

سری سوال: یک ۱

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

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: بازاریابی محصولات کشاورزی، بازاریابی محصولات کشاورزی و منابع طبیعی، ترویج بازاریابی محصولات کشاورزی
رشته تحصیلی/کد درس: مهندسی کشاورزی - اقتصاد کشاورزی (چندبخشی)، مهندسی کشاورزی (اقتصاد کشاورزی) ۱۱۲۱۰۲۷ -، کارشناسی-دسی
 کشاورزی - ترویج و آموزش کشاورزی ۱۴۱۱۵۶۳ -، مهندسی کشاورزی - اقتصاد کشاورزی ۱۴۱۳۰۲۳

۱- کدام گزینه تعریف تولید در معنای اقتصادی می باشد؟

۱. صنعت و بوجود آوردن
۲. درست کردن و ایجاد کردن
۳. ایجاد تغییرات در منابع خام و اولیه موجود و تبدیل آن به محصولات برای رفع نیاز
۴. همه موارد بالا صحیح می باشد.

۲- در بازار یابی، انتقال اطلاعات از شخصی به شخص دیگر یا اشخاص دیگر به منظور آگاهی چه نامیده می شود؟

۱. تبلیغ
۲. آگهی
۳. ترفیع
۴. مبادله

۳- مهم ترین و مشکل ترین وظیفه یک بازار یاب کدام عامل می باشد؟

۱. شناخت بازار
۲. اطلاعات قیمت
۳. شناخت عوامل درونی (انگیزش، احساس، آگاهی و...)
۴. تعیین بازار هدف

۴- تشخیص دهنده اصلی نیاز مصرف کنندگان با استفاده از مواد اولیه کدام گروه هستند؟

۱. تولیدکنندگان
۲. عمده فروشان
۳. دولت
۴. خریدار نهایی

۵- زمانی که یک سازمان از میانگین سطح قیمت راضی ولی از نمونه های مقطعی آن کاملاً ناراضی باشد. مثلاً در فصولی تقاضا از ظرفیت عرضه و تولید سازمان بالاتر و بالعکس، در جهت رفع این تقاضای نامنظم از کدام نوع بازاریابی استفاده می گردد؟

۱. بازاریابی مجدد
۲. بازاریابی انگیزشی
۳. بازاریابی تبدیلی
۴. بازاریابی همزمانی

۶- در بازاریابی کشاورزی کدام عبارت صحیح می باشد؟

۱. با ورود تکنولوژی به کشاورزی نیاز به سیستم بازاریابی کمتر است.
۲. با مهاجرت روستاییان به شهرها نیاز به سیستم بازاریابی کمتر می باشد.
۳. زیربنای گسترش نظام بازاریابی، گسترش نظام تولیدی این محصولات است.
۴. موارد ۱ و ۲

۷- عوامل تشکیل دهنده مبادله و توزیع عبارتند از (به ترتیب):

۱. پول و اعتبارات، سرمایه
۲. سرمایه، کلیه مصرف کنندگان
۳. کلیه مصرف کنندگان، کلیه تولیدکنندگان
۴. پول و اعتبارات، کلیه مصرف کنندگان

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰ زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۶۰ تشریحی: ۰ سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: بازاریابی محصولات کشاورزی، بازاریابی محصولات کشاورزی و منابع طبیعی، ترویج بازاریابی محصولات کشاورزی
رشته تحصیلی/کد درس: مهندسی کشاورزی - اقتصاد کشاورزی (چندبخشی)، مهندسی کشاورزی (اقتصاد کشاورزی) ۱۱۲۱۰۲۷ - کارشناسی-دسی
کشاورزی- ترویج و آموزش کشاورزی ۱۴۱۱۵۶۳ - مهندسی کشاورزی - اقتصاد کشاورزی ۱۴۱۳۰۲۳

۸- در تجارت های بین المللی سهم کدام یک از روش های حمل و نقل بیشتر می باشد؟

۱. حمل و نقل زمینی (جاده ای، ریلی)
۲. حمل و نقل دریایی
۳. حمل نقل هوایی
۴. موارد ۱ و ۳

۹- اینکه صادرات میوه از ترکیه در بسته بندیهایی چوبی و وشکیل در کامیون های سردخانه دار به بازار دبی می رسند، کدام یک از وظایف بازاریابی رانشان می دهد؟

