

استان:

کارشناسی (ستی - تجمعی)

تعداد سوالات: سنتی: ۲۵ تشریحی: ۵
زمان آزمون (دقیقه): سنتی: ۶۰ تشریحی: ۳۰

پیام نور
دانشجویان خبرگزاری

PNUNA.COM
PNU News Agency

مجاز است.

نام درس: بازاریابی محصولات کشاورزی

رشته تحصیلی / گذ درس: (ستی): مهندسی کشاورزی (اقتصاد کشاورزی (۱۱۲۱۰۲۷))

(تجمعی): مهندسی اقتصاد کشاورزی (۱)

استفاده از:

گذ سوی سوال: یک (۱)

امام خمینی (ره): این محروم و صفر است که اسلام را زنده نگه داشته است.

۱. در کدامیک از بازارهای زیر صاحبان واحدهای تولیدی برای تأمین سرمایه مورد نیاز خود از طریق بورس اوراق بهادر یا فروش تعدادی سهام جدید، نقدینگی مورد نیاز خود را جمع آوری می کنند.

الف. بازار خدمات مخصوص

ب. بازار زمینی

ج. بازار فضایی

د. بازار سرمایه

۲. در کدامیک از مراحل سیکل عمر کالا تبلیغات بر مزایای رقابتی کالا تأکید دارد؟

د. افول

ج. بلوغ

ب. رشد

۳. در کدامیک از بازارها کالا بدون آنکه ظاهر شود، مورد معامله قرار می گیرد؟

الف. بازار مدت دار

ب. بازار عمدۀ فروشی

ج. بازار بورس

۴. اداره کردن بازار از طریق مدیریت (محصول، قیمت، توزیع و ترفیع) جزو کدامیک از ابعاد بازاریابی است؟

د. بازار گرمی

ب. بازار گردانی

ج. بازار گردانی

الف. بازار سازی

د. نیاز خود یابی

ب. نیاز اجتماعی

ج. نیاز شخصی

۵. ارائه کارتھای اعتباری از سوی بانکها برای رفع کدام مرتبه از سلسله نیازهای انسان می باشد؟

د. تقاضای کند شونده

ب. تقاضای پنهان

ج. فقدان تقاضا

۶. کدامیک از فلسفه های بازاریابی می تواند منجر به نزدیک بینی در بازاریابی شود؟

الف. گرایش تولید

ب. گرایش فروش

ج. گرایش بازاریابی

د. گرایش محصول

۷. یکنواخت کردن خصوصیات کمی و کیفی محصول بین دو محل جغرافیایی مختلف جزو کدامیک از مراحل خدمات بازاریابی محصولات کشاورزی است؟

الف. جمع آوری محصولات

ب. بسته بندی

د. استاندارد کردن

ج. تبدیل و فرآوری

۸. برای مقابله با تولید مرکزی برای تقاضای پراکنده از کدامیک از خدمات بازاریابی استقاده می شود؟

د. تبدیل و فرآوری

ب. درجه بندی

ج. انبارداری

۹. کدامیک از موارد زیر صحیح می باشد؟

الف. محترکین در زمانی که عرضه کالا بیش از تقاضاست به جمع آوری و انبار کردن کالا روی می آورند.

ب. محترکین در زمانی که تقاضای کالا بیش از عرضه است به جمع آوری و انبار کردن کالا روی می آورند.

ج. عده فروش در زمانی که تقاضای کالا بیش از عرضه است به جمع آوری و انبار کردن کالا روی می آورند.

د. خرده فروش در زمانی که تقاضای کالا بیش از عرضه است به جمع آوری و انبار کردن کالا روی می آورند.

