

سری سوال: یک ۱

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

تعداد سوالات: تستی: ۳۵ تشریحی: ۰

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی (چندبخشی)، مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۹ - ، مدیریت بازرگانی (بازاریابی - بازرگانی بین المل، مدیریت بازرگانی بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین المل)، مدیریت بازرگانی (۱۲۱۸۱۴۵)

۱- اساس مطالعه بازاریابی تطبیقی پیرامون چه بازاریابی بین کشورهای مختلف دور می زند؟

۰۱. تشابهات و تفاوت های محیطی
۰۲. تشابهات و تفاوت های فرهنگی
۰۳. محدودیت ها و مقررات دولتی
۰۴. تشابهات و تفاوت های موجود

۲- کدامیک از گزینه های زیر، امروزه یک مجموعه به هم پیوسته جهانی از بازارها، تکنولوژی و شرایط زندگی استاندارد که در گذشته ناشناخته بوده اند، می باشد؟

۰۱. تجارت جهانی
۰۲. استراتژی قیمت گذاری مناسب
۰۳. سیستم کارآمد تحقیقات بازاریابی
۰۴. روشهای مؤثر بسته بندی

۳- کدام یک از گزینه های زیر از عوامل اقتصادی محیطی در بازاریابی بین المللی می باشد؟

۰۱. مقررات پولی و مالی
۰۲. بوروکراسی دولتی
۰۳. نگرش کلی نسبت به خریدهای بین المللی
۰۴. توسعه صنعتی

۴- عبارت « خریداران بالقوه، مصمم هستند در آینده کالا را انتخاب نمایند » ، بیانگر کدام یک از اهداف ارتباطات می باشد؟

۰۱. مصمم ساختن
۰۲. علاقمند کردن مشتریان به استفاده از کالا
۰۳. انجام عمل خرید
۰۴. برتر دانستن

۵- کدام مورد از عوامل توفیق مناطق آزاد تجاری در سطح جهان می باشد؟

۰۱. برخورداری از صلح و آرامش و روابط بین المللی کم تشنج
۰۲. دستیابی به تکنولوژی پیشرفته
۰۳. جلب سرمایه های خارجی
۰۴. کسب درآمدهای ارزی و افزایش صادرات

۶- کدامیک از گزینه های زیر، یکی از ابزارهای مهم در تعبیر و تفسیر نقاط افتراق و اشتراک محیط بازارهای متفاوت است؟

۰۱. تجزیه و تحلیل تفاوت های محیطی
۰۲. تجزیه و تحلیل تطبیقی
۰۳. تجزیه و تحلیل مزیت استراتژیک
۰۴. تجزیه و تحلیل تفاوت های فرهنگی

۷- کدامیک از گزینه های زیر از فواید استاندارد کردن خط مشی بازاریابی می باشد؟

۰۱. فروش محصولات با تکنولوژی پیشرفته
۰۲. استفاده از روشها و ایده های خوب که کاربرد خاص دارند.
۰۳. برنامه ریزی و کنترل بهتر
۰۴. ایجاد وحدت رویه در رابطه با فروشندگان

سری سوال: ۱ یک

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

تعداد سوالات: تستی: ۳۵ تشریحی: ۰

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی (چندبخشی)، مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۹ - ، مدیریت بازرگانی (بازاریابی - بازرگانی بین الملل، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین الملل)، مدیریت بازرگانی ۱۲۱۸۱۴۵

۸- در این مرحله از مراحل مذاکره، حرکت به سمت یک توافقنامه از طریق حل مسائل صورت می گیرد؟

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

۹- «توفیق این شکل بستگی زیادی به منطق اقتصادی، انگیزه ها، تاریخ اقتصادی و سنتهای دیرینه کشورها دارد»؟

۰۱. اتحادیه حقوق گمرکی      ۰۲. بازار مشترک      ۰۳. اتحادیه اقتصادی      ۰۴. اتحادیه سیاسی

۱۰- کدام یک از گزینه های زیر، به منظور مساعدت به کشورهای که وضعیت تراز پرداختهای آنها اجازه وام گرفتن با شرایط معمولی را به آنها می دهد به وجود آمده است؟

۰۱. شرکت مالی بین المللی      ۰۲. مؤسسه توسعه بین المللی  
۰۳. بانک بین المللی ترمیم و توسعه      ۰۴. صندوق بین المللی پول

۱۱- در کدام یک از مراحل توسعه از نظر روستو، ورود به بازار بسیار مشکل و احتیاج به عرضه کالای مناسب و با تکنولوژی بالا دارد؟

