



مجاز است.

استفاده از:

۱. عبارتست از مجموعه‌ای از ابزارهای مداخله در بازار که به صورت وابسته به هم عمل می‌کند، به طوری که تاثیر لازم یا مورد نظر را در بازار می‌گذارد.
 - الف. بازاریابی
 - ب. بازاریابی بین‌المللی
 - ج. آمیخته بازار
 - د. سیاست‌های مالی
۲. عبارتست از مجموعه‌ای از فعالیت‌های انسانی و اقتصادی هدایت شده در جهت ارضای نیازها و خواسته‌های افراد جامعه از طریق فراگردهای مبادله.
 - الف. مدیریت بازار
 - ب. آمیخته بازار
 - ج. مدیریت کیفیت
 - د. بازاریابی
۳. چارچوب مقایسه رابطه بازاریابی با محیط آن در دو یا چند کشور است، اشاره به کدامیک از موارد زیر است؟
 - الف. بازاریابی تطبیقی
 - ب. بازاریابی بین‌المللی
 - ج. تجارت جهانی
 - د. تفاوت‌های محیطی
۴. تفاوت عمده بازاریابی داخلی و بین‌المللی در کدام یک از عوامل زیر نهفته است؟
 - الف. محیط بازاریابی
 - ب. تکنیک‌های بازاریابی
 - ج. ابزارهای بازاریابی
 - د. آمیخته بازاریابی
۵. عناصر مزیت استراتژیک در کدام گزینه درج گردیده است؟
 - الف. رقابت در سطح شرکت - رقابت در سطح ناحیه - رقابت در سطح صنعت - رقابت در سطح کشور
 - ب. کانال‌های توزیع - کانال‌های تولید - کانال‌های فروش - مدیریت فروش
 - ج. بخش‌های استراتژیک شرکت - مهارت‌های انسانی - تجارت انسانی - مهارت‌های بازاریابی
 - د. سیستم کارآمد تحقیقات بازاریابی - تبلیغات موثر - کانال‌های توزیع - استراتژی قیمت‌گذاری - روش‌های موثر بسته‌بندی
۶. به عقیده مرکانتی لیستها در چه صورتی یک کشور می‌تواند از تجارت سود ببرد؟
 - الف. هنگامی که تمرکز خود را بر تجارت طلا بگذارد.
 - ب. هنگامی که ارزش صادرات آن کشور از وارداتش بیشتر باشد.
 - ج. هنگامی که بتواند روحیه ملی‌گرایی را در مردم آن کشور تقویت نماید.
 - د. هنگامی که بازارهای داخلی بیش از بازارهای خارجی توجه کند.
۷. براساس این نظریه سود حاصل از تجارت بین‌المللی از تخصص‌ها و تفاوت‌هایی ناشی می‌شود که به لحاظ فراوانی نسبی منابع تولید، منابع اولیه، سرمایه، تکنولوژی و ... باعث ایجاد مزیت در برخی مناطق نسبت به برخی مناطق دیگر می‌گردد.
 - الف. نظریه مرکانتیلیسم
 - ب. نظریه مزیت نسبی
 - ج. نظریه دوره زندگی کالا
 - د. نظریه مزیت مطلق



مجاز است.

استفاده از:

۸. حساب صادرات و واردات خدمات از اقلام کدام دسته از صورتحساب های تراز پرداخت ها به شمار می رود؟
- الف. حساب جاری ب. حساب سرمایه ج. حساب رسمی خزانه د. حساب عمرانی
۹. این پدیده به اقدامات و قوانین دولتی در خصوص تجارت خارجی اشاره دارد.
- الف. قانون گذاری ب. سیاست های مالی ج. خط مشی بازرگانی د. برنامه ریزی استراتژیک
۱۰. سود بازرگانی مصوبه کدامیک از نهادهای زیر به شمار می رود؟
- الف. هیئت وزیران ب. مجلس شورای اسلامی ج. اتاق های تجارت و بازرگانی کشور د. سازمان گمرک کشور
۱۱. در این گونه عوارض گمرکی، قیمت کالا مبنای اخذ عوارض می باشد.
- الف. عوارض گمرکی مختلط ب. عوارض گمرکی ارزشی ج. عوارض گمرکی مقداری د. عوارض گمرکی کیفی
۱۲. این ابزارها حد مشخص و مطلق را برای مقدار کالا و گروه های مشخصی که می توانند وارد کشور کنند تعیین می کنند.
- الف. عوارض ب. سهمیه ها ج. سوبسیدها د. مالیات
۱۳. این سازمان در صدد است سیستم گمرک تدریجی را به نفع صدور کالاهای صنعتی از کشورهای کمتر توسعه یافته برقرار کند؟
- الف. سازمان تجارت جهانی ب. سازمان آسه آن ج. سازمان آنکتاد د. سازمان اگو
۱۴. در این مرحله از مدل توسعه روستو، صنعت در کشور شروع به پیشرفت کرده و الگوی تولید و مصرف سنتی شکسته شده و تولید و مصرف کالاهای صنعتی جایگزین آنها می گردد.
- الف. مرحله قبل از جهش ب. مرحله بلوغ ج. مرحله جهش د. مرحله تولید انبوه
۱۵. این گروه از صنایع، صنایعی هستند که محصولات آنها برای تولید سایر محصولات مورد استفاده قرار می گیرد مانند صنایع ذوب فلزات.
- الف. صنایع مادر ب. صنایع پیشرفته ج. صنایع با تکنولوژی بالا د. صنایع سنگین
۱۶. عبارت است از طراحی موثر، تحویل به موقع و کاربرد اطلاعات در یک سازمان بازرگانی
- الف. سیستم اقتصادی بازاریابی ب. سیستم مالی بازاریابی ج. سیستم مدیریت و طراحی بازاریابی د. سیستم اطلاعاتی بازاریابی



