



۱- هدف از اطلاعاتی که برای تصمیم گیری جمع آوری می شود چیست؟

۱. کاهش خطای تصمیم گیری
۲. ارائه اطلاعاتی برای تصمیم گیری
۳. مرکز جمع آوری اطلاعات
۴. ایجاد پایگاه اطلاعاتی

۲- آخرین مرحله فرایند تصمیم گیری ، کدامیک از گزینه های زیر می باشد؟

۱. شناخت موقعیت تصمیم گیری
۲. تعریف مسئله تصمیم گیری
۳. ارزیابی مسیرهای عملیاتی
۴. اجرا و اصلاح مسیر عملیاتی

۳- پیشرفته ترین نوع سیستم های اطلاعاتی بازاریابی کدامیک از گزینه های زیر می باشد؟

۱. سیستم ذخیره و کسب اطلاعات
۲. سیستم تجزیه و تحلیل اطلاعات
۳. پیش نظارت بر اطلاعات
۴. سیستم کنترل اطلاعات

۴- سطح پشتیبانی از تصمیمات بازاریابی دارای کدامیک از ویژگی های زیر می باشد؟

۱. عدم انعطاف پذیری
۲. دسترسی محدود اطلاعات برای استفاده کنندگان
۳. انفعالی بودن
۴. اولویت دادن به شناخت روابط

۵- کدام یک از مراحل فرایند تحقیق ، مستلزم بررسی های میدانی است؟

۱. تعیین طرح تحقیق
۲. گردآوری اطلاعات
۳. طراحی فرم های گردآوری اطلاعات
۴. تهیه گزارش تحقیق

۶- کدامیک از گزینه های زیر از انواع عملیات تحقیقاتی است که مصرف کننده را فریب دهد؟

۱. مشخصات مسئول
۲. قول و قرارهایی در خصوص مشخصات پاسخ دهنده
۳. فروش محصول
۴. بدقولی در مورد جبران زحمات پاسخگو یا مصاحبه شونده

۷- «معرفی محصولات جدید» و «ارزشیابی مناطق پرمشتری» به ترتیب نمونه هایی از کدام یک از گزینه های زیر می باشد؟

۱. مسائل تصمیم گیری - مسائل تحقیقاتی
۲. مسائل تحقیقاتی - مسائل تحقیقاتی
۳. مسائل تصمیم گیری - مسائل تصمیم گیری
۴. مسائل تحقیقاتی - مسائل تصمیم گیری



۸- کدامیک از موقعیت های متداول زیر ، تحقیقات بازاریابی در آن ها مفید است؟

۱. هنگامی که اطلاعات لازم برای تصمیم گیری بازاریابی را دارید.
۲. زمانی که یک راه موجود است و می دانید کدام یک را انتخاب کنید.
۳. وقتی که به کار تازه ای دست می زنید
۴. هنگامی که مشکلی وجود ندارد.

۹- آخرین گام در طرح تحقیق اکتشافی کدامیک از گزینه های زیر می باشد؟

۱. بررسی مقالات و کتب موجود
۲. پرسش از افرادمتخصص
۳. پرسش از افراد متبحر
۴. بررسی چند مورد برگزیده

۱۰- پانل جزء کدامیک از انواع طرح های تحقیقاتی می باشد؟

۱. اکتشافی
۲. علی
۳. توصیفی
۴. پرسشنامه

۱۱- پژوهشگر بازاریابی قبل از اینکه تصمیم بگیرد که «تحقیق علی آزمایشگاهی» و «تحقیقات علی میدانی» را انتخاب کند باید چه جنبه ی آزمایش را ارزیابی کند؟

۱. نوع اطلاعات لازم- الزامات مربوط به اعتبار آزمایش
۲. نوع اطلاعات لازم- اختیارات مربوط به روایی آزمایش
۳. زمان هزینه لازم- اختیارات مربوط به روایی آزمایش
۴. زمان و هزینه لازم برای اطلاعات- زمان اضافه محاسبه شده

۱۲- کدام یک از گزینه های زیر درباره اطلاعات ثانویه درست است ؟

۱. به طور کامل می تواند مسائل مورد مطالعه را حل کند
۲. داده های تطبیقی را فراهم نمی کند
۳. به پژوهشگر کمک نمی کند تا مسائل را بهتر بیان کند
۴. اطلاعات بیشتر یا شیوه هایی بهبود یافته ارائه می دهد

۱۳- «آمادگی فرد در ارائه پاسخی رفتاری به محصول» توضیح کدام یک از عناصر طرز فکر می باشد؟

۱. ساختاری
۲. رفتاری
۳. احساسی
۴. شناختی

۱۴- مصاحبه ای بدون ساختار که یک فرد هادی تعلیم یافته به طور همزمان بین افراد گروه کوچکی از پاسخ دهندگان انجام می دهد ، چه نامیده می شود؟