۱. درجه بندی
۲. استاندارد کردن
۳. حمل و نقل
۴. بسته بندی و فرآوری محصولات

۱۰- براساس استاندارد شماره ۸۳۰ ملی روش نگهداری میوه ها و سبزیجات محصول انگور باید در چه دمایی نگهداری شود؟

۱. صفر تا پنج درجه سانتی گراد رطوبت نسبی ۹۵-۸۵ دوتا سه ماه انبارداری
۲. پنج تا ده درجه سانتی گراد رطوبت نسبی ۹۵-۸۵ دوتا سه ماه انبارداری
۳. صفر تا منهای پنج درجه سانتی گراد رطوبت نسبی ۹۵-۸۵ دوتا سه ماه انبارداری
۴. پنج تا منهای ده درجه سانتی گراد رطوبت نسبی ۹۵-۸۵ دوتا سه ماه انبارداری

۱۱- کدام دسته از اقدامات زیر از فعالیتهای تسهیلاتی بازاریابی می باشد؟

۱. خرید و فروش و انبارداری
۲. تبدیل و حمل و نقل
۳. انبارداری و جمع آوری محصولات
۴. بسته بندی و جمع آوری اطلاعات و اطلاع رسانی

۱۲- بازاریابی از این نوع که در شمال کشور موجود هست و روستاییان در آنجا دستاوردهای خود را عرضه می کنند، چه نوع بازاری محسوب می شوند؟

۱. بازار تولید به مصرف
۲. بازار سر مزرعه
۳. بازار خرده فروشی
۴. بازار عمده فروشی

۱۳- بازارهایی که در آنجا معاملات تضمینی انجام می شود و در واقع نوعی بازار سلف می باشند؟

۱. بازارهای مدت دار
۲. بازار بورس
۳. بازار مصرف
۴. بازار خرده فروشی

۱۴- در کدام یک از محصولات زیر دولت به عنوان خریدار نهایی محسوب می شود و سهم مبادلات آزاد در این گروه اندک است؟

۱. محصولات جالیزی و میوه ها
۲. خرما
۳. دانه های روغنی
۴. چغندر قند

سری سوال: ۱ یک

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

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: بازاریابی محصولات کشاورزی، بازاریابی محصولات کشاورزی و منابع طبیعی، ترویج بازاریابی محصولات کشاورزی

رشته تحصیلی/کد درس: مهندسی کشاورزی - اقتصاد کشاورزی (چندبخشی)، مهندسی کشاورزی (اقتصاد کشاورزی) ۱۱۲۱۰۲۷ - کارشناسی-دسی

کشاورزی- ترویج و آموزش کشاورزی ۱۴۱۱۵۶۳ - مهندسی کشاورزی - اقتصاد کشاورزی ۱۴۱۳۰۲۳

۱۵- سریع ترین و کم هزینه ترین روش کسب اطلاعات مدیران بازاریابی کدام یک از منابع زیر می باشد؟

۱. اطلاعات و اخبار بازاریابی

۲. منابع داخلی شرکت

۳. تحقیقات بازاریابی

۴. مشتریان

۱۶- اولین مرحله از فرایند تحقیقات بازاریابی برای رسیدن به اهداف بازار می باشد؟

۱. تهیه طرح تحقیق

۲. تعبیر و تفسیر نتایج تحقیق

۳. اجرای طرح تحقیق

۴. تعیین مشکل و اهداف تحقیق

۱۷- اهداف کوتاه مدت یا یک ساله که در حقیقت برنامه کار بنگاه را مشخص میکند چه نوع اهدافی می باشد؟

۱. اهداف راهبردی

۲. چشم انداز

۳. اهداف اجرایی

۴. دورنما

۱۸- کدام عبارت صحیح می باشد؟

۱. در تحقیق توصیفی روابط علی و معلولی بررسی می شود.

۲. در تحقیق تجربی روابط علی و معلولی بررسی نمی شود.

۳. در تحقیق توصیفی اطلاعات از منابع رسمی اخذ می شود و انعطاف وجود ندارد.

۴. تمام گزینه ها صحیح می باشد.