مجاز است.

استفاده از:

۱۷. اولین مرحله در برنامه ریزی فروش کدام است؟

الف. تعیین GNP

ب. تعیین الگوی مصرف مردم

ج. تعیین بازار هدف

د. تعیین ویژگی های فرهنگی مصرف کنندگان

۱۸. شامل آن اطلاعاتی است که براساس مقررات و قوانین یک کشور اعم از کشور مبدا و مقصد به وجود می آید.

الف. اطلاعات عمومی

ب. اطلاعات منابع

ج. اطلاعات دستوری

د. اطلاعات بین المللی

۱۹. عبارت است از تعیین بازار و امکان دستیابی به سهم پیش بینی شده بازار.

الف. برنامه ریزی بازاریابی

ب. سیستم اطلاعات بازاریابی

ج. سیستم تحقیقات بازاریابی

د. مدیریت فروش

۲۰. اولین تفاوت فرهنگی که در بازارهای خارجی به چشم می آید، کدام است؟

الف. آداب و رسوم

ب. سنت های باستانی

ج. ساختار اجتماعی

د. زبان

۲۱. در این حالت از حالات توسعه جغرافیایی، شرکت با کیفیت مطلوب تولید در تعداد محدودی از بازارها فعال می باشد.

الف. وضعیت برتر

ب. وضعیت با برتری تولید

ج. وضعیت با برتری موقعیت جغرافیایی

د. حالت ضعیف

۲۲. صادرات غیرمستقیم به ترتیب دارای چه حدی از ریسک و هزینه های کنترل می باشد؟

الف. ریسک کمتر و هزینه های کنترل بیشتر

ب. ریسک کمتر و هزینه های کنترل کمتر

ج. ریسک بیشتر و هزینه های کنترل بیشتر

د. ریسک بیشتر و هزینه های کنترل کمتر

۲۳. در این استراتژی ورود به بازار جهانی، شرکت به طور فعال درگیر بازارهای بین المللی نمی شود و محصولات شرکت توسط دیگران به بازار خارجی صادر می شود.

الف. صادرات غیر مستقیم

ب. صادرات مستقیم

ج. فرانشیز

د. تولید در خارج از کشور

۲۴. وسیله ای برای فروش کالا با عناصر خدمتی بسیار بالا است که در این روش شرکت اصلی امتیاز فروش محصول را به شرکت های خارجی واگذار می کند و امتیازدهنده تمام عملیات بازاریابی را در اختیار امتیاز گیرنده قرار می دهد.

الف. فرانشیز

ب. صادرات غیرمستقیم

ج. صادرات مستقیم از طریق نمایندگی های فروش

د. قرارداد مدیریت



مجاز است.

استفاده از:

۲۵. در این استراتژی، تولیدکننده اصلی با یک شرکت خارجی قرارداد می‌بندد که محصول شرکت اصلی را بر اساس مفاد قرارداد، در خارج تولید نماید.

الف. بازاریابی مستقیم

ب. مونتاژ

ج. تولید قراردادی

د. شرکتهای مدیریت صادرات

۲۶. وسیله‌ای هستند که طی آن کالاها از تولیدکننده به مصرف‌کننده می‌رسند.

الف. کانال‌های فروش

ب. کانال‌های توزیع

ج. کانال‌های خرده‌فروشی

د. کانال‌های انطباق

۲۷. کدام یک از گزینه‌های زیر جزء مهمترین کانال‌های توزیع محصولات صنعتی در شرکتهای فاقد بخش فروش، می‌باشد؟

الف. تولیدکننده - خرده فروش - مصرف کننده

ب. تولیدکننده - کارگزار - عمده فروش - خرده فروش - مصرف کننده

ج. تولیدکننده - مصرف کننده

د. تولیدکننده - کارگزار - استفاده کننده

۲۸. در این روش از توزیع، تولیدکننده تعدادی خرده‌فروش و عمده‌فروش را انتخاب کرده و کالای عمده‌فروشان را به خرده‌فروشان توزیع می‌کند.

