

تعداد سوالات: تستی: ۲۵ تشریحی: ۵
زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۳۵ تشریحی: ۴۵

پیام نور
دانشجویان
خبرگزاری
PNUNA.COM
PNU News Agency



نام درس: بازاریابی و مدیریت بازار
رشته تحصیلی / کد درس: مهندسی مدیریت و آبادانی روس

مجاز است.

استفاده از:

کد سری سؤال: یک (۱)

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

۱. کدامیک از نیازهای زیر متعلق به تئوری سلسله مراتب نیازهای مازلو می باشد؟
الف. درک و آگاهی
ب. قدر و منزلت
ج. کسب موفقیت
د. عملکرد هیجانی
۲. قدیمی ترین فلسفه بازاریابی که مدیریت تلاش خود را در بهبود تولید و توزیع متمرکز می کند کدام است؟
الف. فلسفه فروش
ب. فلسفه تولید
ج. فلسفه کالا
د. فلسفه بازاریابی
۳. در حالت تقاضای پنهان و تقاضای کامل وظیفه مدیریت بازاریابی به ترتیب کدام است؟
الف. توسعه تقاضا - انحلال تقاضا
ب. حفظ تقاضا - توسعه تقاضا
ج. توسعه تقاضا - حفظ تقاضا
د. رونق تقاضا - حفظ تقاضا
۴. کدامیک از عوامل زیر جزء عوامل اصلی محیط کلان شرکتها نمی باشد؟
الف. عوامل تکنولوژیکی
ب. عوامل طبیعی
ج. عوامل داخلی موسسه
د. عوامل جمعیت شناسی
۵. کدامیک از گزینه های زیر بیانگر انواع بازارهای سازمانی است؟
الف. بازار خرده فروشی - بازار عمده فروشی - بازار تهاتری
ب. بازار رقابت کامل - بازار انحصار کامل - بازار رقابت کامل
ج. بازار صنعتی - بازار دولتی - بازار واسطه
د. بازار کالا - بازار کار - بازار بورس
۶. شرکتهایی که برای همه مشتریان خود فقط یک نوع کالا عرضه می کنند از چه نوع بازاریابی استفاده می کنند؟
الف. بازاریابی انبوه
ب. بازاریابی متمرکز
ج. بازاریابی تفکیکی
د. بازاریابی هدفدار
۷. امکان گرایش مشتریان به محصولات رقبا در موقع به کارگیری کدامیک از استراتژیهای زیر بیشتر است؟
الف. استراتژی بازاریابی متمرکز
ب. استراتژی بازاریابی یکسان
ج. استراتژی بازاریابی تفکیکی
د. همه موارد به یک اندازه است.
۸. در کدامیک از مراحل سیکل عمر کالا بهتر است از استراتژی غیر تفکیکی استفاده شود؟
الف. مرحله رشد
ب. مرحله بلوغ
ج. مرحله افول
د. مرحله معرفی
۹. کدامیک از موارد زیر جزء عوامل فرهنگی موثر در رفتار مصرف کنندگان می باشد؟
الف. گروه های مرجع
ب. سبک زندگی
ج. یادگیری
د. طبقه اجتماعی

تعداد سوالات: تستی: ۲۵ تشریحی: ۵
زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۳۵ تشریحی: ۴۵

پیام نور
دانشجویان
خبرگزاری
PNUNA.COM
PNU News Agency



نام درس: بازاریابی و مدیریت بازار
رشته تحصیلی / گد درس: مهندسی مدیریت و آبادانی روس

مجاز است.

استفاده از:

گد سری سؤال: یک (۱)

۱۰. باورها و یادگیری جزء کدامیک از عوامل موثر بر رفتار مصرف کنندگان می باشند؟

- الف. عوامل شخصیتی
ب. عوامل اجتماعی
ج. عوامل روانی
د. عوامل فرهنگی

۱۱. اگر محققان با سریهای زمانی مواجه باشند که در آنها تغییرات فصلی و نوسانات دوره‌ای مدنظر نباشد از کدام مدل پیش‌بینی کمی استفاده می‌کنند؟

- الف. مدل میانگین متحرک موزون
ب. مدل نمو هموار ساده
ج. مدل اقتصادسنجی
د. مدل باکس و جنکینز

۱۲. کدامیک از مدل‌های پیش‌بینی زیر به مدل‌های علی و معلولی نیز معروف هستند؟

- الف. مدل‌های اقتصادسنجی
ب. مدل‌های تلفیقی
ج. مدل تست بازار
د. مدل دلفی

۱۳. ایجاد احتمالی تعارض و تضاد سازمانی از معایب کدام سازماندهی می‌باشد؟

- الف. مدیریت بازار
ب. ماتریسی
ج. مدیریت محصول
د. عملیاتی

۱۴. کدامیک از موارد زیر جزء نیروهای داخلی در طراحی سازمان می‌باشد؟

- الف. شکل فرآیند تصمیم‌گیری
ب. میزان انعطاف‌پذیری
ج. فاصله جغرافیایی
د. استراتژیها و خط‌مشی