۱. مصاحبه گروه کانون
۲. مصاحبه سطحی
۳. مصاحبه آزاد
۴. مصاحبه متمرکز



۱۵- در کدامیک از روش های زیر « به پاسخ دهنده موقعیتی را شرح می دهند و از او می خواهند به جای اینکه مستقیماً عقاید و احساسات خود را با توجه به موقعیت ارائه شده بیان کند عقاید و احساسات شخص دیگری را به موقعیت مورد نظر مربوط سازد » می باشد؟

۱. تداعی لغات
۲. کامل کردن جمله
۳. ایفای نقش
۴. آزمون درک محتوا

۱۶- در کدام یک از انواع مصاحبه ها ارباب پاسخ ها از میان می رود چون تعاملی بین مصاحبه کننده و مصاحبه شونده وجود ندارد؟

۱. مکاتبه ای
۲. حضوری
۳. تلفنی
۴. متمرکز

۱۷- « به جای خود رفتار ، برخی از آثار آن را مشاهده کردن » تحت چه عنوانی اطلاق می گردد؟

۱. مشاهده با ساختار
۲. مشاهده غیر مستقیم
۳. مشاهده طبیعی
۴. مشاهده مصنوعی

۱۸- آخرین مرحله از مراحل طراحی پرسشنامه کدام گزینه است؟

۱. ملاحظات مقدماتی
۲. آزمایش اولیه ، تجدید نظر و شکل نهایی پرسشنامه
۳. تصمیم گیری درباره توالی سوالات
۴. تصمیم گیری درباره نحوه طرح سوال

۱۹- در بحث تصمیم گیری درباره نحوه طرح سوال کدام گزینه باید رعایت شود؟

۱. از لغات پیچیده استفاده کنید
۲. از لغات دو پهلو استفاده کنید
۳. از سوالات هدایت کننده استفاده کنید
۴. گزینه های ضمنی را بکار نبرید

۲۰- فعالیت انسانی هدایت شده در جهت ارضای نیازها و خواسته ها از طریق فرایند مبادلات چه نامیده می شود؟

۱. بازرگانی
۲. بازاریابی
۳. مبادله
۴. داد و ستد

۲۱- کدام مفهوم پدیده های پیچیده موجود در بازاریابی راسده تر می کند و به آنها شکل می دهد؟

۱. تعریف عملیاتی
۲. تعریف نهادی
۳. تعریف کاربردی
۴. سازه ها

۲۲- تقسیم یک وسیله اندازه گیری چند موردی به گروه های مساوی و تعیین همبستگی پاسخها در مورد برای تخمین پایایی ، توضیح کدام یک از گزینه های زیر می باشد؟

۱. پایایی شکل های گزینه ای
۲. پایایی پنجاه - پنجاه
۳. پایایی تست - تست مجدد
۴. پایایی پیشگویی



زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۶۰ تشریحی: ۰

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

درس: تحقیقات بازاریابی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت بازرگانی ۱۲۱۸۱۴۸

۲۳- براساس کدام یک از روش های عمومی برای سنجش طرزفکر، از پاسخ دهندگان می خواهند که اطلاعات واقعی راجع به محصولات را حفظ کنند یا گزارش دهند؟

۱. گزارش شخصی
۲. پاسخ به محرکهای بدون ساختار محدود
۳. عملکرد وظیفه عینی
۴. گزارش غیر شخصی

۲۴- در کدام یک از گزینه های زیر به پاسخ دهندگان دوما موضوع از یک مجموعه داده می شود و از آنها می خواهند که بسته به طرزفکر مورد سوال، یکی را انتخاب کنند؟

۱. مقیاس رتبه بندی
۲. مقیاس تفکیک زبانی
۳. مقیاس یک قطبی
۴. مقیاس مقایسه دوجه دو

۲۵- «مقیاسی که شامل عبارتهایی است که با طرز فکر مورد نظر در ارتباط هستند» را چه می نامند؟

۱. مقیاس طرز فکر
۲. مقیاس لیکرت
۳. مقیاس تفکیک زبانی
۴. مقیاس یک قطبی

۲۶- کدام یک از گزینه های زیر صحیح می باشد؟

۱. جامعه عبارت است از مجموعه مشاهدات ما از جمعیت یا جهان مورد مطالعه
۲. نمونه رami توان دیرتر و گرانتر از سرشماری تمام جمعیت به دست آورد
۳. گام اول در هر رویه ی نمونه برداری تعریف واضح جمعیت مورد مطالعه است
۴. فرصت های زمانی و بودجه زیاد دلایل برتری نمونه برداری نسبت به سرشماری است

