

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

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

سری سوال: یک ۱

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 کدامیک از انواع بازاریابی پیرامون تشابهات و تفاوت‌های موجود بین بازاریابی کشورهای مختلف دور می زند؟

- ۰۱ بازاریابی بین الملل      ۰۲ بازاریابی تطبیقی      ۰۳ بازاریابی تفکیکی      ۰۴ بازاریابی داخلی

۲- تفاوت عمده بازاریابی داخلی و بازاریابی بین الملل در:

- ۰۱ رقابت است.      ۰۲ مزیت استراتژیک است.  
۰۳ محیط است.      ۰۴ تکنیک بازاریابی است.

۳- در کدامیک از مراحل مذاکره، حرکت به سمت یک توافقنامه از طریق حل مسائل صورت می گیرد؟

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

۴- ارکان مذاکرات بازاریابی به ترتیب کدامند؟

- ۰۱ هدف، افراد، اطلاعات      ۰۲ محیط، بازار، افراد  
۰۳ مدیر بازاریابی، هدف، ارتباطات      ۰۴ فروش، تاکتیک مذاکره، اطلاع رسانی

۵- کدام گزینه از عوامل تشکیل دهنده فرهنگ عام ( فرهنگ جهانی ) می باشد؟

- ۰۱ امکانات      ۰۲ هنر      ۰۳ محیط      ۰۴ فرد

۶- کدامیک از گزینه های زیر، آخرین مرحله در نظریه دوره زندگی کالا و تجارت بین الملل است؟

- ۰۱ قدرت صادراتی      ۰۲ آغاز رقابت وارداتی  
۰۳ آغاز تولیدات خارجی      ۰۴ رقابت در تولیدات خارجی

۷- با توجه به ترکیب و تشکیلات تجارت جهانی، کشورهایی که با تنزل سهم خود در بازار جهانی مواجهند برای حل این مشکل باید:

- ۰۱ تنوع در صادرات خود ایجاد کنند.      ۰۲ افزایش صادرات را در پی بگیرند.  
۰۳ کاهش واردات را انجام دهند.      ۰۴ تنوع واردات صورت گیرد.

۸- کدامیک از سیستمهای مالی بین المللی متشکل از سه مؤسسه است که در زمینه تأمین مالی پروژه های زیربنایی کشورهای در حال توسعه فعالیت دارد؟

- ۰۱ صندوق بین المللی پول      ۰۲ صندوق توسعه جهانی  
۰۳ بانک جهانی      ۰۴ بانک عمران و توسعه

سری سوال: ۱ یک

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

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ 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

۹- کدام گزینه در مورد میزان اثربخشی یک بلوک تجاری صحیح است؟

۱. هر قدر کشش تقاضا بالاتر باشد، در آن صورت حضور در بلوک منافع کمتری را نصیب کشورهای عضو خواهد نمود.
۲. هر چه اختلاف بین هزینه های تولید کشورهای درون بلوک تجاری با هزینه های تولید کشورهای خارج از بلوک بیشتر باشد منافع حاصل از بلوک کمتر خواهد بود.
۳. هرچه اختلاف هزینه های تولید داخلی و هزینه های تولید سایر کشورهای عضو بلوک بالاتر باشد، منافع حاصل از بلوک بیشتر خواهد بود.
۴. اگر هزینه تولید داخلی به میزان قابل ملاحظه ای بیشتر از هزینه های تولید سایر کشورهای عضو بلوک باشد، در آن صورت واردات کالاهای مورد نظر مقرون به صرفه نخواهد بود.

۱۰- ساده ترین نوع گروه بندی بازار بین المللی کدام است؟

۱. بازار مشترک
۲. اتحادیه حقوق گمرکی
۳. اتحادیه اقتصادی
۴. منطقه آزاد تجاری

۱۱- متداولترین محدودیت وارداتی برای کالاهای خارجی در سیستم بازرگانی بین الملل کدام است؟

۱. تعرفه گمرکی
۲. کنترل ارز
۳. سهمیه ها
۴. گمرک نامرئی

۱۲- اولین قدم در راستای رسیدن به هدف ایجاد و توسعه یک قانون تجاری یکسان برای تمام دنیا توسط Uncitral چیست؟

۱. تشکیل قراردادهای بین المللی جدید
۲. توسعه سازمانهای بین المللی
۳. تجزیه و تحلیل قوانین ملی
۴. یکسان سازی رویه های قانون گذاری

۱۳- کدام گزینه در مورد یاتا به عنوان یکی از سازمانهای بین المللی صحیح است؟

۱. هیئت و شورای منتخب آن اجرایی است.
۲. وظایف اجرایی، قضایی و قانون گذاری را با هم در برمی گیرد.
۳. مقررات یاتا مقدمتاً فنی هستند.
۴. فعالیت اصلی یاتا تنظیم نرخها و کرایه حمل بین المللی است.

