

سری سوال: یک ۱



زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۷۰ تشریحی: ۰

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: اصول بازاریابی، بازار یابی و مدیریت بازاریابی و مدیریت بازر، بازاریابی و مدیریت بازر

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۰ - مهندسی صنایع، مهندسی صنایع (چندبخشی) ۱۲۱۸۱۰۶ - مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی
- بازرگانی بین الملل، مدیریت بازرگانی (بازاریابی) ۱۲۱۸۱۲۲ - مدیریت صنعتی (چندبخشی) ۱۲۱۸۲۶۹ - مهندسی راه آهن
بهره برداری ۱۳۱۴۰۵۱

۱- کمبودی که توسط فرد احساس می شود چه نام دارد؟

- ۰۱ نیاز ۰۲ خواسته ۰۳ تقاضا ۰۴ مبادله

۲- مدیریت بازاریابی را چه مدیریتی می نامند؟

- ۰۱ مدیریت فرآیند تولید ۰۲ مدیریت فرآیند توزیع ۰۳ مدیریت فرآیند تقاضا ۰۴ مدیریت فرآیند بازر

۳- این شیوه بازاریابی، زمانی به کار گرفته می شود که برای کالاها و خدمات عرضه شده شرکت، تقاضای منفی وجود داشته باشد.

- ۰۱ بازاریابی انگیزشی ۰۲ بازاریابی تبدیلی ۰۳ بازاریابی همزمانی ۰۴ بازاریابی مقابله ای

۴- پیروان این فلسفه، شناخت و ارضاء نیازها و خواسته های مشتریان را در بازارهای هدف بهترین راه نیل به اهداف سازمانی می دانند.

- ۰۱ فلسفه کالا ۰۲ فلسفه فروش ۰۳ فلسفه بازاریابی ۰۴ فلسفه اجتماعی

۵- بازارهای بورس و اوراق بهادار جزء کدامیک از طبقه بندی های بازار از نظر نوع فعالیت می باشند؟

- ۰۱ کالا و فرآورده ۰۲ کالا و خدمات ۰۳ پول و سرمایه ۰۴ پولی

۶- در کدامیک از بازارهای زیر فروشندگان کم بوده و با قیمت ها برخورد تلافی جویانه می شود؟

- ۰۱ بازار رقابت کامل ۰۲ بازار انحصار کامل ۰۳ بازار انحصار چند جانبه

- ۰۳ بازار رقابت انحصاری ۰۴ بازار انحصار چند جانبه

۷- به مجموعه شرایطی اطلاق می شود که تصمیمات بازاریابی باید با توجه به آنها اتخاذ گردیده و عملیات بازاریابی نیز با لحاظ نمودن آنها اجرا گردد.

- ۰۱ تجزیه و تحلیل محیط ۰۲ محیط بازاریابی ۰۳ محیط واسطه ای ۰۴ بازاریابی مصرفی

۸- در این عکس العمل در برابر محیط بازاریابی، شرکتها دارای دیدگاه مدیریت محیطی هستند و سعی می کنند به جای نظاره گر بودن، با اتخاذ تدابیر پیشگیرانه بر عوامل طبیعی اثر بگذارند.

- ۰۱ واکنش فعال ۰۲ واکنش انفعالی ۰۳ واکنش آشکار ۰۴ واکنش عقلائی

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۷۰ تشریحی: ۰

سری سوال: ۱ یک



عنوان درس: اصول بازاریابی، بازاریابی و مدیریت بازر، بازاریابی و مدیریت بازر، بازاریابی و مدیریت بازر

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۰ - مهندسی صنایع، مهندسی صنایع (چندبخشی) ۱۲۱۸۱۰۶ - مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین الملل)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی) ۱۲۱۸۱۲۲ - مدیریت صنعتی (چندبخشی) ۱۲۱۸۲۶۹ - مهندسی راه آهن - بهره برداری ۱۳۱۴۰۵۱

۹- در کدامیک از گزینه های زیر بازاریاب قسمت های مختلف یک بازار نا متجانس را شناسائی نموده و از بین آنها یک یا چند قسمت را که با توجه به مزیت های استراتژیک شرکت، امکان موفقیت در آن زیاد است برای فعالیت خود انتخاب می کند؟

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

۱۰- در کدامیک از تقسیم بندی های بازار، مدیران بازاریابی، بازار را بر اساس متغیرهایی مانند: سن، جنس، سبک زندگی، نژاد و ملیت تقسیم بندی می کنند؟

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

۱۱- در کدامیک از استراتژی های بازاریابی، بدون در نظر گرفتن تفاوت بخش های مختلف بازار، کالاهای تولیدی خود را در سطح وسیعی به طور یکسان عرضه می کنند؟

۱. استراتژی بازاریابی غیر تفکیکی ۲. استراتژی بازاریابی متفاوت
۳. استراتژی بازاریابی متمرکز ۴. استراتژی بازاریابی تفکیکی

۱۲- هنگامی که رقبا بازار را تقسیم بندی نکرده و از بازاریابی غیر تفکیکی استفاده می نمایند، استفاده از کدام بازاریابی مفید خواهد بود؟

