

سری سوال: یک ۱

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

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: مدیریت بازاریابی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت بازرگانی (چندبخشی) ۱۳۳۵۰۱۱

۱- سومین مفهوم اساسی بازاریابی کدام گزینه زیر می باشد؟

۱. خواسته ۲. مبادله ۳. نیاز ۴. تقاضا

۲- هسته مرکزی بازاریابی و واحد اندازه گیری آن به ترتیب عبارت است از:

۱. کالا - بازار ۲. بازار - کالا ۳. معامله - مبادله ۴. مبادله - معامله

۳- کدام یک از گزینه های زیر از قدیمی ترین فلسفه بازاریابی می باشد و معتقد است مصرف کننده خواستار اجناس و محصولاتی است که در دسترس آنها بوده و توانایی خرید آن را داشته باشند؟

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

۴- بزرگترین و متنوع ترین بازار سازمانی کدام بازار است؟

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

۵- در زیر مجموعه واسطه های بازاریابی، این واحدها، شرکتها را در زمینه تحقیقات بازار، یاری می دهند؟

۱. دلانان ۲. واحدهای توزیع فیزیکی ۳. واسطه های مالی ۴. آژانسهای خدمات بازاریابی

۶- کوتاه شدن عمر محصولات بیشتر مربوط به کدام عامل اصلی محیط کلان موسسه است؟

۱. نیروهای طبیعی ۲. نیروهای اقتصادی ۳. نیروهای فرهنگی ۴. نیروهای تکنولوژیکی

۷- در این حالت مدیری بازاریابی با فرض اینکه کالای آنها با سلیقه همه افراد سازگار است محصول تولیدی خود را با یک شکل و در یک اندازه و بسته بندی یکسان به همه خریداران عرضه می کند.

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

۸- سبک زندگی جزء کدام یک از معیارهای تقسیم بازار می باشد؟

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

سری سوال: ۱ یک

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

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: مدیریت بازاریابی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت بازرگانی (چندبخشی) ۱۳۳۵۰۱۱

۹- کدام یک از گزینه های زیر از عوامل مؤثر بر انتخاب استراتژی بازاریابی محسوب نمی شود؟

۰۱. وفاداری مشتریان
۰۲. میزان تشابه محصولات
۰۳. سیکل عمر کالاها
۰۴. میزان منابع و امکانات شرکت

۱۰- بازاری که در آن افراد هم مشتاق خرید کالا بوده و هم به آن کالا نیازمند هستند ولی پول کافی برای خرید کالای عرضه کننده را ندارند را چه می نامند؟

۰۱. بازار فعال
۰۲. بازار محتمل
۰۳. بازار بالقوه
۰۴. بازار پنهان

۱۱- دلیرانه ترین نوع بازاریابی کدام است؟

۰۱. بازاریابی واکنشی
۰۲. بازاریابی نیازآفرین
۰۳. بازاریابی پیش بین
۰۴. بازاریابی فعال

۱۲- طبقه اجتماعی جزء کدام دسته از عوامل مؤثر در رفتار مصرف کننده قرار می گیرد؟

۰۱. عوامل روانی
۰۲. عوامل شخصی
۰۳. عوامل اجتماعی
۰۴. عوامل فرهنگی

۱۳- مرحله زندگی جزء کدام دسته از عوامل مؤثر در رفتار مصرف کننده قرار می گیرد؟

۰۱. عوامل فرهنگی
۰۲. عوامل شخصی
۰۳. عوامل روانی
۰۴. عوامل اجتماعی

۱۴- تبلیغات شرکت پپسی (آیا شما محصول دیروزی را می پسندید یا محصول امروزی را؟) بهره مندی موفق از کدام عامل روانی است؟

۰۱. انگیزه
۰۲. یادگیری
۰۳. باورها
۰۴. ادراک

۱۵- کدام گزینه زیر ناشی از برآورد بیشتر از میزان واقعی تقاضا است؟

۰۱. عدم تامین منابع لازم
۰۲. تخفیف نقدی اجباری
۰۳. از دست دادن فرصت فروش
۰۴. ضعف در تحویل به موقع کالا

۱۶- کدامیک از گزینه زیر صرفاً به مجموعه ای از مصرف کنندگان اطلاق می شود که نسبت به محصول خاصی از خود علاقه لازم را نشان می دهند؟

۰۱. بازار در دسترس
۰۲. بازار هدف
۰۳. بازار بالقوه
۰۴. بازار تسخیر شده

۱۷- کدام گزینه زیر، ساده ترین روش برای پیش بینی فروش است؟

۰۱. مدل پیش بینی بدون تغییر
۰۲. مدل پیش بینی با درصد تغییر
۰۳. مدل میانگین متحرک ساده
۰۴. مدل نمو هموار ساده

سری سوال: ۱ یک

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

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: مدیریت بازاریابی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت بازرگانی (چندبخشی) ۱۳۳۵۰۱۱

۱۸- استفاده از کدام گزینه زیر برای کالاهای صنعتی، کالاهای مصرفی بادوام و نیز کالاهای جدیدی که تازه می خواهند وارد بازار شوند، کاربرد خوبی دارد؟

۱. مدل بررسی قصد خریداران
۲. مدل دلفی
۳. روش استفاده از دیدگاه مجموعه مدیران
۴. روش استفاده از نقطه نظرات فروشندگان

۱۹- کدام گزینه زیر در ارتباط با مفهوم دنیای غیرقابل پیش بینی و انعطاف پذیری صحیح است؟

۱. بین پیش بینی آینده و پیدا کردن شانس در آینده تفاوت عمده ای وجود ندارد.
۲. آینده را می توان با هر درجه ای از اطمینان پیش بینی کرد.
۳. عمده ترین موارد استفاده تحقیق، اندازه گیری آینده است.
۴. برنامه های بازاریابی نباید این سعی بیهوده را در مورد قطعیت بیازمایند.

