

تعداد سوالات: تستی: ۲۵ تشریحی: ۵  
زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۴۰ تشریحی: ۴۰

پیام نور  
دانشجویان  
پایگاه خبری  
PNUNA.COM  
PNU News Agency  
مجاز است.



نام درس: بازاریابی و مدیریت بازار  
رشته تحصیلی / کد درس: مدیریت صنعتی (ستتی) ۱۸۰۷۰  
مدیریت بازرگانی (ستتی) ۱۲۱۸۱۲۲ جبرانی ارشد  
کد سری سؤال: یک (۱)  
استفاده از:

تنها با یاد اوست که دل‌ها آرام می‌گیرد.

۱. هسته مرکزی بازاریابی کدام است؟  
الف. معامله      ب. مبادله      ج. تقاضا      د. کالا
۲. یکی از مهمترین مفاهیم بنیادی در بحث‌های مربوط به مدیریت بازار کدام گزینه می‌باشد؟  
الف. نیاز      ب. خواسته      ج. تقاضا      د. کالا
۳. این نوع بازاریابی زمانی مورد استفاده قرار می‌گیرد که تقاضا برای کالا وجود نداشته و مردم نسبت به محصول بی‌اعتنا باشند؟  
الف. بازاریابی همزمانی      ب. بازاریابی مجدد  
ج. بازاریابی توسعه‌ای      د. بازاریابی انگیزشی
۴. بزرگترین و متنوع‌ترین بازار سازمانی کدام است؟  
الف. بازار دولتی      ب. بازار واسطه      ج. بازار صنعتی      د. بازار پول و سرمایه
۵. این واحدها شرکت را در تامین مالی و معاملات یا بیمه خرید و فروش کالا در مقابل خطرات کمک می‌نمایند؟  
الف. واسطه‌های مالی      ب. دلالان      ج. رقبا      د. مشتریان
۶. گروه‌های حفاظت از محیط زیست از جمله این جوامع محسوب می‌شوند؟  
الف. جوامع رسانه‌ای      ب. جوامع عمومی      ج. جوامع شهروند      د. جوامع محلی
۷. شرکت‌های کوچک که دارای منابع و امکانات محدودتری هستند، استفاده از چه استراتژی عملکردی مطلوب‌تری برای آنان به همراه دارد؟  
الف. استراتژی بازاریابی متناوب      ب. استراتژی بازاریابی متمرکز  
ج. استراتژی بازاریابی تفکیکی      د. استراتژی بازاریابی یکسان
۸. (من در خدمت بازارها نیستم بلکه آنها را می‌آفرینم) سخن کیست؟  
الف. کایزن      ب. ویدئو      ج. واکمن      د. موریتا
۹. کدامیک از موارد زیر نقش عمده‌ای را در شکل‌گیری یک طبقه اجتماعی می‌تواند ایفا کند؟  
الف. شغل      ب. دین      ج. نژاد      د. ملیت
۱۰. عملی که باعث ایجاد تغییراتی در رفتار شخص می‌شود را چه می‌نامند؟  
الف. انگیزه      ب. ادراک      ج. یادگیری      د. باورها

تعداد سوالات: تستی: ۲۵ تشریحی: ۵  
زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۴۰ تشریحی: ۴۰

پیام نور  
دانشجویان  
پایگاه خبری  
PNUNA.COM  
PNU News Agency  
مجاز است.



نام درس: بازاریابی و مدیریت بازار  
رشته تحصیلی / گد درس: مدیریت صنعتی (ستتی) ۱۸۰۷۰  
مدیریت بازرگانی (ستتی) ۱۲۱۸۱۲۲ جبرانی ارشد  
گد سری سؤال: یک (۱)  
استفاده از:

۱۱. به سهم بازار یک موسسه از کل بازار سهم چه می گویند؟  
الف. سهم کیفی      ب. سهم مطلق      ج. سهم نسبی      د. سهم کمی
۱۲. به مجموعه‌ای از مصرف کنندگان که نسبت به محصول خاص از خود علاقه لازم را نشان می دهند چه نوع بازاری گویند؟  
الف. بازار در دسترس      ب. بازار هدف      ج. بازار تسخیر شده      د. بازار بالقوه
۱۳. یکی از مدل‌های معروف اقتصاد نسبی کدامیک از گزینه‌های زیر می باشد؟  
الف. مدل پیش‌بینی باکس - جنکینز      ب. رگرسیون چندگانه  
ج. رگرسیون خطی ساده      د. مدل دلفی
۱۴. از مجموع فعالیت‌های مؤسسات بزرگ و کوچک، انتفاعی و غیرانتفاعی و خصوصی و دولتی هر کشور تشکیل می شود؟  
الف. نظام بازاریابی      ب. نظام تجاری      ج. نظام حقوقی      د. نظام اجرایی
۱۵. کدامیک از موارد زیر جزو نیروهای خارجی مؤثر در طراحی سازمان می باشد؟  
الف. ساختار مدیریتی      ب. نوع قشری      ج. نوع فروش      د. تنوع بازار
۱۶. مدیریت راحت و ادراة آسان از مزیت‌های اصلی این نوع سازمان‌دهی می باشد؟  
الف. سازماندهی ماتریس      ب. سازماندهی جغرافیایی  
ج. سازماندهی مبتنی بر محصول      د. سازماندهی عملیاتی
۱۷. به نظر کاتلر در آینده احتمال دارد نام واحد بازاریابی به کدامیک از نام‌های زیر تبدیل شود؟  
الف. واحد ارتباطات بازاریابی      ب. واحد فروش  
ج. واحد راهبردی      د. واحد تجزیه و تحلیل
۱۸. کدامیک از موارد زیر جزء ویژگی‌های خاص خدمات نمی باشد؟  
الف. قابلیت استاندارد کمتر      ب. گذرا و موقتی بودن  
ج. قابلیت سودآوری بیشتر      د. غیرقابل ذخیره بودن
۱۹. این محیط شامل افراد و عواملی می شود که مستقیماً در تولید، توزیع و پیشبرد فروش محصولات دیگر تاثیرگذار است؟  
الف. محیط قانونی      ب. محیط اقتصادی      ج. محیط کار      د. محیط فرهنگی
۲۰. به نسبت بین داده‌ها و ستاده‌های مشتریان اطلاق می شود؟  
الف. منافع      ب. هزینه‌ها      ج. ارزش      د. مبادله
۲۱. در کدامیک از موارد زیر نمی توان واژه محصول را اطلاق نمود؟  
الف. مکان‌ها      ب. کانال‌ها      ج. اشخاص      د. سازمان‌ها

تعداد سوالات: تستی: ۲۵ تشریحی: ۵  
زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۴۰ تشریحی: ۴۰

پیام نور  
دانشجویان  
پایگاه خبری  
PNUNA.COM  
PNU News Agency  
مجاز است.



نام درس: بازاریابی و مدیریت بازار  
رشته تحصیلی / کد درس: مدیریت صنعتی (ستتی) ۱۸۰۷۰  
مدیریت بازرگانی (ستتی) ۱۲۱۸۱۲۲ جبرانی ارشد  
کد سری سؤال: یک (۱)  
استفاده از:

۲۲. این تکنیک به تکنیک ساخت نیز معروف است؟

الف. تکنیک تشریح ب. تکنیک ارتباط ج. تکنیک تکمیل د. تکنیک تداعی عکسها

۲۳. مرحله سوم مدل DECIDE کدم است؟

الف. مشخص کردن بهترین گزینه  
ب. جمع آوری اطلاعات مربوط  
ج. توسعه و اجرای طرح ارزیابی  
د. تعیین عوامل قابل کنترل و غیرقابل کنترل

۲۴. به واحدی اطلاق می شود که سهم بازار نسبی آن بالا ولی نرخ رشد صنعت مربوطه به آن پایین است؟

الف. ستاره ب. گاو شیرده ج. علامت سوال د. سگ

۲۵. کدامیک از معیارهای زیر در تعیین میزان جذابیت بازار یک واحد SBU نقش ایفا می کند؟

الف. اندازه واحد تجاری استراتژیک  
ب. قدرت مزیت ویژه واحد  
ج. توانایی تحقق و توسعه  
د. میزان نیاز به تکنولوژی سطح بالا

سوالات تشریحی

بارم هر سوال ۱ نمره می باشد.

۱. فرق بین خلاقیت و نوآوری را توضیح دهید.

۲. علل پیچیدگی تصمیمات بازاریابی را توضیح دهید.

۳. ویژگی های بازار بالقوه برای یک کالا را نام ببرید.

۴. ۵ مورد از منافع برنامه ریزی را بنویسید.

۵. انواع محیط بازاریابی را نام برده و یکی را توضیح دهید.