۰۱. مرحله تولید انبوه      ۰۲. مرحله بلوغ      ۰۳. مرحله جهش      ۰۴. مرحله قبل از جهش

۱۲- دو روند عمده رشد قوانین منطقه ای در گروههای منطقه ای و رشد قانون بین الملل، تحت فشار کدام مورد زیر است؟

۰۱. فعالیتهای بازاریابی بین المللی و توسعه اقتصادی      ۰۲. استاندارد های بین المللی و عوامل فرهنگی  
۰۳. توسعه تکنولوژی و بازرگانی بین الملل      ۰۴. تجارت بین الملل و عوامل محیطی

۱۳- کدام مورد عامل تقویت نیروی قانون بین الملل در بازار مشترک است؟

۰۱. دادگاه جهانی      ۰۲. دادگاه عدالت اروپایی      ۰۳. دادگاه محلی      ۰۴. دادگاه ایالتی

۱۴- «ادغام و سرمایه گذاری های مشترک» در کدام یک از انواع اطلاعات طبقه بندی می شود؟

۰۱. اطلاعات عمومی      ۰۲. اطلاعات دستوری  
۰۳. اطلاعات منابع      ۰۴. اطلاعات مربوط به بازار

۱۵- بسیاری از تحقیقات بازاریابی به اطلاع داشتن از رفتار خریداران و ..... ارتباط دارد.

۰۱. هدفها      ۰۲. استراتژی بازاریابی  
۰۳. قوانین و مقررات و رویه      ۰۴. فرایندهای تصمیم

سری سوال: ۱ یک

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

تعداد سوالات: تستی: ۳۵ تشریحی: ۰

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی (چندبخشی)، مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۹ - ، مدیریت بازرگانی (بازاریابی - بازرگانی بین المل، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین الملل)، مدیریت بازرگانی ۱۲۱۸۱۴۵

۱۶- کدام تکنیک در بازاریابی اهمیت بیشتری دارد؟

۰۱. پیش بینی تقاضا  
۰۲. رگرسیون چند متغیری  
۰۳. تجزیه و تحلیل مقایسه ای  
۰۴. سریهای زمانی

۱۷- در کدامیک از حالات چهار گانه توسعه جغرافیایی، شرکت در تعداد زیادی از بازارهای جهانی با کیفیت پایین حضور دارد؟

۰۱. وضعیت برتر  
۰۲. حالت ضعیف  
۰۳. وضعیت با برتری موقعیت جغرافیایی  
۰۴. وضعیت با برتری تولید

۱۸- کدام یک از گزینه های زیر، مربوط به گروه دوم از استراتژیهای ورود به بازار جهانی می باشد؟

۰۱. فرانشیز یا اعطای امتیاز  
۰۲. اعطای مجوز ساخت ( ليسانس )  
۰۳. قرارداد مدیریت  
۰۴. دلالت و نمایندگان صادرات

۱۹- کدام یک از گزینه های زیر جزء « استراتژیهای تولید خارجی بدون سرمایه گذاری مستقیم » می باشد؟

۰۱. سرمایه گذاری مشترک  
۰۲. مونتاژ  
۰۳. خرید شرکت خارجی  
۰۴. تولید قراردادی

۲۰- عبارت « منطبق کردن کالا با شرایط استفاده آن ضروری است » مربوط کدام یک از عوامل استاندارد کردن کالا می باشد؟

۰۱. تقاضای بازار  
۰۲. صرفه جویی در عملیات تولیدی و بازاریابی  
۰۳. تصمیمات و قوانین دولتی  
۰۴. مطابقت با خط مشی و منابع شرکت

۲۱- از نظر متغیر سود، کدام یک از گزینه های زیر برای « مرحله بلوغ در دوره عمر کالا »، صحیح است؟

۰۱. آمادگی برای خروج از بازار به دلیل زیان  
۰۲. رقابت شدید  
۰۳. سود به حداکثر نزدیک است به علت قیمت بالا  
۰۴. سود ناچیز است به علت هزینه سنگین تولید

۲۲- اعمال سیستم داخلی در بازاریابی بین المللی به کدامیک از عوامل زیر بستگی دارد؟

۰۱. نوع کالا  
۰۲. فاصله محصول  
۰۳. عادت خرید  
۰۴. حجم فروش

سری سوال: ۱ یک

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

تعداد سوالات: تستی: ۳۵ تشریحی: ۰

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی (چندبخشی)، مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۹ -، مدیریت بازرگانی (بازاریابی - بازرگانی بین المل، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین الملل)، مدیریت بازرگانی ۱۲۱۸۱۴۵