۲۰- با کدام یک از گزینه های زیر، می توان به سؤال زیر پاسخ داد؟
"مقصد و هدف نهایی شرکت کجاست؟"

۱. استراتژی
۲. ساختار
۳. رسالت
۴. هدف

۲۱- کدام معاونت زیر می تواند به عنوان قائم مقام مدیر عامل شرکت عمل نماید؟

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

۲۲- رایج ترین ساختار سازمانی دواير و شعب بازاریابی کدام گزینه می باشد؟

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

۲۳- کدام گزینه زیر از جمله مزایای سازماندهی بر مبنای محصول می باشد؟

۱. تناسب بین مسئولیتها و اختیارات مدیران محصول
۲. توجه بیشتر به محصولات کوچکتر با مارکهای تجاری مستقل
۳. هزینه پایین سازماندهی محصول برای مارکهای اصلی و فرعی
۴. درگیری جسمی و فکری بیشتر مدیران محصول

سری سوال: ۱ یک

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

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: مدیریت بازاریابی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت بازرگانی (چندبخشی) ۱۳۳۵۰۱۱

۲۴- علی رغم تمامی مسایل و چالشهایی که واحدهای بازاریابی دارند و به دلیل تخصص ویژه ای که آنها در شناسایی فرصتهای تازه ی بازار دارند ، کدام نقش زیر به طور ویژه برای بازاریابان همچنان با اهمیت باقی خواهد ماند؟

۱. شناخت نیازهای واقعی مشتریان و ارضای آن به شکلی موثرتر از رقیبان
۲. تشکیل تیم فرایندی توسعه محصولات
۳. بهسازی محصولات و راهبردهای شرکت در بازارها
۴. ارجحیت حفظ حاشیه سود شرکت نسبت به افزایش سهم بازار

۲۵- توجه به کدام یک از زمینه های برنامه ریزی بازاریابی که در زیر به آن اشاره شده است، منجر به یک برنامه خوب و ارزشمند بازاریابی می شود؟

۱. ارایه برنامه بازاریابی مستقل و تعیین مسئولی خاص برای تک تک مارکها در شرکتهای بزرگ لازم است.
۲. کلیه مارکها و رده های محصولات نو به یک برنامه بازاریابی مشترک نیازمند است.
۳. تنظیم برنامه بازاریابی واحد برای کلیه بخشهای مختلف بازار زیر نظر یک مدیر صورت می گیرد.
۴. در برنامه های بازاریابی جاری شرکت لازم است به طور توأم به نیازهای مشتریان مهم شرکت توجه شود.

۲۶- کدام گزینه زیر ترتیب صحیح گامهای اساسی در برنامه ریزی بازاریابی را نشان می دهد؟

۱. تعیین اهداف - توسعه استراتژی ها و برنامه ها - تحلیل موقعیت ها و جریانها - ایجاد هماهنگی و کنترل
۲. تحلیل موقعیت ها و جریانها - تعیین اهداف - توسعه استراتژی ها و برنامه ها - ایجاد هماهنگی و کنترل
۳. تعیین اهداف - تحلیل موقعیت ها و جریانها - ایجاد هماهنگی و کنترل - توسعه استراتژی ها و برنامه ها
۴. تحلیل موقعیت ها و جریانها - تعیین اهداف - ایجاد هماهنگی و کنترل - توسعه استراتژی ها و برنامه ها

۲۷- کدام گزینه زیر وجه تمایز خدمت از کالا می باشد؟

۱. قابل ذخیره بودن
۲. قابلیت استاندارد
۳. تاثیر ناپذیر بودن از مشتریان
۴. گذرا و موقتی بودن

سری سوال: ۱ یک

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

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: مدیریت بازاریابی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت بازرگانی (چندبخشی) ۱۳۳۵۰۱۱

۲۸- برای انجام یک مبادله موفق، بازاریابان پس از تجزیه و تحلیل و بررسی های لازم، انتظارات خود و طرف مقابل را مشخص نموده و سپس به انجام معامله اقدام می نمایند. مشخص نمایید کدام گزینه زیر از شرایط اصلی چنین مبادله ای محسوب می گردد؟

۱. یک طرف مبادله چیزی دارد که ممکن است برای طرف دیگر ارزشمند باشد.

۲. یک طرف مبادله، توانایی و شایستگی تحویل محصول را دارد.

۳. هریک از طرفین در پذیرش یا رد پیشنهاد مبادله آزادی کامل دارند.

۴. وارد شدن به مبادله برای یکی از طرفین، مساعد و مطلوب است.

۲۹- تصمیمات بازاریابان در خصوص سهولت استفاده، قابلیت اعتماد و داشتن دقت لازم برای محصولات، به کدام یک از گزینه های زیر مربوط است؟

۰۴. بسته بندی کالا

۰۳. کیفیت کالا

۰۲. طرح کالا

۰۱. برجسب کالا

۳۰- نرخ بهره های بانکی مربوط به کدامیک از عوامل اصلی موثر در تصمیم گیری قیمت است؟

۰۴. شرایط اقتصادی

۰۳. دولت

۰۲. ملاحظات سیاسی

۰۱. ماهیت بازار و تقاضا