۱۹- آخرین مرحله از فرآیند انجام تحقیق در پژوهش های بازاریابی چه نام دارد؟

۱. تهیه گزارش ها و رهنمودها

۲. پردازش اطلاعات

۳. تعیین فرم های اطلاعاتی

۴. جمع آوری اطلاعات

۲۰- اگر محققان جامعه را به گروه هایی تقسیم بندی کنند که شامل اعضا مختلفی از جامعه باشد و سپس از میان گروهها نمونه

کل جامعه را انتخاب کرد به اصطلاح این نوع نمونه گیری چه نام دارد؟

۱. نمونه گیری خوشه ای

۲. نمونه گیری طبقه بندی شده

۳. نمونه گیری منطقه ای

۴. نمونه گیری غیر احتمالی

۲۱- زمانی که محقق به پاسخی آنی نیاز دارد به ویژه اگر این پرسش باید برای گروه کثیری از مردم مطرح شود از چه روش

گردآوری اطلاعات استفاده می گردد؟

۱. نظر خواهی از طریق پست

۲. مصاحبه حضوری

۳. مصاحبه تلفنی

۴. مصاحبه در منازل، دفترکار یا مزرعه

سری سوال: ۱ یک

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

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: بازاریابی محصولات کشاورزی، بازاریابی محصولات کشاورزی و منابع طبیعی، ترویج بازاریابی محصولات کشاورزی

رشته تحصیلی/کد درس: مهندسی کشاورزی - اقتصاد کشاورزی (چندبخشی)، مهندسی کشاورزی (اقتصاد کشاورزی) ۱۱۲۱۰۲۷ - کارشناسی-دسی

کشاورزی- ترویج و آموزش کشاورزی ۱۴۱۱۵۶۳ - مهندسی کشاورزی - اقتصاد کشاورزی ۱۴۱۳۰۲۳

۲۲- شرکتی که دامنه فروش آن در سراسر کشور گسترده برای فروشندگان خود غالباً از چه نوع سازمانی استفاده می‌کند؟

۱. سازمان عملیاتی
۲. سازمان فروش
۳. سازمان جغرافیایی
۴. سازمان فروش محصولات جدید

۲۳- برای شرکت هایی که محصولات تولیدی شان زیاد هست یا محصولات آنها تعداد زیادی مارک تجاری دارند بهتر هست از چه نوع سازمانی استفاده کنند؟

۱. سازمان مدیریت محصول
۲. سازمان بازاریابی
۳. سازمان فروش سرتاسری
۴. سازمان مدیریت بازار

۲۴- شرکت ها برای بررسی منتقدانه از عملکرد کلی بازاریابی خود به کدام کنترل نیاز دارند؟

۱. کنترل تولید
۲. کنترل بازاریابی
۳. کنترل استراتژیک
۴. سازمان مدیریت محصول

۲۵- تعداد نسبتاً محدودی کالا با ترکیب نسبتاً کاملی از هر کالا چه نوع فروشگاه‌های است؟

۱. فروشگاه های اختصاصی
۲. خرده فروش فروشگاه‌های
۳. سوپرمارکت ها
۴. فروشگاه بزرگ

۲۶- فروشگاه‌هایی با این خصوصیت که معمولاً در حوالی مناطق مسکونی قرار دارند و هر هفت روز هفته کار می‌کنند و ساعات کار آنها طولانی است چه نوع فروشگاه‌های است؟

۱. فروشگاه های بزرگ
۲. فروشگاه های راحت
۳. فروشگاه های ترکیبی
۴. خرده فروشی فروشگاه‌های

۲۷- به مجموعه فعالیت هایی اطلاق می شود که هدف از فروش کالا و خدمات به کسانی است که برای فروش مجدد یا مصارف تجاری کالا خریداری می‌کنند؟

۱. عمده فروشی
۲. دلان
۳. خرده فروشان
۴. بازاریابی

۲۸- بزرگ ترین گروه عمده فروشان کدام دسته از گروه های زیر می باشند؟

۱. عمده فروشان تجاری
۲. دلان و کارگزاران
۳. دفاتر و شعب فروش تولید کنندگان
۴. دفاتر خرید

سری سوال: ۱ یک

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

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: بازاریابی محصولات کشاورزی، بازاریابی محصولات کشاورزی و منابع طبیعی، ترویج بازاریابی محصولات کشاورزی
رشته تحصیلی/کد درس: مهندسی کشاورزی - اقتصاد کشاورزی (چندبخشی)، مهندسی کشاورزی (اقتصاد کشاورزی) ۱۱۲۱۰۲۷ - کارشناسی-دسی
 کشاورزی - ترویج و آموزش کشاورزی ۱۴۱۱۵۶۳ - مهندسی کشاورزی - اقتصاد کشاورزی ۱۴۱۳۰۲۳

