

استان:

## کارشناسی (ستم)

تعداد سوالات: سنتی: ۲۵ تشریحی: ۵  
زمان آزمون (دقیقه): سنتی: ۴۰ تشریحی: ۳۵

پیام نور  
دانشجویان  
پایگاه خبری

**PNU.COM**  
PNU News Agency

مجاز است.

نام درس: تحقیقات بازاریابی  
رشته تحصیلی / گذرسن: مدیریت بازرگانی (ستم): ۱۴۸

استفاده از:

گذرسن سوال: یک (۱)

تنها با یاد اوست که دلها آرام می‌گیرد.

۱. در کدام یک از مراحل فرآیند تصمیم گیری، تحقیقات بازاریابی راههایی را برای بررسی مسیر عملیاتی انتخاب شده و آن متغیرهای موقعيتی که در عملکرد برنامه تاثیر می‌گذارد ارائه می‌دهد؟

- الف. اجرا و اصلاح مسیر عملیاتی
- ب. شناخت موقعیت تصمیم گیری
- ج. تعریف مساله تصمیم گیری
- د. انتخاب مسیر عملیاتی بهینه

۲. استراتژی برنامه» و «استراتژی پروژه» به ترتیب در کدام یک از گزینه‌های زیر به درستی بیان شده است؟

- الف. روشن کننده نوع مطالعات، چگونگی اجرای پروژه
- ب. روشن کننده نوع مطالعات، روشن کننده نوع مطالعات
- ج. چگونگی اجرای پروژه، روشن کننده نوع مطالعات
- د. چگونگی اجرای پروژه، چگونگی اجرای پروژه

۳. کدام یک از گزینه‌های زیر، به ترتیب از مسائل تصمیم گیری و مسائل تحقیقاتی هستند؟

- الف. بهبود بسته بندی محصول جدید، ارزشیابی تاثیر طرح‌های مختلف بسته بندی
- ب. بهبود بسته بندی محصول جدید، گسترش بیشتر حوزه‌های فروش
- ج. افزایش میزان عادت به خریدهای مکرر، معرفی محصول جدید
- د. ارزیابی مقدارکنونی عادت به خریدهای مکرر، ارزیابی پذیرش احتمالی محصول جدید

۴. بیشتر پروژه‌های مربوط به تحقیقات بازاریابی با کدام نوع از تحقیقات آغاز می‌شوند و از طریق آن می‌توان تعریف مناسبی از مشکل یا مساله بدهست آورد؟

- الف. تحقیقات اکتشافی
- ب. تحقیقات علی
- ج. تحقیقات تاریخی
- د. تحقیقات توصیفی

۵. کدام یک از گزینه‌های زیر از معایب طرح پانل می‌باشد؟

- الف. امکان دارد پاسخ اعضای پانل تحت تاثیر عوامل غیر قابل کنترل قرار گیرد
- ب. اعضای پانل ممکن است نماینده جمعیت مورد مطالعه باشند
- ج. می‌توان از پاسخهای ارائه شده اطلاعات دقیق و تحلیلی بدهست آورد
- د. پژوهشگر بر پانل کنترل زیادی دارد

۶. کدام یک از گزینه‌های زیر از معایب اطلاعات ثانویه می‌باشد؟

- الف. عدم تناسب کامل آنها با مساله
- ب. صحت کامل آنها
- ج. کمک به پژوهشگر برای درک بهتر مساله
- د. فراهم کردن داده‌های تطبیقی

استان:

## کارشناسی (ستم)

تعداد سوالات: ستم: ۲۵ تیریخ: ۵  
زمان آزمون (دقیقه): ستم: ۴۰ تیریخ: ۲۵

پیام نور  
دانشجویان  
پایگاه خبری

**PNUNA.COM**  
PNU News Agency

مجاز است.

نام درس: تحقیقات بازاریابی  
رشته تحصیلی / گذرس: مدیریت بازرگانی (ستم): ۱۴۸

استفاده از:

گذرسی سوال: یک (۱)

۷. در کدام یک از روش‌های ارتباطات بر مبنای ساختار و میزان روشن بودن هدف «هدف تحقیق برای پاسخ دهنده آشکار است. انعطاف‌پذیری زیادی در چگونگی پرسش و استفاده از روش‌های بررسی و تحقیق وجود دارد و شکل پاسخ بصورت باز است»؟

ب. روش با ساختار و مستقیم

الف. روش بدون ساختار و مستقیم

د. روش با ساختار و غیر مستقیم

ج. روش بدون ساختار و غیر مستقیم

۸. یکی از روش‌های فرافکنی بسیار رایج در تحقیقات بازاریابی که از یک یا چند تصویر یا کارتون استفاده می‌شود که موقعیتی را در مورد محصولی خاص یا موضوع مورد بررسی نشان می‌دهد کدام گزینه می‌باشد؟

