

تعداد سوالات: تستی: ۲۵ تشریحی: ۵

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۳۵ تشریحی: ۴۰

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



نام درس: بازاریابی بین المللی - بازاریابی بین الملل

رشته تحصیلی / کد درس: مدیریت بازرگانی سنتی (۸۱۴۵)

جبرانی ارشد - مدیریت بازرگانی (بازاریابی - بین ا

کد سری سؤال: یک (۱) استفاده از:

تنها با یاد اوست که دل‌ها آرام می‌گیرد.

۱. این جمله از کدام متفکر در رشته بازاریابی است:

« هدف بازاریابی، فروش فراوان است. هدف شناختن و درک مشتری به نحوی است که کالا و خدمات ارائه شده دقیقاً مناسب باشد»

الف. فلیپ کاتلر ب. پیتر دراگر ج. گری ارمسترانگ د. دیوید اکر

۲. بیشترین تفاوت موجود بین بازاریابی داخلی و بین المللی مربوط به چیست؟

الف. مقررات دولتی ب. تفاوت‌های فرهنگی ج. تفاوت‌های محیطی د. تکنیک‌های بازاریابی

۳. کدام گزینه زیر به مفهوم نحوه بهره‌گیری مردم از توانایی‌های خود می‌باشد؟

الف. فرهنگ سیاسی ب. فرهنگ اقتصادی ج. فرهنگ تکنولوژیک د. فرهنگ ارزشی

۴. به وظیفه کدام گزینه، هدایت افراد یا سازمان‌ها در شناخت کالا و خدمات و ترغیب آنها نسبت به ترجیح دادن کالا و در نهایت خرید و مصرف کالا است؟

الف. بازاریابی ب. توزیع ج. بازاریابی بین الملل د. ارتباطات

۵. در این مرحله از مراحل مذاکره، مذاکرات توسط هیات نمایندگی طرفین به طور جدی آغاز و ادامه می‌یابد؟

الف. مذاکره گسترده ب. پیش مذاکره ج. مذاکره تلفیقی د. تصمیم‌گیری و اقدام

۶. کدام گزینه به اقدامات و قوانین دولتی در خصوص تجارت خارجی اشاره دارد؟

الف. تراز پرداختها ب. برنامه ریزی استراتژیک

ج. خط مشی بازرگانی د. امور مالی بین المللی

۷. رفاه اقتصادی جهان در شرایط وجود موانع تعرفه ای چه وضعیتی پیدا می‌کند؟

الف. کاهش می‌یابد. ب. تغییر نمی‌کند. ج. افزایش می‌یابد. د. به مقدار جزئی افزایش می‌یابد.

۸. در این گروه بندی بازار بین المللی، نیروی کار و سرمایه به آسانی قابل مبادله است؟

الف. بازار مشترک ب. اتحادیه حقوق گمرکی

ج. اتحادیه اقتصادی د. اتحادیه سیاسی

۹. یک ایدئولوژی مشخص و مشترک برای تمام ملل است و عقیده ای است در میان افراد یک ملت که آنها متفاوت یا بهتر از افراد ملل دیگر هستند؟

الف. سوسیالیسم ب. ناسیونالیسم ج. کمونیسم د. مردم‌گرایی

۱۰. این قوانین بیشتر بستگی به تصمیمات قبلی و پیشین دارد تا به شرح جزئیات فرائض و قواعد قانونی.

الف. قانون بین المللی ب. قانون کشوری ج. قانون عمومی د. قوانین منطقه ای

۱۱. کدام یک جزء مشکلات تحقیق بازاریابی در کشورهای مختلف نیست؟

الف. مشکلات فرهنگی ب. مشکلات اجتماعی ج. مشکلات تکنیکی د. مشکلات داده

تعداد سوالات: تستی: ۲۵ تشریحی: ۵

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۳۵ تشریحی: ۴۰

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



نام درس: بازاریابی بین المللی - بازاریابی بین الملل

رشته تحصیلی / کد درس: مدیریت بازرگانی سنتی (۸۱۴۵)

جبرانی ارشد - مدیریت بازرگانی (بازاریابی - بین ا

کد سری سؤال: یک (۱) استفاده از:

۱۲. در این وضعیت از حالات مختلف توسعه جغرافیایی، شرکت با کیفیت مطلوب تولید و در تعداد محدودی از بازارها فعال است؟

الف. وضعیت با برتری تولید

ب. وضعیت برتر

ج. وضعیت با برتری موقعیت جغرافیایی

د. حالت ضعیف

۱۳. به شرکتی گفته می شود که تمام مسئولیت های صادرات از قبیل تحقیقات بازاریابی، تبلیغات، حمل و ... را با انعقاد قرارداد انجام می دهد؟