۱۴- در کشورهای دارای قانون عمومی یا عرف، مالکیت علائم تجاری توسط چه عاملی تعیین می شود؟

۱. مقدم بودن در ثبت علامت تجاری
۲. مقدم بودن در استفاده از علامت تجاری
۳. شیوه نامه استفاده از علائم تجاری
۴. استقبال عمومی مشتریان به شرکت

سری سوال: ۱ یک

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

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ 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

۱۵- کدام گزینه از مشکلات تحقیق بازاریابی در کشورهای مختلف می باشد؟

- ۰۱ مشکلات محیطی      ۰۲ مشکلات اجتماعی      ۰۳ مشکلات تکنیکی      ۰۴ مشکلات سیاسی

۱۶- تعیین بازار فروش و امکان دستیابی به سهم پیش بینی شده بازار، چه نامیده می شود؟

- ۰۱ تحقیق بازاریابی      ۰۲ برنامه ریزی بازاریابی      ۰۳ سیاست بازاریابی      ۰۴ استراتژی بازاریابی

۱۷- کدامیک از گزینه های زیر از جمله مشکلات موجود در مسیر به دست آوردن اطلاعات صحیح، قابل اطمینان و قابل استفاده می باشد؟

- ۰۱ امکان مقایسه اطلاعات جمع آوری شده      ۰۲ امکان دسترسی به اطلاعات مورد نیاز  
۰۳ ایجاد ارتباط مطلوب جهت دریافت اطلاعات      ۰۴ به روز نبودن اطلاعات

۱۸- اطلاعاتی که بر اساس مقررات و قوانین یک کشور اعم از کشور مبدأ و مقصد بوجود می آید، چه نام دارد؟

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

۱۹- در کدامیک از سبکهای روش جمع آوری اطلاعات سیستم اطلاعاتی بازاریابی از طریق نظارت، اطلاعات به طور روشن در اختیار بازاریاب قرار می گیرد؟

- ۰۱ راهنمایی      ۰۲ نظاره گری      ۰۳ تحقیق      ۰۴ تجسس

۲۰- کدام گزینه از عمده دلایل استفاده از استراتژی خروج از بازار توسط شرکتهای در بازاریابی بین المللی می باشد؟

- ۰۱ افزایش ریسک مشارکت      ۰۲ از دست ندادن مشتریان قبلی  
۰۳ انتقال تولید به خارج      ۰۴ تغییرات سیاسی

۲۱- کدامیک از گزینه های زیر عملاً به عنوان بخشی از یک شرکت اصلی عمل می کنند، بدون اینکه ارتباط رسمی با شرکت مادر داشته و یا جزئی از آن به حساب آیند؟

- ۰۱ شرکتهای تجاری      ۰۲ دلان و نمایندگان صادرات  
۰۳ شرکتهای مدیریت صادرات      ۰۴ مشارکت سرمایه گذاری

سری سوال: ۱ یک

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

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ 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

۲۲- با توجه به رابطه ریسک و کنترل در ورود به بازار جهانی، کدامیک از روشهای زیر دارای ریسک کمتری بوده ولی به کنترل بیشتری نیاز دارد؟

۰۱. صادرات غیرمستقیم  
۰۲. تولید کالا در خارج  
۰۳. مونتاژ  
۰۴. سرمایه گذاری مشترک

۲۳- در کدامیک از مراحل دوره سیکل عمر کالا، سوددهی هدف برنامه ریزی تولید نیست؟

۰۱. رشد  
۰۲. بلوغ  
۰۳. نزول  
۰۴. معرفی

۲۴- شرایط استفاده مختلف و سلیقه مشتری از عوامل تشویق کدامیک از استراتژیهای زیر هستند؟

۰۱. استراتژی عرضه محصول جدید  
۰۲. استراتژی غیریکسان نمودن تولید کالا  
۰۳. استراتژی یکسان سازی تولید کالا  
۰۴. استراتژی توسعه محصول

۲۵- کدام گزینه از مهمترین عوامل مربوط به استاندارد کردن کالا است؟

۰۱. مطابقت با خط مشی و منابع شرکت  
۰۲. نوع و جنس کالا  
۰۳. بسته بندی کالا  
۰۴. اطلاعات مصرف کننده

۲۶- اولین قدم در انتخاب بسته برای یک بازار کدام است؟

۰۱. چگونگی بهترین برخورد با رجحانهای ملی  
۰۲. تعیین نیازها و احتیاجات ملی بازار آن کشور  
۰۳. استانداردسازی شکل و اندازه محصولات  
۰۴. تجزیه و تحلیل نیازهای بازار