ب. روش کامل کردن جمله

الف. روش آزمون درک محتوا

د. روش کامل کردن کارتون

ج. روش تداعی لغات

۹. در مقایسه انواع مصاحبه‌ها «صحیح ترین، سریعترین و کم هزینه ترین روش مصاحبه» به ترتیب در کدام گزینه ارائه شده است؟

الف. مصاحبه حضوری، مصاحبه تلفنی، مصاحبه مکاتبه‌ای

ب. مصاحبه حضوری، مصاحبه مکاتبه‌ای، مصاحبه تلفنی

ج. مصاحبه تلفنی، مصاحبه حضوری، مصاحبه مکاتبه‌ای

د. مصاحبه مکاتبه‌ای، مصاحبه تلفنی، مصاحبه حضوری

۱۰. از کدام یک از وسائل زیر برای تعیین این که فرد چگونه مجله، روزنامه، آگهی، بسته بندی و مانند آنرا می‌خواند استفاده می‌کنند؟

ب. اودیومتر

الف. دوربین چشم

د. گالوانومتر روانی

ج. دوربین مردمک چشم

۱۱. کدام یک از گزینه‌های زیر درست می‌باشد؟

الف. پیچیدگی پردازش داده‌ها و هزینه پردازش سوالات باز بیشتر از سوالات چند جوابه است

ب. طرح سوالات چند جوابه زمان و هزینه بسیار کم می‌برد

ج. قسمت عمده پرسش نامه مکاتبه‌ای باید شامل سوالات باز باشد

د. پیچیدگی پردازش داده‌ها و هزینه پردازش سوالات باز کمتر از سوالات چند جوابه است

۱۲. خود پدیده بازاریابی «مانند واکنش خریدار نسبت به محصولات یا آگهی» و «اعدادی که بر پدیده بازاریابی دلالت دارند» به ترتیب در کدام گزینه بطور صحیح می‌باشد؟

ب. سیستم تجربی، سیستم انتزاعی

الف. سیستم تجربی، سیستم انتزاعی

د. سیستم انتزاعی، سیستم تجربی

ج. سیستم انتزاعی، سیستم تجربی

استان:

## کارشناسی (ستمی)

تعداد سوالات: ستمی: ۲۵ تشریحی: ۵  
زمان آزمون (دقیقه): ستمی: ۴۰ تشریحی: ۳۵

پیام نور  
دانشجویان  
پایگاه خبری

**PNUNA.COM**  
PNU News Agency

مجاز است.

نام درس: تحقیقات بازاریابی  
رشته تحصیلی / گذرس: مدیریت بازرگانی (ستمی): ۱۴۸

استفاده از:

گذرسی سوال: یک (۱)

۱۳. «تعریف یک سازه با سازه دیگر» و «مشخص کردن این که هر سازه چگونه باید اندازه گیری شود» به ترتیب در کدام گزینه بطور صحیح می باشد؟

ب. تعریف نهادی، تعریف نهادی

الف. تعریف نهادی، تعریف عملیاتی

د. تعریف عملیاتی، تعریف عملیاتی

ج. تعریف عملیاتی، تعریف نهادی

۱۴. «بطور مستقیم از پاسخ دهندهان (مشتریان) می خواهند که عقاید و احساسات خود را با پاسخ دادن به یک یا چند سوال در پرسشنامه گزارش کنند» کدام یک از انواع روش‌های ارتباطات (یکی از روش‌های عمومی برای سنجش طرز فکر) می باشد؟

ب. پاسخ به حرکه‌های بدون ساختار

الف. گزارش شخصی

د. عملکرد وظیفه عینی

ج. پاسخ به حرکه‌های با ساختار محدود

۱۵. در کدام یک از انواع مقیاسها «از پاسخ دهنده می خواهد که موضوع های مورد نظر گوناگون را در رابطه با طرز فکر مورد سوال، به ترتیب رتبه بندی کند»؟

ب. مقیاس مقایسه دو به دو

الف. مقیاس رتبه بندی

د. مقیاس درجه بندی

ج. مقیاس اسمی

۱۶. هنگامی که در انتخاب و سنجش پاسخ دهندهان اشتباہی رخ می دهد با کدام یک از انواع مشکلات نمونه برداری مواجه هستیم؟

الف. اریب

ج. پرسنل ماهر

۱۷. وقتی خبرنگاران یا گزارشگران تلویزیون با مردم در خیابانها مصاحبه می کنند، از کدام یک از انواع نمونه برداری استفاده کرده اند؟

ب. نمونه برداری قضاوتی

الف. نمونه برداری ساده

د. نمونه برداری نظامدار

ج. نمونه برداری سهمیه ای

۱۸. کدام یک از گزینه های زیر درست می باشد؟

الف. برای سوالات با ساختار، طرح کد گذاری قبل از شروع عملیات میدانی انجام می پذیرد

ب. برای سوالات بسته، طرح کد گذاری بعد از شروع عملیات میدانی انجام می پذیرد

ج. کد گذاری سوالات بسته مشکل تر است

د. چون اطلاعات باید بصورت کد درآیند باید خوانا نباشند.

