

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

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

سری سوال: یک ۱

عنوان درس: شیوه های بازاریابی و مشارکت دادن بخش خصوصی

رشته تحصیلی/کد درس: تربیت بدنی و علوم ورزشی (ناپیوسته) ۱۳۱۵۱۷۸

۱- شخص یا سازمانی را که خرید کالاها و خدمات را به صورت تکراری یا غیر تکراری انجام می دهد، چه می نامند؟

۱. مصرف کننده ۲. تولید کننده ۳. بازاریاب ۴. عرضه کننده

۲- پایه و اساس همه اقدامات بازاریابی کدام یک از موارد ذیل می باشد؟

۱. تکنولوژی اطلاعات ۲. بخش بندی بازار ۳. مدیریت بازار ۴. مشتریان

۳- کدام یک از موارد زیر هدف موقعیت یابی را بیان می دارد؟

۱. تلاشهای یک بنگاه برای تحت تاثیر قرار دادن ادراک مشتریان بالقوه و بالفعل و تصویر ذهنی آن ها از شرکت و محصولات آن میباشد

۲. ذهن تولیدکننده به شکلی هدایت شود که نسبت به آمیخته بازاریابی ارائه شده به گونه ای مثبت عکس العمل نشان دهد.

۳. ذهن مصرف کننده به شکلی هدایت شود که نسبت به آمیخته بازاریابی ارائه شده به گونه ای مثبت عکس العمل نشان دهد.

۴. تلاش یک بنگاه برای تحت تاثیر قراردادن ادراک تولیدکنندگان بالقوه و بالفعل و تصویر ذهنی آنها از شرکت و محصولات آن میباشد

۴- پیش شرط اصلی انجام یک فرایند بازاریابی کدام یک از موارد ذیل است؟

۱. شناخت مشتری ۲. موقعیت یابی ۳. بخش بندی ۴. عرضه محصول

۵- آخرین عنصر برنامه بازاریابی کدام است؟

۱. ترویج ۲. بدترین سناریو ۳. پیش بینی فروش ۴. بهترین سناریو

۶- اغلب اقدامات بازاریابی با تاکید بر کدام مورد انجام می شود؟

۱. محصولات اصلی ورزش ۲. محصولات تعمیر یافته

۳. محصولات ملموس ۴. محصولات ذهنی و پایدار

۷- تماشای رویدادهای ورزشی از طریق تلویزیون جزء کدام یک از گروه های ذیل می باشد؟

۱. گروه مصرف کننده غیر مستقیم ۲. گروه کم مصرف

۳. گروه میانه مصرف ۴. گروه پر مصرف

۸- یافتن کدام افراد در گروهی که مصرف کننده نیستند دشوارتر می باشد؟

۱. غیر مصرف ناآگاه ۲. غیر مصرف کننده گمراه

۳. غیر مصرف کننده آگاه ۴. غیر مصرف کننده فعال

سری سوال: ۱ یک

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

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: شیوه های بازاریابی و مشارکت دادن بخش خصوصی

رشته تحصیلی/کد درس: تربیت بدنی و علوم ورزشی (ناپیوسته) ۱۲۱۵۱۷۸

۹- بازارهای اولیه و ثانویه جزء کدام مرحله از فرایند ایجاد یک برنامه بازاریابی ورزشی می باشد؟

۱. مرحله ارزیابی محیط باز
۲. مرحله تجزیه و تحلیل محصولات ورزشی
۳. مرحله تبلیغ محصولات ورزشی
۴. مرحله موقعیت یابی محصولات ورزشی

۱۰- گرفتن بازخورد از درون و بیرون سازمان در مورد برنامه بازاریابی را چه می نامند؟

۱. تقاضا
۲. ارزیابی
۳. عرضه
۴. فروش

۱۱- کدام یک از موارد ذیل از انواع اصلی مطالعات مقطعی در تحقیقات بازاریابی ورزشی است؟

۱. بررسی تجارب
۲. مطالعات آزمایشی
۳. مطالعات پیمایشی
۴. مطالعات طولی

۱۲- روش جمع آوری داده ها از افرادی که در زمینه مورد نظرمتخصص می باشند را چه می نامند؟

۱. فنون فرافکنی
۲. گروه کانون
۳. تحقیقات توصیفی
۴. بررسی تجارب

۱۳- در کدام یک از منابع اطلاعاتی، اطلاعات مورد نیاز از طریق بازاریابی آزمایشی و یا خرید پنهان تامین می شود؟

۱. منابع اطلاعاتی تحقیقات توصیفی
۲. منابع اطلاعاتی تحقیقات اکتشافی
۳. منابع اطلاعاتی پیمایشی
۴. منابع اطلاعاتی تحقیقات علی

۱۴- محدودترین روش آزمون در بازاریابی آزمایشی تحقیقات علمی کدام است؟

۱. آزمون شبیه سازی
۲. آزمون پنهانی
۳. آزمون کنترل شده
۴. آزمون الکترونیکی

۱۵- مهمترین محدودیت در روش مصاحبه تلفنی کدام است؟

۱. هزینه
۲. سرعت
۳. پاسخگویی آسان
۴. عامل زمان

۱۶- به منظور نتیجه گیری و اتخاذ تصمیمات از ویژگیهای جامعه و داده های جمع آوری شده کدام تحلیل مورد استفاده قرار می گیرد؟

