

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(چندبخشی) ۱۲۱۸۱۷۵

۱- کدام یک از گزینه های زیر به ترتیب هسته مرکزی بازاریابی و واحد اندازه گیری بازاریابی می باشد؟

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

۲- در رویارویی با تقاضای متزلزل از کدام نوع بازاریابی می توان استفاده کرد؟

۱. بازاریابی همزمانی      ۲. بازاریابی احیایی      ۳. بازاریابی محافظتی      ۴. بازاریابی تضعیفی

۳- جدیدترین فلسفه بازاریابی کدام گزینه می باشد؟

۱. فلسفه تولید      ۲. فلسفه فروش

۳. فلسفه بازاریابی اجتماعی      ۴. فلسفه کالا

۴- در مورد کالاهای ناخواسته کدام فلسفه به کار می رود؟

۱. فلسفه فروش      ۲. فلسفه بازاریابی

۳. فلسفه کالا      ۴. فلسفه تولید

۵- در کدام بازار خریده ها به کندی صورت می گیرد؟

۱. بازار پول      ۲. بازار واسطه      ۳. بازار دولتی      ۴. بازار صنعتی

۶- در کدام بازار با قیمتها بر خورد تلافی جویانه انجام می شود؟

۱. بازار رقابت کامل      ۲. بازار انحصار کامل

۳. بازار رقابت انحصاری      ۴. بازار انحصار چندجانبه

۷- شرایط و مقتضیات ثابت و تغییرناپذیر و غیر قابل کنترل حاکم بر عملیات بازاریابی در کدام یک از انواع محیط های بازاریابی

جا می گیرد؟

۱. محیط بازار      ۲. محیط سازمانی

۳. محیط عمومی      ۴. محیط ناشناخته

۸- در کدام نوع بازاریابی تنوعی در محصول دیده نمی شود؟

۱. بازاریابی انبوه      ۲. بازاریابی تفکیکی      ۳. بازاریابی متمرکز      ۴. بازاریابی انبوه و تفکیکی

۹- سبک زندگی جزو کدام دسته از متغیرهای اصلی تقسیم بازار است؟

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

۱۰- سبک زندگی جزو کدام دسته از متغیرهای اصلی تقسیم بازار است؟

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

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(چندبخشی) ۱۲۱۸۱۷۵

۱۱- در کدام نوع از استراتژیهای تعیین بازار هدف به انتظارات گروههای مختلف خریداران توجه نمی‌شود؟

۱. استراتژی بازاریابی غیر تفکیکی
۲. استراتژی بازاریابی تفکیکی
۳. استراتژی بازاریابی متمرکز
۴. استراتژی بازاریابی غیر تفکیکی و متمرکز

۱۲- استفاده از کدام نوع استراتژی بازاریابی تنها توسط شرکتهای بزرگ امکان پذیر است؟

۱. استراتژی بازاریابی غیر تفکیکی
۲. استراتژی بازاریابی تفکیکی
۳. استراتژی بازاریابی متمرکز
۴. استراتژی بازاریابی غیر تفکیکی و متمرکز

۱۳- در منحنی عمر محصول در کدام مرحله بهتر است از استراتژی تفکیکی استفاده کرد؟

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

۱۴- در کدام بازار علاقه و اشتیاق کافی برای خرید کالا در آن زمان یا مکان وجود ندارد؟

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

۱۵- در کدام نوع از بازاریابی برای شناسایی و ارضاء نیازهایی بکار می‌رود که نمود عینی دارند؟

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

۱۶- کدام عامل بیشترین و عمیق ترین تأثیر را بر خریدهای مصرف کننده دارد؟

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

۱۷- از کدام گزینه می توان برای اندازه گیری میزان موفقیت یا شکست مؤسسات استفاده کرد؟

۱. سهم بازار
۲. مقدار فروش
۳. قیمت کالاها
۴. میزان تبلیغات

۱۸- مهمترین مسئله برای مدیران در یک فرایند پیش بینی میزان فروش آتی کدام گزینه است؟

۱. داشتن آمار درست
۲. انتخاب مدل مناسب
۳. دسترسی به نرم افزارهای به روز
۴. دسترسی به بازارهای هدف

۱۹- کدام گزینه از مدل‌های پیش بینی کمی نمی‌باشد؟

۱. مدل پیش بینی میانگین متحرک
۲. مدل نمونه‌موار هلت-وینترز
۳. مدل پیش بینی باکس و جنکینز
۴. مدل دلفی

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(چندبخشی) ۱۲۱۸۱۷۵

۲۰- عیب کدام روش پیش بینی بحث نمونه گیری و حسن آن پایین بودن هزینه نمونه گیری است؟

۱. مدل شبیه سازی آزمایش بازار
۲. مدل تست بازار
۳. مدل بررسی قصد خریداران
۴. مدل های تلفیقی

۲۱- کدام یک از گزینه های زیر در پیش بینی به روش اتکا به روندها اهمیت ویژه ای دارد؟