۱۵. کدامیک از وظایف مدیریتی زیر نقش بیشتری در ایجاد پایه‌های منطقی تصمیم‌گیری مدیران ایفا می‌کنند؟

- الف. هدایت و کنترل
ب. سازماندهی
ج. هماهنگی
د. برنامه‌ریزی

۱۶. کدامیک از موارد زیر جزو آمیخته‌های بازاریابی خدمات محسوب نمی‌شود؟

- الف. مردم
ب. فراگرد
ج. عملیات فروش
د. شواهد عینی

۱۷. کدامیک از موارد زیر باعث کسب وفاداری بیشتر مشتریان و بیمه شدن مؤسسه در مقابل رقبا می‌شود؟

- الف. طرح برجسته محصول
ب. علائم تجاری معروف و خوشنام
ج. بسته‌بندی زیبا و جذاب
د. کیفیت بالای کار

۱۸. در مورد تعیین قیمت، مؤسساتی که دید بلندمدت‌تری دارند، کدامیک از اهداف بازاریابی را برای خودشان انتخاب می‌کنند؟

- الف. به حداکثر رساندن سود جاری
ب. بقا و ادامه حیات
ج. رهبری سهم بازار
د. رهبری کالا از نظر کیفیت

۱۹. کدامیک از موارد زیر از جمله روشهای مورد استفاده در تحقیقات توصیفی می‌باشد؟

- الف. روش شبیه سازی
ب. روش بررسیهای مقدماتی
ج. روش مطالعات موردی
د. روش تجزیه و تحلیل داده‌های اولیه

تعداد سوالات: تستی: ۲۵ تشریحی: ۵
زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۳۵ تشریحی: ۴۵

پیام نور
دانشجویان
خبرگزاری
PNUNA.COM
PNU News Agency



نام درس: بازاریابی و مدیریت بازار
رشته تحصیلی / کد درس: مهندسی مدیریت و آبادانی روس

مجاز است.

استفاده از:

کد سری سؤال: یک (۱)

۲۰. با استفاده از کدام تکنیک مصاحبه‌گر می‌تواند به شبکه مفاهیم مصرف کننده دست یابد؟

- الف. تکنیک تداعی عکسها
ب. تکنیک تجزیه و تحلیل نمادین
ج. تکنیک تکمیل
د. تکنیک مصاحبه نردبانی

۲۱. کدامیک از موارد زیر جزو هفت $C(7C)$ روابط بین محقق و مدیر نمی‌باشد؟

- الف. اطمینان
ب. مداومت
ج. هماهنگی
د. خلاقیت

۲۲. به واحدی اطلاق می‌شود که سهم بازار نسبی آن بالا ولی نرخ رشد صنعت مربوطه اش پایین است؟

- الف. ستاره
ب. گاو شیرده
ج. سگ
د. علامت سؤال

۲۳. در یک مدل موقعیتی بازار- محصول، پر مخاطره‌ترین استراتژی کدام است؟

- الف. توسعه محصول
ب. توسعه بازار
ج. تنوع
د. نفوذ در بازار

۲۴. کدامیک از موارد زیر در زمره رفتارهای خلاق قرار نمی‌گیرد؟

- الف. رفع یک مجادله
ب. حل یک مشکل
ج. پیدا کردن کاربردهای جدید
د. ایجاد یک مکالمه

۲۵. شعار پس گرفته شدن اجناس فروخته شده در ارتباط با کدامیک از مبانی خلاقیت و نوآوری می‌باشد؟

- الف. رفاه و سازگاری
ب. معکوس سازی
ج. جانشین سازی
د. حذف نمودن

«سوالات تشریحی»

۱. اهداف مختلف بازاریابی را نام ببرید. (۱ نمره)

۲. عوامل موثر در تقسیم‌بندی بهینه بازار را نام ببرید. (۱ نمره)

۳. چهار مورد از مدل‌های پیش‌بینی کیفی بازار را نام برده و مدل پیش‌بینی دلفی را توضیح دهید. (۲ نمره)

۴. تکنیک‌های فرافکن در تحقیقات بازاریابی به چند دسته تقسیم می‌شوند نام ببرید و یک مورد را به اختیار توضیح دهید. (۱/۵ نمره)

۵. یک سیستم بازاریابی را به طور کامل تعریف کنید. (۱ نمره)