

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۵۰ تشریحی: ۰

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: مدیریت بازاریابی

رشته تحصیلی/ گد درس: مدیریت بازرگانی (چندبخشی) (۱۱۵۳۰)

۱- زمانی که برای کالاها و خدمات شرکت تقاضای منفی وجود دارد، چه نوع بازاریابی مفید است؟

۱. تبدیلی ۲. انگیزشی ۳. حافظتی ۴. پرورشی

۲- افراد یک شهر به دنبال تله موش هستند تا بتوانند محیط زندگی خود را سالم و بهداشتی نمایند. تله موش و محیط زندگی بهداشتی به ترتیب مصادیق کدام مفاهیم زیر هستند؟

۱. کالا- تقاضا ۲. نیاز - تقاضا ۳. خواسته - نیاز ۴. نیاز - کالا

۳- سازمان هایی که کالا و خدمات را به منظور فروش مجدد و کسب سود خریداری می کنند، چه نوع بازاری را تشکیل می دهند؟

۱. بازار مصرف کننده ۲. بازار دولتی ۳. بازار واسطه ای ۴. بازار بین الملل

۴- ملاحظات سه گانه فلسفه بازاریابی اجتماعی کدامند؟

۱. مشتریان - دولت - جامعه

۲. مشتریان - مصرف کنندگان - شرکت

۵- واحد اندازه گیری بازاریابی چیست؟

۱. کالا

۶- مسیر تکاملی بازارهای امروزی به سوی کدامیک از مبادلات زیر است؟

۱. مبادله تهاتری ۲. مبادله مت مرکز ۳. مبادله چند جانبه ۴. خودکفایی

۷- در کدامیک از بازارهای زیر، فروشنده می تواند حتی در دراز مدت هم سودی بیش از اندازه معمول کسب کند؟

۱. رقابت کامل ۲. رقابت انحصاری ۳. انحصار چند جانبه ۴. انحصار کامل

۸- سبک زندگی در کدام یک از متغیرهای اصلی تقسیم بازار مورد توجه قرار می گیرد؟

۱. متغیر جمعیتی ۲. متغیر روانی ۳. متغیر جغرافیایی ۴. متغیر رفتاری

۹- گروههای حفاظت از محیط زیست از جمله این جوامع محسوب می شوند؟

۱. جوامع رسانه ای ۲. جوامع شهروند ۳. جوامع عمومی ۴. جوامع محلی

- ۱۰- با اتخاذ این استراتژی تعیین بازار هدف، یک شرکت به جای اینکه به دنبال سهم کوچکی از یک بازار بزرگ باشد، تلاش می کند سهم نسبتاً بزرگی از یک یا چند بازار کوچک را دارا باشد.

- ۱. استراتژی بازاریابی متفاوت
- ۲. استراتژی بازاریابی تهاجمی
- ۳. استراتژی بازاریابی متمرکز
- ۴. استراتژی بازاریابی یکسان

- ۱۱- در کدام حالت، مدیران با در نظر گرفتن این حقیقت که انسانها موجودات تنوع طلبی هستند، کالاها را در بسته بندی های مختلف تولید می کنند؟

- ۱. بازاریابی یکنواخت
- ۲. بازاریابی تفکیکی
- ۳. بازاریابی متمرکز
- ۴. بازاریابی انبوه

- ۱۲- تعداد خریداران و میزان پراکندگی مکانی آنان در کدامیک از محیط های زیر بحث می شود؟

- ۱. محیط بازار
- ۲. محیط عمومی
- ۳. محیط ناشناخته
- ۴. محیط سازمانی

- ۱۳- استفاده از استراتژی بازاریابی متمرکز برای کدام یک از شرکت های زیر مناسب تر است؟

- ۱. شرکت های چند ملیتی
- ۲. شرکت های تازه تاسیس و کوچک
- ۳. شرکت های سهامی عام
- ۴. شرکت های بزرگ و کارآمد

- ۱۴- در جعبه سیاه خریداران منظور از محرك های بازاریابی چیست؟

- ۱. عوامل اجتماعی
- ۲. انگیزش
- ۳. صفات مصرف کننده
- ۴. آمیخته های بازاریابی

- ۱۵- از نظر جک ولش، کدامیک از افراد یا گروه های زیر می توانند به کارکنان یک موسسه تضمین شغلی بدهنند؟

- ۱. مدیران استراتژیک
- ۲. مشتریان
- ۳. بازار گانان
- ۴. هیات مدیره

- ۱۶- کدامیک از موارد زیر می تواند شاخص خوبی جهت اندازه گیری میزان موفقیت یا شکست موسسات باشد؟