۲۷- بزرگترین عاملی که تعیین کننده اندازه مناسب برای بسته بندی کالاهای مصرفی است، کدام است؟

۰۱. سطح درآمد مشتریان  
۰۲. نوع وسیله حمل  
۰۳. نوع و جنس کالا  
۰۴. قیمت کالا

۲۸- کدام گزینه از عناصر داخلی توزیع در صادرات مستقیم است؟

۰۱. خریدار تجاری  
۰۲. نماینده تولیدکننده  
۰۳. شرکتهای تجاری  
۰۴. توزیع کننده صنعت

۲۹- کدام گزینه از عمده دلایل موفقیت شرکت در مدیریت کانالهای توزیع است؟

۰۱. خصوصیات مشتری، قرارداد  
۰۲. خصوصیات محصول، انتخاب  
۰۳. ایجاد انگیزه، انتخاب  
۰۴. کنترل، خصوصیات مشتری

سری سوال: ۱ یک

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

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ 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

۳۰- شرکتهایی که فاقد بخش فروش هستند، از کدامیک از کانالهای توزیع در توزیع محصولات صنعتی استفاده می کنند؟

۱. تولیدکننده ← کارگزار ← استفاده کننده
۲. تولیدکننده ← خرده فروش ← مصرف کننده
۳. تولیدکننده ← استفاده کننده
۴. تولیدکننده ← توزیع کننده صنعتی ← استفاده کننده

۳۱- انواع روشهای توزیع از نقطه نظر بازار مصرف کدامند؟

۱. محصولات مصرفی، محصولات صنعتی، خدمات
۲. خرده فروشی، عمده فروشی، واسطه ای
۳. توزیع تک کاناله، توزیع چندکاناله، توزیع مستقیم
۴. توزیع وسیع، توزیع انحصاری، توزیع برگزیده

۳۲- فلسفه پیدایش کدامیک از انواع خرده فروشی ها، لزوم صرفه جویی در وقت و انرژی و مشکلات تردد و دوری مراکز زندگی می باشد؟

۱. فروشگاههای بزرگ
۲. فروشگاههای ارزان
۳. فروشگاههای زنجیره ای
۴. مراکز خرید

۳۳- کدامیک از گزینه های زیر عبارت است از تلفیق تولید و توزیع زیر نظر شرکت؟

۱. لجستیک
۲. بازاریابی عمودی
۳. توزیع فیزیکی
۴. نماینده انحصاری

۳۴- کدامیک از گزینه های زیر در مورد تقسیم بندی انواع تبلیغات بر اساس هدف صحیح است؟

۱. آگهی، فروش شخصی، تبلیغات تجاری
۲. ترغیب کننده، منفی، موقت
۳. اطلاعی، ترغیب کننده، یادآوری
۴. مصرفی، صنعتی، خدماتی

۳۵- کدام گزینه از عناصر آمیخته تبلیغاتی است؟

۱. روابط عمومی
۲. فعالیت ترویج
۳. احتیاج
۴. خرده فروش

۳۶- کدامیک از گزینه های زیر در تعیین ساختار بازار در مبانی اقتصادی قیمت گذاری دخالت دارند؟

۱. تعداد خریداران و فروشندگان موجود در بازار
۲. هدفهای بازاریابی شرکتها
۳. وضعیت تولید شرکتها
۴. انتظارات و توانایی های مصرف کنندگان

سری سوال: ۱ یک

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

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ 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

۳۷- این نوع دامپینگ را بنگاهها به منظور رهایی از ذخایر کالایی خود اعمال می کنند پس از دستیابی بنگاه به منظور خود، متوقف می شود؟

۱. دامپینگ تناوبی      ۲. دامپینگ مستقیم      ۳. دامپینگ ارزی      ۴. دامپینگ وارونه

۳۸- کدامیک از روشهای قیمت گذاری در بازاریابی بین الملل روی دو هدف اصلی بازگشت سرمایه و اطمینان از پوشش مجدد و یا افزایش نقدینگی شرکت تأکید دارد؟

۱. روش قیمت گذاری متفاوت      ۲. روش قیمت گذاری رقابتی  
۳. روش قیمت گذاری بر اساس بازار      ۴. روش قیمت گذاری بر اساس هزینه

۳۹- اولین مرحله فرایند برنامه ریزی استراتژیک کدام است؟

۱. تأسیس واحد استراتژیک      ۲. مأموریت سازمانی  
۳. ایجاد استراتژی بازاریابی      ۴. هدف گذاری در بازاریابی

۴۰- در شرایطی که تولید چندان فنی نبوده و عملیات شرکت گسترده است، استفاده از کدامیک از ساختارهای شرکتیهای جهانی مناسب است؟

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