبه گروه کانون می باشد؟

۱. سخت گیری ۲. مهربانی همراه با قاطعیت
۳. درک کامل ۴. انعطاف پذیری

۱۴- در کدام یک از روش های زیر، به پاسخ دهنده موقعیتی را شرح می دهند و از او می خواهند به جای این که مستقیماً عقاید و احساسات خود را با توجه به موقعیت ارائه شده بیان کند، عقاید و احساسات شخص دیگری را به موقعیت مورد نظر مربوط سازد؟

۱. روش ایفای نقش ۲. روش تداعی لغات
۳. روش کامل کردن جمله ۴. روش آزمون درک محتوا

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

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

سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: تحقیقات بازاریابی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت بازرگانی ۱۲۱۸۱۴۸

۱۵- «بالاترین میزان پاسخ» و «بهترین کنترل مصاحبه» مربوط به کدام یک از انواع مصاحبه می باشد؟

۱. تلفنی ۲. مکاتبه ای ۳. حضوری ۴. منظم

۱۶- وسیله ای که نشان می دهد در چه موقع تلویزیون یا رادیو روشن می شود و بیننده یا شنونده چه ایستگاه یا برنامه ای را شنیده یا مشاهده کرده است، چه نام دارد؟

۱. اودیومتر ۲. دوربین فیلمبرداری ۳. گالوانامتر روانی ۴. دوربین مردمک چشم

۱۷- طرح تحقیق باید در کدام یک از مراحل طراحی پرسش نامه تنظیم شود و آخرین مرحله طراحی پرسش نامه چیست؟

۱. تصمیم گیری درباره ی محتوای سوال ها- تصمیم گیری درباره ی نحوه ی طرح سوال

۲. ملاحظات مقدماتی - تصمیم گیری درباره ی توالی سوالات

۳. تصمیم گیری درباره ی شکل پاسخ ها - تصمیم گیری درباره ی توالی سوالات

۴. ملاحظات مقدماتی - آزمایش اولیه، تجدید نظر پرسش نامه

۱۸- کدام یک از گزینه های زیر، روشی برای کاهش خطاهایی که ناشی از تمایل پاسخ دهنده به پاسخ صحیح ندادن است، می باشد؟

۱. عبارات مستقیم ۲. طبقه بندی های جهت دار

۳. سوالات باز ۴. عبارات خنثی کننده مقاومت

۱۹- کدام یک از گزینه های زیر از رهنمودهای صحیح در زمینه چگونگی جمله بندی سوالات در طراحی پرسشنامه می باشد؟

۱. از مفروضات ضمنی اجتناب کنید ۲. از سوالات دوگانه استفاده کنید

۳. گزینه ها دارای لغات ادبی باشند ۴. از سوالات هدایت کننده استفاده کنید

۲۰- «عدد دادن به ویژگی های پدیده ها یا رویدادها برطبق مقررات» و «اندازه گیری پدیده ها و رویدادها» را به ترتیب چه می نامند؟

۱. اندازه گیری - اندازه گیری ۲. سنجش - سنجش

۳. اندازه گیری - سنجش ۴. سنجش - اندازه گیری

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

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

سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: تحقیقات بازاریابی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت بازرگانی ۱۲۱۸۱۴۸

۲۱- کدام یک از انواع مقیاسها، این امر را اندازه گیری می کنند که آیا پدیده یا رویداد ویژگی بیشتر یا کمتری نسبت به پدیده یا رویداد دیگر دارد یا خیر، ولی این مقیاس اطلاعاتی در مورد مقدار کمتر یا بیشتر بودن ویژگی ها در یک پدیده به دست نمی دهد؟

۰۱. مقیاس اسمی ۰۲. مقیاس ترتیبی ۰۳. مقیاس فاصله ای ۰۴. مقیاس کسری

۲۲- «به آن حدی که فرآیند اندازه گیری فاقد هر دو نوع خطای سیستماتیک و تصادفی باشد» چه می گویند؟

۰۱. ثبات معیار ۰۲. پایایی معیار ۰۳. صحت معیار ۰۴. اعتبار معیار

۲۳- «ایجاد همبستگی بین دو اندازه گیری مختلف از یک پدیده بازاریابی که به طور هم زمان انجام می شود» توضیح کدام یک از انواع راه های اصلی برای تخمین اعتبار اندازه گیری می باشد؟

۰۱. مقارن ۰۲. پیشگویی ۰۳. محتوا ۰۴. سازه

۲۴- «رفتار مستقیم و واکنش های فیزیولوژیکی» از انواع کدام یک از روش های عمومی برای سنجش طرز فکر می باشد؟

۰۱. روشهای ارتباطات ۰۲. روشهای گزارش شخصی
۰۳. روشهای مشاهده ۰۴. روشهای طرز فکر

۲۵- مقیاس تفکیک زبانی در ابتدا که از پنجاه جفت صفت متضاد مطرح شد از چه ابعادی، موضوع را اندازه گیری می کردند؟

۰۱. ارزیابی کننده _ فعالیت _ حرکت ۰۲. ارزیابی کننده _ فعالیت _ قدرت
۰۳. ارزیابی کننده _ حرکت _ تلاش ۰۴. ارزیابی کننده _ فعالیت _ تلاش

۲۶- کدام یک از انواع مقیاسها شامل عبارت هایی است که با طرز فکر مورد نظر در ارتباط هستند. از پاسخ دهنده خواسته می شود که میزان موافقت یا مخالفت خود را با هر کدام از این عبارات نشان دهد؟

۰۱. مقیاس تفکیک زبانی ۰۲. مقیاس رتبه بندی
۰۳. مقیاس مقایسه دو به دو ۰۴. مقیاس لیکرت