۱۹. «توان دوم کی»، «همبستگی»، «رگرسیون ساده» و «تجزیه و تحلیل واریانس» جزء کدام یک از انواع روش‌های تحلیلی می باشند؟

ب. تجزیه و تحلیل چند متغیره

الف. تجزیه و تحلیل دو متغیره

د. تجزیه و تحلیل عوامل

ج. تجزیه و تحلیل یک متغیره

استان:

## کارشناسی (سترنی)

تعداد سوالات: تستی: ۲۵ تشریحی: ۵  
زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۴۰ تشریحی: ۳۵

پیام نور  
دانشجویان  
پایگاه خبری

**PNU.COM**  
PNU News Agency

مجاز است.

نام درس: تحقیقات بازاریابی  
رشته تحصیلی / گذرنامه: مدیریت بازرگانی (سترنی): ۱۴۸

استفاده از:

گذرنامه سوال: یک (۱)

۲۰. کدام یک از گزینه های زیر معیاری است مربوط به درجه پیوندی که بین تغییرات در یک متغیر (متغیر وابسته) و تغییرات در متغیر دیگر وجود دارد و درجه رابطه را هم نشان می دهد؟

ب. رگرسیون ساده

الف. همبستگی

د. رگرسیون چند کانه

ج. طبقه بندی متقاطع

۲۱. کدام یک از دستورهای زیر، طبقه بندی های متغیرهای مختلفی را که کد گذاری شده اند شناسایی می کند؟

ب. VARIABLE LABELS

الف. VALUE LABELS

د. TITLE

ج. RECODE

۲۲. هدف پژوهشگر در قسمت «نتایج گزارش» کدام یک از گزینه های زیر می باشد؟

الف. سازماندهی منطقی اطلاعات برای تصمیم گیری

ب. رسم جداول متعدد و بی پایان

ج. جلب اطمینان خواننده به جنبه کیفی رویه های به کار رفته

د. توصیف ویژگی های طرح تحقیق

۲۳. از نظر بازاریابی، درآمد قابل مصرف افراد و تجزیه و تحلیل مخارج آنها اهمیت دارد و بویژه درآمدی که برای تهیه محصولات و خدمات مازاد بر احتیاجات ضروری زندگی مصرف می شود چه نام دارد؟

ب. قدرت خرید

الف. قدرت خرید اختیاری

د. قدرت مصرف

ج. قدرت خرید اجباری

۲۴. در مورد کدام یک از اطلاعات زیر، نظرهای خریداران یا کسانی که روابط نزدیکی با آنها دارند (مانند فروشندهان و اشخاص خبره ای خارج از شرکت) بطور روش مند جمع آوری می شود؟

ب. مردم چه کرده اند

الف. مردم چه می گویند

د. پیش بینی مقدار فروش

ج. مردم چه می کنند

۲۵. در کدام یک از روش های زیر کوشش می شود که امتحان محصول در محیطی شبیه اوضاع و احوال واقعی بازار انجام یابد؟

ب. امتحان هادی

الف. امتحان غیر هادی

د. امتحان مجدد

ج. امتحان طولانی

## کارشناسی (ستنی)

استان:

تعداد سوالات: تستی: ۲۵ تشریحی: ۵  
زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۴۰ تشریحی: ۳۵

مجاز است.

پیام نور  
دانشجویان  
پایگاه خبری

**PNUNA.COM**  
PNU News Agency



۱۴۸

رشته تحصیلی / گذرنامه: مدیریت بازرگانی (ستنی):

استفاده از:

نام درس: تحقیقات بازاریابی

گذرنامه: یک (۱)

«سؤالات تشریحی»

بازم هر سؤال ۱ نمره می‌باشد.

۱. چهار دسته از انواع روشهای مشاهده را نام ببرید و یک مورد آنرا توضیح دهید؟
۲. راههای اصلی برای تخمین اعتبار اندازه گیری را نام برد و یک مورد آنرا توضیح دهید؟
۳. اشتباهاتی که در عملیات میدانی رخ می‌دهد را نام ببرید و یک مورد آنرا توضیح دهید؟
۴. دو مورد از رهنمودهایی که برای آماده سازی گزارش تحقیق کتبی لازم است را بصورت مختصر شرح دهید؟
۵. انواع مختلف تحقیقات در مورد محصول را نام ببرید؟