۲۹- گروه هایی که خریدار و فروشنده را گرد هم می آورد و حین مذاکره درباره معامله به ایشان کمک می کند چه گروههایی هستند؟

۱. کارگزاران ۲. عمده فروشان نقدی ۳. واسطه های امانی ۴. دلالان

۳۰- دسته ای از عمده فروشان که خدماتی را نظیر تحویل کالا، قفسه بندی، تحویل موجودی جنسی، تامین مالی به خریداران ارائه می کنند شامل کدام گروه از عمده فروشان با خدمات محدود می باشند؟

۱. واسطه های فرمایشی ۲. واسطه های امانی ۳. عمده فروشان پستی ۴. عمده فروشان نقدی

۳۱- این گروه از عمده فروشان برای مشتریان خرده فروش صنعتی و سازمانی کاتالوگ ارسال می کنند؟

۱. تعاونی های تولید کنندگان ۲. عمده فروشان پستی
 ۳. واسطه های امانی ۴. دفاتر و شعب تولید کنندگان

۳۲- دسته ای از کالاها که بازاریابان آنها را براساس عادات خرید مصرف کنندگان تقسیم می کنند؟

۱. کالاهای با دوام ۲. کالاهای بی دوام ۳. کالاهای مصرفی ۴. همه موارد

۳۳- کدام دسته از کالاهای زیر از نوع کالاهای محرک می باشند؟

۱. اتومبیل و اثاثیه منزل ۲. سس گوجه فرنگی و خمیر دندان کرست
 ۳. محصولات دخانی و صابون ۴. شکلات و روزنامه

۳۴- کالاهایی که توسط افراد و سازمان ها با هدف بازپروری یا استفاده در امور، خریداری می شوند چه نام دارند؟

۱. کالاهای صنعتی ۲. کالاهای اختصاصی ۳. کالاهای مقایسه ای ۴. کالاهای راحتی

۳۵- در این مرحله فروش به کندی افزایش می یابد و سودی وجود ندارد و یا بسیار ناچیز است، از ویژگی های کدام مرحله از منحنی عمر محصول می باشد؟

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

۳۶- در مرحله رشد و افول روند قیمت چگونه است؟ (به ترتیب)

۱. در حال کاهش، بالا و پایین ۲. تثبیت شده، تثبیت شده
 ۳. در حال افزایش، در حال افزایش ۴. در حال کاهش، حفظ سود آوری (بالا یا پایین)

۳۷- دسته ای از هزینه ها که مستقیماً تابع سطح تولید می باشد؟

۱. هزینه های متغیر ۲. هزینه های ثابت ۳. هزینه های سربار ۴. هزینه کل

سری سوال: ۱ یک

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

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: بازاریابی محصولات کشاورزی، بازاریابی محصولات کشاورزی و منابع طبیعی، ترویج بازاریابی محصولات کشاورزی

رشته تحصیلی/کد درس: مهندسی کشاورزی - اقتصاد کشاورزی (چندبخشی)، مهندسی کشاورزی (اقتصاد کشاورزی) ۱۱۲۱۰۲۷ - کارشناسی-دسی

کشاورزی- ترویج و آموزش کشاورزی ۱۴۱۱۵۶۳ - مهندسی کشاورزی - اقتصاد کشاورزی ۱۴۱۳۰۲۳

۳۸- آسان ترین شیوه قیمت گذاری، تعیین قیمت برچه اساسی است؟

۱. روش هزینه مصرف کننده

۲. روش قیمت گذاری براساس ذهنیت خریدار

۳. روش اضافه برهزینه تمام شده

۴. تعیین قیمت براساس قیمت جاری

۳۹- بعضی از شرکت ها کالاهایی را تولید می کنند که باید لزوما همراه با کالای اصلی استفاده شود، این شرکت ها باید از چه نوع

قیمت گذاری استفاده کنند؟

۱. قیمت گذاری انتخابی

۲. قیمت گذاری اجباری

۳. قیمت گذاری نفوذی

۴. قیمت گذاری محصولات فرعی

۴۰- آب وهوا، امراض، علف های هرز، ناباروری دام های تولیدی جزو کدام دسته از منابع ریسک ها می باشند؟

۱. ریسک تولید

۲. ریسک قیمت

۳. ریسک مالی

۴. ریسک عملیاتی