- ۱. میزان تولید
- ۲. میزان تبلیغات
- ۳. سهم بازار
- ۴. میزان فروش

- ۱۷- به ارزشها و باورهای یک موسسه که چارچوب کاری آن را نشان می دهد، اطلاق می گردد؟

- ۱. راهبرد
- ۲. چشم انداز
- ۳. برنامه
- ۴. رسالت

- ۱۸- مهمترین عنصر برای خرید یک محصول کدام است؟

- ۱. خواسته و نیاز
- ۲. علاقه واشتیاق
- ۳. پول و امکانات
- ۴. جذابیت محصول

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: مدیریت بازاریابی

رشته تحصیلی/ گد درس: مدیریت بازرگانی (چندبخشی) (۱۱۵۳۰۱۲)

۱۹- کدامیک از مشکلات زیر مربوط به برآورد کمتر از میزان واقعی تقاضا می باشد؟

- ۱. تراکم موجودی های جنسی
- ۲. ضعف در تحویل به موقع کالا
- ۳. دادن تخفیفات نقدی اجباری
- ۴. افزایش نامطلوب هزینه ها

۲۰- به بازاری اطلاق می شود که در آن افراد مشتاق خرید کالا هستند ولی پول کافی ندارند؟

- ۱. بازارفعال
- ۲. بازار محتمل
- ۳. بازار بالقوه
- ۴. بازار پنهان

۲۱- در سلسله مواد اهداف یک شرکت تولیدی، افزایش فروش، مربوط به کدام مرحله است؟

- ۱. اهداف بازاریابی
- ۲. اهداف حرفه ای
- ۳. استراتژی بازاریابی
- ۴. رسالت شرکت

۲۲- بررسی محیط و مهیا سازی آن، بیانگر کدامیک از آمیخته های بازاریابی خدمات می باشد؟

- ۱. محصول
- ۲. شواهد عینی
- ۳. محل توزیع
- ۴. فرآگرد

۲۳- کدامیک از موارد زیر جزو نیروهای خارجی در عوامل موثر در طراحی سازمان می باشد؟

- ۱. نوع مشتری
- ۲. تنوع بازارها
- ۳. نوع فروش
- ۴. نوع منابع انسانی

۲۴- مدل تست بازار در پیش بینی فروش برای کدامیک از موارد زیر مناسب تر است؟

- ۱. برای محصولات قدیمی
- ۲. برای محصولات بی دوام
- ۳. برای محصولات جدید

۲۵- کدامیک از موارد زیر، جزو ابزارهای اولیه اعمال هماهنگی محسوب می شود؟

- ۱. اهداف
- ۲. ساختارهای سازمانی
- ۳. استراتژی ها
- ۴. منابع انسانی

۲۶- کدامیک از موارد زیر، جزو ویژگیهای خاص خدمات می باشد؟

- ۱. عدم تاثیر پذیری از افکار
- ۲. غیرقابل ذخیره بودن
- ۳. قابلیت سودآوری بیشتر
- ۴. کیفیت بالا داشتن

۲۷- کدامیک از عناصر خط مشی محصول به دلیل اهمیت آن، بعضی موقع به عنوان پنجمین پایگاه پیام نور می شود؟

- ۱. بسته بندی کالا
- ۲. نام تجاری محصول
- ۳. کیفیت کالا
- ۴. طراحی محصول

۲۸- به کدامیک از موارد زیر نمی توان واژه محصول را اطلاق نمود؟

- ۱. اشخاص
- ۲. مکان ها
- ۳. کanal ها
- ۴. سازمان ها

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: مدیریت بازاریابی

روش تحصیلی/ کد درس: مدیریت بازرگانی (چندبخشی) ۱۲۳۵۰۱۱

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۵۰ تشریحی: ۰

۲۹- کدام ویژگی زیر باعث می شود که بیمه در زمرة خدمات قرار گیرد؟

- | | | | |
|------------------------------------|--------------------------|-----------------------|----------------|
| ۱. گذرا و موقتی بودن | ۲. قابلیت استاندارد کمتر | ۳. غیرقابل ذخیره بودن | |
| ۴. تاثیر پذیری از خریدار و فروشنده | ۵. شرایط اعتباری | ۶. میزان تخفیفات | ۷. روابط عمومی |
| ۸. نام تجاری | | | |

۳۰- کدامیک از موارد زیر از اجزاء تشکیل دهنده آمیخته "پیشبرد فروش" می باشد؟

- | | | | |
|----------------|------------------|------------------|--------------|
| ۱. روابط عمومی | ۲. میزان تخفیفات | ۳. شرایط اعتباری | ۴. نام تجاری |
|----------------|------------------|------------------|--------------|

پایگاه خبری دانشجویان پیام نور
WWW.PNUNA.COM
آخرین اخبار دانشگاه پیام نور «
بانک نمونه سوالات دانشگاه پیام نور «