الف. توزیع کنندگان

ب. نمایندگی ها

ج. قرارداد مدیریت

د. شرکتهای مدیریت صادرات

۱۴. مهمترین عنصر برنامه بازاریابی کدام گزینه زیر می باشد؟

الف. مصرف کننده

ب. محصول

ج. توزیع

د. تبلیغات

۱۵. یکی از روشهای مهم برنامه ریزی تولید، در بازاریابی بین المللی چیست؟

الف. تصمیم گیری

ب. عرضه محصولات جدید

ج. پیش بینی دوره عمر محصول

د. ارتباطات بازاریابی

۱۶. در این استراتژی بازاریابی، بخش معینی از بازار هدف در نظر گرفته می شود و با گرفتن بازخور از مشتریان کیفیت و عملکرد کالا بهبود می یابد؟

الف. استراتژی صادرات

ب. استراتژی تفکیکی

ج. استراتژی تنوع محصول

د. استراتژی تخصیصی

۱۷. اولین قدم در انتخاب بسته برای یک بازار کدام مورد زیر است؟

الف. تعیین نیازها و احتیاجات ملی بازار آن کشور

ب. تعیین اهداف اقتصادی شرکت

ج. مقدار هزینه بسته بندی

د. زیبایی طرح بسته

۱۸. کدام یک از گزینه های زیر از عمده دلایل موفقیت شرکت در مدیریت کانال های توزیع است؟

الف. انتخاب، قرارداد، کنترل، ایجاد انگیزه

ب. واسطه یابی، انتخاب، قرارداد، کنترل

ج. قرارداد، ایجاد انگیزه، کنترل، واسطه یابی

د. مدیریت کانال، واسطه یابی، قرارداد، کنترل

۱۹. خرید از کدام خرده فروشی زیر به صورت Selfservice انجام می شود؟

الف. فروشگاههای زنجیره ای

ب. خریداران متشکل

ج. فروش از طریق پست

د. سوپر مارکتها

۲۰. وقتی ارتباط به صورت دسته جمعی صورت گیرد و یک یا چند نفر در یک زمان با عده زیادی تماس گیرند چه نامیده می شود؟

الف. فروش

ب. تبلیغات

ج. مذاکره

د. ارتباطات خارجی

۲۱. عبارتست از هر نوع تبلیغ غیر شخصی درباره اندیشه ها، کالاها یا خدماتی که بابت آن تبلیغ، پولی پرداخت می شود:

الف. آگهی

ب. روابط عمومی

ج. فروش شخصی

د. تبلیغات تجاری

تعداد سوالات: تستی: ۲۵ تشریحی: ۵

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۳۵ تشریحی: ۴۰

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



نام درس: بازاریابی بین المللی - بازاریابی بین الملل

رشته تحصیلی / کد درس: مدیریت بازرگانی سنتی (۸۱۴۵)

جبرانی ارشد - مدیریت بازرگانی (بازاریابی - بین ا

کد سری سؤال: یک (۱) استفاده از:

۲۲. کدام مورد زیر از عوامل محیطی موثر بر قیمت گذاری می باشد؟

الف. دامنه تولید ب. تغییرات نرخ ارز ج. هدف‌های رقابتی د. خدمات پس از فروش

۲۳. حالتی از ماتریس BCG که نرخ رشد بازار بالا، ولی سهم بازار پائین است و شرکت به منابع مالی بیشتری نیاز دارد؟

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

۲۴. عوامل موثر بر سازماندهی به چند دسته تقسیم می شود؟

الف. عوامل مرتبط و غیر مرتبط ب. عوامل خارجی و داخلی
ج. عوامل محیطی و غیر محیطی د. عوامل اجتماعی و اقتصادی

۲۵. ساختار سازمانی شامل کدام گزینه است؟

الف. چارچوب سازمان و شبکه ارتباطات، تمرکز و عدم تمرکز، سلسله مراتب
ب. چارچوب سازمان و شبکه ارتباطات، سلسله مراتب، رسمیت و عدم رسمیت
ج. سلسله مراتب، تمرکز و عدم تمرکز، رسمیت و عدم رسمیت
د. چارچوب سازمان و شبکه ارتباطات، تمرکز و عدم تمرکز، رسمیت و عدم رسمیت

سوالات تشریحی

۱. انواع عوارض گمرکی را بنویسید و به اختصار شرح دهید. (۱نمره)

۲. مزایا و معایب روش سرمایه گذاری مشترک در بازارهای خارجی را بنویسید. (۱/۵ نمره)

۳. ویژگی های عمده فروشان را بنویسید. (۱نمره)

۴. وظایف روابط عمومی را بنویسید. (۱نمره)

۵. شش مورد از انواع دامپینگ را نام برده و به اختصار شرح دهید. (۱/۵نمره)