۱۱. کدامیک از عوامل شبکه خرده فروشی وضعیتی ایجاد می کند که مشتری در انتخاب و رویت کالا استقلال داشته باشد؟

د. سوپر مارکتها

ب. نمایندگان رسمی

ج. فروشگاههای ارزان قیمت

الف. حراجی ها

استان:

کارشناسی (ستی - تجمعی)

تعداد سوالات: سنتی: ۲۵ تشریحی: ۵
زمان آزمون (دقیقه): سنتی: ۶۰ تشریحی: ۳۰

پیام نور
دانشجویان خبرگزاری

PNU.COM
PNU News Agency

مجاز است.

نام درس: بازاریابی محصولات کشاورزی

رشته تحصیلی / گذ درس: (ستی): مهندسی کشاورزی (اقد

(تجمعی): مهندسی اقتصاد کشاورزی (۱۱۲۱۰۲۷)

استفاده از:

گذ سوی سوال: یک (۱)

۱۲. کدامیک از موارد زیر در مورد حاشیه بازاریابی صحیح می باشد؟

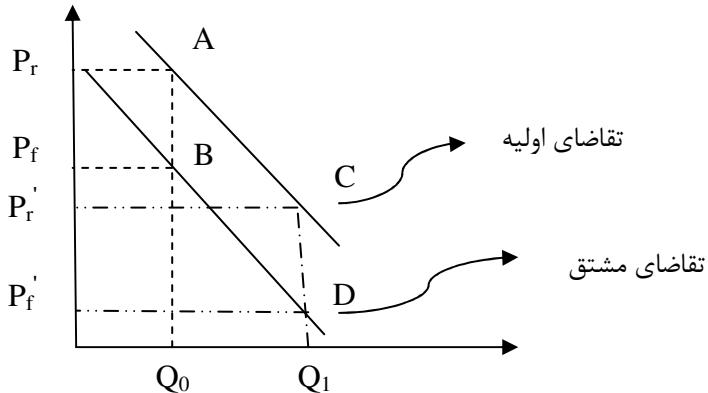
الف. هر چه عوارض و مالیات بیشتر باشد، حاشیه بازاریابی کمتر خواهد بود.

ب. هر چه حجم محصول نسبت به وزنش بیشتر باشد، حاشیه بازاریابی کمتر خواهد بود.

ج. هر چه مسیر بازاریابی رقابتی‌تر باشد، حاشیه بازاریابی کمتر خواهد بود.

د. هر چه فاصله تولید کننده تا محل مصرف بیشتر باشد، حاشیه بازاریابی کمتر خواهد بود.

۱۳. با توجه به شکل زیر حاشیه بازاریابی برابر است با



P_r : قیمت خرده فروشی P_f : قیمت سر مزرعه Q_0 : مقدار بازاریابی شده

الف. AB ب. BQ_0 ج. AQ_0 د. CQ_1

۱۴. کدامیک از انواع کارایی‌ها نشان دهنده استعداد بازار در تخصیص بهینه منابع می باشد؟

الف. کارایی عملیاتی ب. کارایی قیمتی ج. کارایی فنی د. هیچکدام

۱۵. در حالتی که پرسشها به صورت عمیق طرح شوند از کدام روش جمع آوری اطلاعات استفاده می شود؟

الف. نظرخواهی از طریق پست ب. مصاحبه تلفنی ج. پرسشنامه

د. نظرخواهی حضوری

۱۶. اطلاعات بلند مدت در بازاریابی مربوط به کدامیک از موارد زیر می باشد؟

الف. محصولات آماده فروش ب. محصولات در حال تولید ج. انتخاب نوع محصول

د. محصولات برداشت شده

۱۷. اطلاع رسانی بازار محصولات کشاورزی در ایران به طور عمده توسط کدام مرکز دولتی انجام می گیرد؟

الف. سازمان کشاورزی ب. دلالان ج. سازمان عشاری د. شرکت سهامی پشتیبانی امور دام

۱۸. کدام مورد در دسته بندی ریسک‌های شخصی نمی باشد؟

الف. ریسک مالی ب. ریسک شغلی ج. ریسک روحی د. ریسک شهرت و اعتبار

۱۹. در هنگام مواجه شدن با یک مسئله ریسکی روی بدترین پیامد ممکن تمرکز نموده و سایر پیامدها را نادیده می گیریم، این مطلب