۱. توجه کردن به برنامه ریزی میان مدت
۲. توجه کردن به برنامه ریزی کوتاه مدت
۳. توجه کردن به برنامه ریزی بلند مدت
۴. توجه به داشتن جهت بلندمدت

۲۲- در نمودار سازمانی یک مؤسسه متوسط مدیریت کنترل کیفیت در کدام یک از معاونتها جا دارد؟

۱. معاونت بازرگانی
۲. معاونت تولید
۳. معاونت فنی
۴. معاونت بازاریابی

۲۳- در طراحی یک سازمان کدام گزینه جزو نیروهای داخلی نمی باشد؟

۱. میزان انعطاف پذیری
۲. تنوع بازار
۳. نوع مشتری
۴. نوع فروش

۲۴- حسن کدامیک از انواع ساختار سازمانی دایره بازاریابی مؤسسات مدیریت راحت آن است؟

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

۲۵- به کدام سطح از سطوح سازمانی و برنامه ریزی استراتژیک واحد خودگردان هم اطلاق می شود؟

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

۲۶- کدام گزینه مفهوم راهبرد را می رساند؟

۱. اقدامات بلندمدت برای رسیدن به هدفها
۲. اقدامات کوتاه مدت برای رسیدن به هدفها
۳. اقدامات کوتاه مدت ویژه برای کاربرد استراتژیها
۴. اقدامات بلند مدت ویژه برای کاربرد استراتژیها

۲۷- کدام یک از گزینه های زیر جزو کانالهای توزیع بازاریابی نمی باشد؟

۱. انبار
۲. کانالهای تجاری
۳. وسایل حمل و نقل
۴. پست

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(چندبخشی) ۱۲۱۸۱۷۵

۲۸- اگر یک شرکت همه شرکت‌هایی را که محصول یا گروهی از محصولات مشابه را تولید می‌کنند، به عنوان رقیب خود بشناسد؛ رقابت از کدام نوع است؟

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

۲۹- کدام گزینه جزو ۴P آمیخته بازاریابی فروشنده نمی‌باشد؟

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

۳۰- کدام یک از موارد زیر به عنوان یکی از قدرتمندترین جنگ افزارهای موجود در زرادخانه بازاریابی یک شرکت می‌باشد؟

۱. علامت تجاری      ۲. طرح کالا      ۳. کیفیت کالا      ۴. ویژگیهای محصول

۳۱- کدام یک از گزینه های زیر در بر گیرنده مفهوم محصول نمی‌باشند؟

۱. کانال      ۲. مکان      ۳. سازمان      ۴. وقایع

۳۲- تصمیم گیری در مورد بسته بندی کالا جزو زیر مجموعه کدام یک از آمیخته‌های بازاریابی است؟

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

۳۳- کدام محیط شامل افراد و عواملی است که مستقیماً در تولید، توزیع و پیشبرد فروش محصولات درگیر هستند؟

۱. محیط عمومی      ۲. محیط کار      ۳. محیط اقتصادی      ۴. محیط تجاری

۳۴- کدامیک از تکنیکهای زیر شبیه تکنیک تداعی عکسهاست؟

۱. تکنیک تشریح      ۲. تکنیک تکمیل      ۳. تکنیک ارتباط      ۴. تکنیک تجزیه و تحلیل

۳۵- زمانی که فرد مصاحبه شونده نتواند به دلائل محدودیتی عقاید خود را به روشنی بیان کند از کدام تکنیک استفاده می‌شود؟

۱. تکنیک تشریح      ۲. تکنیک تکمیل      ۳. تکنیک تداعی عکسها      ۴. تکنیک ارتباط

۳۶- از کدام روش جمع آوری داده ها وقتی استفاده می‌شود که پدیده‌ها بیشتر جنبه ارتباطی دارند؟

۱. روش تجزیه و تحلیل اثر      ۲. روش تجزیه و تحلیل محتوی      ۳. روش ممیزی      ۴. روش مشاهده مکانیکی

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(چندبخشی) ۱۲۱۸۱۷۵

۳۷- کدام سیستم برنامه ریزی با تهیه برنامه‌های بلندمدت، کوتاه‌مدت و سالانه مهمترین وظیفه مدیران را مورد حمایت قرار می‌دهد؟

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

۳۸- در کدام یک از سیستم‌های توزیع شرکتها از طریق ایجاد پرتفولیو به فعالیت می‌پردازند؟

۱. سیستم بازاریابی چند کاناله
۲. سیستم بازاریابی افقی
۳. سیستم عمودی
۴. سیستم بازاریابی عمودی و چند کاناله

۳۹- کدام یک از استراتژیهای مدلهای بازاریابی مناسب مؤسساتی است که دارای محصولات شناخته شده با علائم تجاری شاخص و قدرتمندی است؟

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

۴۰- مرحله رشد و پیشرفت چندمین مرحله از دوره عمر محصول است؟

۱. دومین
۲. سومین
۳. چهارمین
۴. پنجمین