۲۷- ایجاد کالاها و برنامه های تبلیغاتی متفاوت برای قسمتهای مختلف بازار چه نامیده می شود؟

۱. بازاریابی یکسان
۲. بازاریابی تفکیکی
۳. بازاریابی متمرکز
۴. بازاریابی انبوه

۲۸- پیشرفته ترین روش نمونه برداری غیر احتمالی چیست؟

۱. نمونه برداری قضاوتی
۲. نمونه برداری تصادفی ساده
۳. نمونه برداری خوشه ای
۴. نمونه برداری سهمیه ای



۲۹- «همراهی مصاحبه کننده و پاسخ دهنده» و «طریقه طرح سوالات» از عوامل مربوط کدام یک از اشتباهاتی است که در عملیات میدانی رخ می دهند؟

۱. اشتباهات مربوط به انتخاب نمونه
۲. اشتباهات مربوط به مصاحبه
۳. اشتباهات مربوط به پاسخ دادن
۴. اشتباهات مربوط به پاسخ ندادن

۳۰- در پردازش داده ها تعداد کل پاسخ دهندگان را چه می نامند؟

۱. اندازه جامعه
۲. اندازه داده ها
۳. اندازه نمونه
۴. اندازه جمعیت آن

۳۱- محلی که در آن تمام اطلاعات مربوط به متغیرها و محل آنها در کارتهای کامپیوتری ثبت می گردد چیست؟

۱. دفترچه کدها
۲. دفترچه اعداد
۳. شماره سوال
۴. شماره کارت

۳۲- کدام یک از متغیرهای زیر معیاری برای درجه پیوندی که بین تغییرات در یک متغیر (متغیر وابسته) و تغییرات در متغیر دیگر به کار می رود؟

۱. طبقه بندی متقاطع
۲. رگرسیون ساده
۳. رگرسیون چندگانه
۴. همبستگی

۳۳- کدام یک از گزینه های زیر، رویه ای است که در آن تعداد زیادی متغیر به تعداد کمی عوامل کاهش می یابند و در زمینه بازاریابی کاربردهای زیادی دارند؟

۱. تجزیه و تحلیل عوامل
۲. همبستگی متعارف
۳. تجزیه و تحلیل ممیز
۴. تجزیه و تحلیل خوشه ای

۳۴- دستورهایی که برای توصیف اطلاعات درباره پرونده مورد نیاز هستند چه نامیده می شوند؟

۱. زیر دستورها
۲. دستورهای تعریف اطلاعات
۳. دستور TITLE
۴. دستور DATA LIST

۳۵- کدام یک از گزینه های زیر صحیح می باشد؟

۱. پژوهشگر نباید مخاطب گزارش را در نظر بگیرد
۲. گزارش باید کامل و کلی باشد
۳. گزارش باید عینی و موثر باشد
۴. گزارش باید خیلی خلاصه باشد



۳۶- مهمترین قسمت گزارش تحقیق که اکثر مدیران فقط آن را مطالعه می کنند چیست؟

۱. خلاصه مدیریتی
۲. متن گزارش
۳. نتایج
۴. صفحه عنوان

۳۷- مهمترین نوع تحقیقات بازاریابی کدامیک از گزینه های زیر می باشد؟

۱. تجزیه و تحلیل و پیش بینی فروش
۲. بررسی بازار محصولات مصرفی و خدمات بازرگانی
۳. تحقیقات در مورد توزیع محصول
۴. تحقیقات در مورد قیمت کالا

۳۸- با کدام یک از بررسی های زیر ، علت این که چرا هر یک از خریداران در میان تعدادی از محصولات مشابه به یکی علاقمند می شوند و آن را بر دیگر محصولات ترجیح می دهند معلوم می شود؟

۱. بررسی وفاداری مصرف کنندگان به محصول
۲. بررسی بازارهای محلی
۳. بررسی گروههای خاص مصرف کنندگان
۴. بررسی عادات خرید مصرف کنندگان

۳۹- روش بررسی نظرهای خریداران در چه صورتی مفید تر خواهد بود؟

۱. اگر تعداد خریداران زیاد باشد
۲. هزینه ملاقات آنها زیاد باشد
۳. نظرهای خریداران روشن نباشد
۴. خریداران مطابق نظر قبلی خود در آینده عمل کنند

۴۰- کدام یک از انواع مختلف تحقیقات در مورد محصول، قبل از مرحله تحقیق و توسعه و تهیه و تکمیل محصول صورت می گیرد؟

۱. تحقیقات در مورد طرح اولیه محصول
۲. تحقیقات در مورد طرح نهایی محصول
۳. تحقیقات از طریق امتحان محصول
۴. تحقیقات در مورد خط تولید