الف. توزیع وسیع

ب. توزیع انحصاری

ج. توزیع برگزیده

د. توزیع مستقیم

۲۹. این نوع از خرده‌فروشی از مزیت خرید کلان برخوردار است و از انبارهای مشترک استفاده می‌کند.

الف. سوپر مارکت

ب. مراکز خرید

ج. فروشگاه زنجیره‌ای

د. فروشگاه ارزان

۳۰. تبلیغات مثبت چه اثری بر منحنی تقاضای کالاها و خدمات دارد؟

الف. منحنی تقاضا را به سمت چپ و داخل انتقال می‌دهد

ب. منحنی تقاضا را به سمت راست و بیرون انتقال می‌دهد

ج. هیچ اثری بر منحنی تقاضا ندارد

د. باعث صعودی شدن منحنی تقاضا برای کالا و خدمات عادی می‌گردد



مجاز است.

استفاده از:

۳۱. این نوع تبلیغات در مرحله رقابت موثر است و برخی از این نوع تبلیغات مقایسه‌ای اجرا می‌شوند که عملکرد دو یا چند کالا را به مصرف‌کنندگان نشان می‌دهند.

- الف. تبلیغات اطلاعی
ب. تبلیغات ترغیب کننده
ج. تبلیغات یادآوری
د. تبلیغات واسطه‌ای

۳۲. مهمترین و حساسترین قسمت آگهی کدام است؟

- الف. متن
ب. ختام
ج. عنوان
د. خبر

۳۳. جمله‌ای است که به منظور تکرار دایمی یا تکرار به مدت طولانی طرح می‌شود و در تبلیغات اهمیت خاصی دارد.

- الف. حسن ختام
ب. شعار
ج. آگهی
د. تحرک

۳۴. وظیفه این واحد ایجاد ارتباط بین شرکت و سهامداران با کارکنان و مسئولین قانونگذار و شخصیت‌های اجتماعی است.

- الف. روابط عمومی
ب. ستاد تبلیغات
ج. مدیران میانی
د. مشاوران مدیر عامل

۳۵. ساختار بازاری است که دارای مشخصه وجود یک تولیدکننده واحد می‌باشد.

- الف. بازار رقابت خاص
ب. رقابت انحصاری
ج. بازار چند قطبی
د. انحصار خالص

۳۶. در مدل بوستون حالتی است که نرخ رشد بالا بوده و شرکت دارای سهم بازاریابی بالا نیز می‌باشد و کالا در مرحله رشد بوده و شرکت به منابع مالی برای توسعه کالا نیاز دارد.

- الف. علامت ستاره
ب. علامت گاوشیرده
ج. علامت سوال
د. علامت سگ

۳۷. این نوع قیمت‌گذاری عمدتاً روی دو هدف اصلی بازگشت سرمایه و اطمینان از پوشش مجدد و یا افزایش نقدینگی شرکت، تاکید دارد.

- الف. قیمت‌گذاری متفاوت
ب. قیمت‌گذاری براساس هزینه
ج. قیمت‌گذاری رقابتی
د. قیمت‌گذاری بر اساس بازار

۳۸. به معنای وارد کردن کالایی به بازار کشور دیگر و فروش آن به بهایی کمتر از ارزش عادی آن به صورتی که به محصولات موجود در داخل کشور لطمه زده و یا باعث به تعویق افتادن ایجاد محصولات جدید شود.

- الف. فرانشیز
ب. آنکتاد
ج. واردات بی رویه
د. دامپینگ



تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: --

نام درس: بازاریابی بین الملل

رشته تحصیلی/ کُد درس: مدیریت بازرگانی (تجمیع) ۱۳۳۵۰۱۴



مجاز است.

استفاده از:

۳۹. در این نوع از معاملات متقابل تمام یا بخشی از هزینه خرید کالای سرمایه‌ای باید صرف خرید تجهیزات یا محصولات تولیدی آن کالای سرمایه‌ای شود.

الف. خرید متقابل ب. معاملات پایاپای ج. تجارت جبران متقابل د. معاملات بای بک

۴۰. متداولترین محدودیت وارداتی برای کالاهای خارجی در سیستم بازرگانی بین المللی می باشد؟

الف. تعرفه گمرکی ب. تراز تجاری ج. لیست کالاهای ممنوعه د. مالیات بر واحد