۱. آماره استنباطی
۲. آماره توصیفی
۳. آماره احتمالی
۴. آماره تعیینی

۱۷- سیستم هوشمند بازاریابی ورزشی کدام یک از موارد ذیل می باشد؟

۱. IRS
۲. SMDS
۳. SMIS
۴. IFS

۱۸- نخستین کارکرد شرطی سازی کلاسیک کدام یک از موارد ذیل می باشد؟

۱. تکرار
۲. افتراق محرک
۳. کلیت بخشیدن به محرکها
۴. نیاز به محرک

سری سوال: ۱ یک

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

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: شیوه های بازاریابی و مشارکت دادن بخش خصوصی

رشته تحصیلی/کد درس: تربیت بدنی و علوم ورزشی (ناپیوسته) ۱۲۱۵۱۷۸

۱۹- کدام یک از نظریه ها بر پردازش اطلاعاتی تاکید دارد که برای متخصصان بازاریابی ورزشی حائز اهمیت می باشد؟

۱. نظریه یادگیری رفتاری

۲. نظریه یادگیری شناختی

۳. نظریه یادگیری محرک ها

۴. نظریه یادگیری شرطی سازی

۲۰- آمادگی قبل ذهنی و رفتاری برای ارایه واکنش مثبت یا منفی درمقابل برخی جنبه های دنبال اطراف را چه می گویند؟

۱. انگیزش

۲. ارزش

۳. شهرت

۴. نگرش

۲۱- روش کیفی که برای ارزیابی فرهنگ و یادگیری فرهنگی مورد استفاده قرار می گیرد چیست؟

۱. مشاهده رفتار تولید کننده و مصرف کننده

۲. تحلیل محتوا و مطالعه میدانی

۳. تعاملات جهانی و بین المللی

۴. محیط اجتماعی و فرهنگی

۲۲- مصرف کنندگان ورزش به محصولاتی علاقمند هستند که دارای توجیح عقلانی از نظر قیمت باشد: این جمله مربوط به کدام

مفهوم بازاریابی در ورزش می باشد؟

۱. مفهوم تولید

۲. مفهوم فروشی

۳. مفهوم محصول

۴. مفهوم استفاده کننده

۲۳- افرادی از اعضای خانواده که بطور فیزیکی در فرایند خرید محصول شرکت می کنند چه نقشی در فرایند تصمیم گیری

خانواده دارند؟

۱. آغاز کننده

۲. تاثیر گذار

۳. استفاده کننده

۴. خریدار

۲۴- کدام یک از موارد ذیل مفهوم بازاریابی برای ورزش نمی باشد؟

۱. مفهوم خرید

۲. مفهوم تولید

۳. مفهوم فروش

۴. مفهوم محصول

۲۵- ابزار موثر برای تاثیرگذاری بر مصرف کنندگان ورزشی را چه می گویند؟

۱. فرایند مصرف

۲. رهبری عقیده

۳. بازاریاب ورزشی

۴. تولید کننده

۲۶- " مصرف کننده در مورد اثر بخشی کالا و خدمت ورزشی برای تامین نیازها و خواسته خود تصمیم گیری می کند" تعریف

کدام یک از مراحل فرایند پذیرش می باشد؟

۱. آگاهی

۲. ارزیابی

۳. علاقه

۴. پذیرش

۲۷- فرایندی که کیفیت، ارزش و رضایت را برای مصرف کننده ورزشی فراهم می کند، چه می نامند؟

۱. خدمات ورزشی

۲. محصول

۳. کالای ملموس

۴. کالای غیر ملموس

سری سوال: ۱ یک

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

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: شیوه های بازاریابی و مشارکت دادن بخش خصوصی

رشته تحصیلی/کد درس: تربیت بدنی و علوم ورزشی (ناپیوسته) ۱۲۱۵۱۷۸

۲۸- با رشد کم تقاضا و ریسک بالای عدم موفقیت و سود دهی محدود همراه است را چه می گویند؟

۱. دوره معرفی ۲. دوره رشد ۳. دوره بلوغ ۴. دوره نزول

۲۹- در آمدی که یک سازمان ورزشی در طی یک مدت مشخص شده در برنامه مالی قصد دستیابی به آن ها را دارد چه می گویند؟

۱. بیانیه ماموریت ۲. موقعیت یابی ۳. اهداف مالی ۴. آمیخته بازاریابی

۳۰- کدام یک از موارد ذیل تعریف بیانیه ماموریت می باشد؟

۱. مقاصدی که سازمان ورزشی در طول یک مدت معین قصد دستیابی به آن ها را دارد
 ۲. جمله کوتاهی در مورد اهداف و مقاصد سازمان است
 ۳. روش سازماندهی شده و منظم برای کشف اطلاعات در مورد بازار است
 ۴. یک بخش مشخص از یک جامعه است که سازمان ورزشی اهداف تحقیقاتی یا فروش خود را در آن جا دنبال می نماید