۲۷- ایجاد کالاها و برنامه های تبلیغاتی متفاوت برای قسمت های مختلف بازار، بیانگر چه نوع بازاریابی است که بازاریاب از نمونه برداری تصادفی طبقه ای برای آن استفاده می کند؟

۰۱. تفکیکی ۰۲. یکسان ۰۳. غیر تفکیکی ۰۴. متمرکز

۲۸- پیشرفته ترین روش نمونه برداری غیر احتمالی کدام یک از انواع نمونه برداری می باشد؟

۰۱. قضاوتی ۰۲. ساده ۰۳. سهمیه ای ۰۴. تصادفی

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

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

سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: تحقیقات بازاریابی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت بازرگانی ۱۲۱۸۱۴۸

۲۹- کدام یک از رویه های زیر ثبت و ویرایش مطالب را در مصاحبه آسانتر می کند و راهنمایی، مناسب است؟

۱. فقط برخی مطالب مهم را بنویسید

۲. از پراتز برای ثبت مشاهدات یا سخنان مصاحبه کننده استفاده کنید

۳. اطلاعات تعیین هویت می تواند کامل نباشد

۴. به تمام سوالات نباید پاسخ داده شود

۳۰- اولین و آخرین مرحله در جریان سنتی پردازش داده ها کدام گزینه است؟

۱. پرسش نامه ها را کد گذاری کنید _ از کلید پانچ استفاده کنید

۲. پرسش نامه را بررسی کنید _ پرسش نامه ها را کد گذاری کنید

۳. پرسش نامه ها را تنظیم کنید _ از کلید پانچ استفاده کنید

۴. پرسش نامه را بررسی کنید _ اطلاعات را ذخیره کنید

۳۱- اولین چیزی را که باید از دسته کارتهای کامپیوتری خارج کنیم چیست؟

۱. بررسی ثبات و سازگاری

۲. کدهایی که در دفترچه کدها تعریف نشده اند

۳. بررسی موارد بیش از حد

۴. پرسشنامه هایی که پایایی ندارند.

۳۲- کدام یک از معیارهای پراکندگی، اعدای را که به طور غیر معمول بالا و پایین هستند به حساب نمی آورد و عبارت است از

دامنه پنجاه درصد از اعداد که در وسط همه اعداد مشاهده شده قرار دارند؟

۱. دامنه میان چارکی

۲. واریانس

۳. دامنه

۴. انحراف معیار

۳۳- اولین مرحله در آزمون فرضیه کدام گزینه است؟

۱. سطح معنی دار بودن (α) را مشخص کنید

۲. ارزش آماری محاسبه شده را مقایسه کنید

۳. فرضیه صفر و فرضیه جانشین را تعیین کنید

۴. ارزش آماری مربوط به آزمون را در جدول بیابید

۳۴- هنگامی که تحلیل گر قصد دارد رابطه چندین متغیر مستقل را با چندین متغیر وابسته بطور همزمان ارزیابی کند از کدام

یک از گزینه های زیر استفاده می کند؟

۱. تحلیل واریانس

۲. همبستگی متعارف

۳. تجزیه و تحلیل عوامل

۴. رگرسیون

۳۵- برای وارد کردن داده ها به سیستم به طور مستقیم از کدام یک از گزینه های زیر استفاده می کنیم؟

۱. VALUE LABELS - MISSING VALUES

۲. BEGIN DATA - MISSING VALUES

۳. BEGIN DATA - DATA LIST

۴. BEGIN DATA - END DATA

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

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

سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: تحقیقات بازاریابی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت بازرگانی ۱۲۱۸۱۴۸

۳۶- کدام یک از رهنمود های زیر برای آماده سازی گزارش تحقیق کتبی لازم است؟

۱. پژوهشگر باید مخاطب گزارش را در نظر بگیرد
۲. گزارش باید مفصل باشد
۳. گزارش باید ذهنی باشد
۴. پژوهشگر باید علاقه مند به یافته های گزارش باشد

۳۷- در کدام یک از موقعیت های زیر نمودار خطی بر نمودار ستونی ترجیح داده می شود؟

۱. هنگامی که اطلاعات یک دوره زمانی کوتاه مدت را در نظر می گیرد
۲. هنگامی که روند توزیع فراوانی ارائه نمی شود
۳. هنگامی که نشان دادن پیش بینی ها ، تخمین ها ، تعمیم ها و فرافکنیها ضروری است
۴. هنگامی که فراوانی های نسبی با یکدیگر مقایسه می شوند

۳۸- با کدام نوع بررسی ، علت اینکه چرا هر یک از خریداران در میان تعدادی از محصولات مشابه به یکی علاقه مند می شوند و آن را بر دیگر محصولات ترجیح می دهند معلوم می شود؟

۱. بررسی وفاداری مصرف کنندگان به محصول
۲. بررسی گروههای خاص مصرف کنندگان
۳. بررسی بازارهای محلی
۴. بررسی طرز فکر مصرف کنندگان

۳۹- روش بررسی نظرهای خریداران در چه صورتی مفید تر خواهد بود؟

۱. تعداد خریداران بسیار زیاد باشد
۲. خریداران مطابق نظر قبلی خود در آینده عمل کنند
۳. هزینه ملاقات آنها بسیار زیاد باشد
۴. خریداران به بیان نظرهای خود تمایل نداشته باشند

۴۰- کدام یک از انواع تحقیقات در مورد محصول حتی قبل از مرحله تحقیق و توسعه و تهیه و تکمیل محصول که قسمت تحقیق و توسعه انجام می دهد صورت می گیرد؟

۱. تحقیقات در مورد طرح نهایی محصول.
۲. تحقیقات در مورد خط تولید
۳. تحقیقات در مورد ارزیابی محصول
۴. تحقیقات در مورد طرح اولیه محصول