مربوط به کدام قاعده تصمیم گیری است؟

الف. حداقل حداقل ها ب. حداقل حداقل ها

ج. حداقل ارزش مورد انتظار

استان:

کارشناسی (ستی - تجمعی)

تعداد سوالات: سنتی: ۲۵ تشریحی: ۵
زمان آزمون (دقیقه): سنتی: ۶۰ تشریحی: ۳۰

پیام نور
دانشجویان خبرگزاری

PNU.COM
PNU News Agency

مجاز است.

نام درس: بازاریابی محصولات کشاورزی

رشته تحصیلی / گذ درس: (ستی): مهندسی کشاورزی (اقتصاد کشاورزی)

(تجمعی): مهندسی اقتصاد کشاورزی (۱۱۲۱۰۲۷)

استفاده از:

گذ سوال: یک (۱)

۲۰. کدام ابزار مدیریت ریسک و عدم حتمیت به نگهدارنده قرارداد این حق را می دهد که در بازارهای آتی منفعتی را در یک قیمت مشخص و قبل از یک تاریخ مشخص کسب نماید؟

ب. قراردادهای اختیاری

د. بیمه محصولات کشاورزی

الف. قراردادهای قیمت‌گذاری

ج. بازارهای آینده

۲۱. کدامیک از موارد زیر صحیح نمی باشد؟

الف. قانون بازده نزولی در کشاورزی نسبت به صنعت در مراحل اولیه بروز می کند.

ب. به دلیل فصلی بودن تولید واکنش به تغییرات قیمت در بازار محصولات کشاورزی پایین است.

ج. به دلیل فساد پذیری محصولات کشاورزی تعدد واسطه ها در بازاریابی آنها زیاد است.

د. قابلیت دسترسی و استفاده از نهاده ها در بخش کشاورزی در مقایسه با دیگر صنایع بزرگتر می باشد.

۲۲. دولت در تعیین قیمت عوامل برای ایجاد انگیزه تولید کدامیک از موارد را باید مد نظر قرار دهد؟

ب. توسعه بازاریابی

الف. هزینه زندگی

د. ثبات قیمتها

ج. انجام خدمات فعلی با هزینه کمتر

۲۳. کدام مورد جزو راهبردهای عام استراتژی بازاریابی نمی باشد؟

ب. راهبرد تمایز

الف. راهبرد رهبری در هزینه ها

د. راهبرد یکپارچگی

ج. راهبرد مرکز

۲۴. کدامیک از موارد زیر صحیح نمی باشد؟

الف. استراتژی حداقل یک استراتژی محافظه کارانه است.

ب. در استراتژی حداقل یک مؤسسه سعی می کند حداقل سودی را که می تواند حداقل کند.

ج. در بازیهای مکرر این امکان وجود ندارد که مؤسسه های رقیب هر چند بار که می خواهند استراتژی خود را تغییر دهند.

د. یک استراتژی تعادلی وقتی تحقق می یابد که استراتژی هر مؤسسه به معین در نظر گرفتن استراتژی مؤثر دیگر در وضعیت

بهینه باشد.

۲۵. کدامیک از فلسفه های مدیریت بازاریابی بر اصل انتخاب بهترین کیفیت، شکل و کارکرد برای محصولات می باشد؟

د. گرایش بازاریابی

ج. گرایش محصول

ب. گرایش فروش

الف. گرایش تولید

سوالات تشریحی

* هر سؤال ۱/۲ نمره دارد.

۱. مفهوم بازارسازی را توضیح دهید.

۲. ویژگیهای بازاریابی محصولات کشاورزی را نام ببرید.

۳. مفهوم استاندارد کردن محصولات چیست؟

۴. چهار مورد از مزایای حراج محصولات را نام ببرید.

۵. آمیخته بازاریابی را تعریف کنید.