۲۳- برای تسهیل سازماندهی، برنامه ریزی و کنترل فعالیتهای بین المللی، بسیاری از شرکتهای بین المللی از این نوع ساختار استفاده می کنند؟

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

۲۴- در کدام یک از بازارهای زیر، سود فوق نرمال، فقط در کوتاه مدت قابل حصول است؟

۱. بازار چند قطبی  
۲. بازار رقابت خالص  
۳. انحصار خالص  
۴. رقابت انحصاری

۲۵- کدام یک از گزینه های زیر مربوط به «عوامل بازار» در طبقه بندی عوامل مؤثر بر قیمت گذاری بازاریابی بین المللی است؟

۱. خدمات بعد از فروش  
۲. تغییرات نرخ ارز  
۳. توسعه بازاریابی و فروش  
۴. انبارداری

۲۶- در کدامیک از حالات ماتریس گروه مشاورین بوستون، کالا رشد کرده و شرکت به بیشترین سهم بازار فروش دست می یابد؟

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

۲۷- در کدام یک از روش های قیمت گذاری بر اساس توزیع، «قیمت تنظیم شده در فاکتور عبارت است از اصل بهاء کالا و هزینه حمل مربوط تا کنار وسیله نقلیه» می باشد؟

۱. CIF  
۲. C&F  
۳. قیمت بر اساس فوب  
۴. قیمت بر اساس اف - ا - اس

۲۸- عبارت «قیمت خارجی بالاتر از قیمت داخلی باشد» بیانگر کدام یک از انواع دامپینگ می باشد؟

۱. دامپینگ خاص  
۲. دامپینگ تهاجمی  
۳. دامپینگ تدافعی  
۴. دامپینگ وارونه

سری سوال: ۱ یک

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

تعداد سوالات: تستی: ۳۵ تشریحی: ۰

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی (چندبخشی)، مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۹ - ، مدیریت بازرگانی (بازاریابی - بازرگانی بین الملل، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین الملل)، مدیریت بازرگانی ۱۲۱۸۱۴۵

۲۹- سوال «میزان مسئولیت فروشنده، در قراردادهای مختلف فروش چیست؟» برای کدام یک از مشکلات قیمت گذاری مطرح است؟

۱. مشکلات قیمت گذاری در بازار فراملیتی
۲. مشکلات قیمت گذاری در رابطه با نظام های پولی خارجی
۳. مشکلات انتخاب بهترین روش پرداخت در کشورهای در حال توسعه
۴. مشکلات اداری و بوروکراسی قیمت گذاری

۳۰- در کدام یک از انواع معاملات متقابل، قیمت گذاری بر اساس ترکیبی از پرداخت نقدی و غیر نقدی می باشد؟

۱. معاملات پایاپای
۲. تجارت جبران متقابل
۳. خرید متقابل
۴. معاملات بای بک

۳۱- مطابق اصول بازاریابی، کانون فعالیت های سازمان، کدام مورد زیر می باشد؟

۱. تجزیه و تحلیل موقعیت
۲. تعیین هدفها
۳. تعیین استراتژی مطلوب
۴. خواسته های مشتریان

۳۲- «تبلیغ شرکت های صادراتی» مربوط به کدام یک از انواع طبقه بندی تبلیغات است؟

۱. طبقه بندی تبلیغات بر حسب نوع رسانه
۲. طبقه بندی تبلیغات بر حسب موضوع تبلیغات
۳. طبقه بندی تبلیغات بر حسب اشخاص حقیقی یا حقوقی
۴. طبقه بندی بر اساس تعداد مؤسسات تبلیغاتی

۳۳- کدامیک از انواع کانتینرها، در مواردی که باید بارگیری و تخلیه آسان باشد، به کار می روند؟

۱. کانتینرهای حمل فله
۲. کانتینرهای روباز
۳. کانتینرهای بغل دار
۴. کانتینرهای صفحه ای

۳۴- فلسفه پیدایش این نوع خرده فروشی، لزوم صرفه جویی در وقت و انرژی است؟

۱. سوپرمارکتها
۲. مراکز خرید
۳. فروشگاه های ارزان
۴. دستگاه های خودکار

۳۵- کدام یک از انواع تبلیغات بر حسب هدف آن، در مرحله بلوغ کالا اهمیت بسیاری دارد؟

۱. تبلیغات اطلاعی
۲. تبلیغات ترغیب کننده
۳. تبلیغات مقایسه ای
۴. تبلیغات یادآوری