۱. بازاریابی یکسان ۲. بازاریابی تفکیکی ۳. بازاریابی غیر تفکیکی ۴. بازاریابی هدف

۱۳- جمله "خشنودی مشتریان کافی نیست، تماشاگران شیفته بیافرینید" از کدام نویسنده است؟

۱. بلانچارد ۲. دراکو ۳. پیتر دراگر ۴. مازلو

۱۴- در کدام نوع بازاریابی، محصولی به بازار عرضه می شود که کسی متقاضی آن نبوده است؟

۱. بازاریابی واکنشی ۲. بازاریابی پیش بین ۳. بازاریابی نیاز آفرین ۴. بازاریابی محتمل

۱۵- تعدادی از افراد که دارای ارزشها، سلیقه ها و رفتارهای مشابه و مشترکی هستند چه می گویند؟

۱. فرهنگ ۲. طبقه اجتماعی ۳. خرده فرهنگ ۴. عوامل اجتماعی

۱۶- مرحله زندگی جزء کدامیک از عوامل فردی موثر در رفتار خریداران است؟

۱. نقش و منزلت اجتماعی ۲. شخصیت
۳. سبک و شیوه زندگی ۴. عوامل شخصی

سری سوال: ۱ یک



زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۷۰ تشریحی: ۰

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: اصول بازاریابی، بازاریابی و مدیریت بازاریابی و مدیریت بازاریابی و مدیریت بازاریابی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۰ - مهندسی صنایع، مهندسی صنایع (چندبخشی) ۱۲۱۸۱۰۶ - مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین الملل)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی) ۱۲۱۸۱۲۲ - مدیریت صنعتی (چندبخشی) ۱۲۱۸۲۶۹ - مهندسی راه آهن - بهره برداری ۱۳۱۴۰۵۱

۱۷- پیش بینی اضافی تقاضا، برای موسسه کدامیک از گزینه های زیر را به همراه خواهد داشت؟

- ۰۱ افزایش سود شرکت
۰۲ رضایت مشتریان
۰۳ سرمایه گذاری برای توسعه
۰۴ دادن تخفیفات نقدی بیش از حد

۱۸- به تمام یا بخشی از بازار در دسترس واجد شرایط که موسسه برای انجام فعالیت های بازاریابی انتخاب می کند چه می گویند؟

- ۰۱ بازار هدف
۰۲ بازار تسخیر شده
۰۳ بازار در دسترس
۰۴ بازار بالقوه

۱۹- کدامیک از مدل های زیر جزء مدل های پیش بینی کمی می باشد؟

- ۰۱ مدل دلفی
۰۲ مدل پیش بینی با درصد تغییر
۰۳ مدل بررسی قصد خریداران
۰۴ مدل شبیه سازی آزمایشی

۲۰- در کدامیک از مدل های پیش بینی فروش، بر روابط احتمالی موجود بین یک متغیر وابسته یا پاسخ با یک یا چند متغیر مستقل یا پیش بینی تاکید می شود؟

- ۰۱ مدل نمو هموار ملت- و نیترز
۰۲ مدل پیش بینی باکس و جنکینز
۰۳ مدل دلفی
۰۴ مدل پیش بینی اقتصاد سنجی

۲۱- ارزشها و باورهای یک شرکت کدام است؟

- ۰۱ برنامه
۰۲ خط مشی
۰۳ رسالت
۰۴ استراتژی

۲۲- کدامیک از موارد زیر نوع روابط بین افراد داخل سازمان و نحوه عمل ها و عکس العمل های آنها را نسبت به همدیگر نشان می دهد؟

- ۰۱ ساختار سازمانی
۰۲ قوانین
۰۳ خط مشی
۰۴ انعطاف پذیری

۲۳- در بازاری که نیازها، خواسته ها و ترجیحات مشتریان آنها با هم فرق اساسی دارند از کدام ساختار سازمانی استفاده می شود؟

- ۰۱ عملیاتی
۰۲ مبتنی بر بازار
۰۳ جغرافیائی
۰۴ مدیریت محصول

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۷۰ تشریحی: ۰

سری سوال: ۱ یک



عنوان درس: اصول بازاریابی، بازاریابی و مدیریت بازر، بازاریابی و مدیریت بازر، بازاریابی و مدیریت بازر

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۰ - مهندسی صنایع، مهندسی صنایع (چندبخشی) ۱۲۱۸۱۰۶ - مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین الملل)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی) ۱۲۱۸۱۲۲ - مدیریت صنعتی (چندبخشی) ۱۲۱۸۲۶۹ - مهندسی راه آهن - بهره برداری ۱۳۱۴۰۵۱

۲۴- کدامیک از برنامه های بازاریابی زیر برای شرکتهای بزرگی که محصولات با مارکها و علائم تجاری متعددی تولید می کنند مناسب تر است؟

۱. برنامه بازاریابی خطوط تولیدی کالا
۲. برنامه بازاریابی انتخاب بخش خاصی از بازار
۳. برنامه بازاریابی هر مشتری
۴. برنامه بازاریابی علامت تجاری

۲۵- فرآیند برنامه ریزی در کدام سطح باعث انسجام تصمیمات مختلف و معینی خواهد شد که در مورد هر محصول باید اتخاذ شود؟

۱. مدیریت عالی
۲. مدیریت میانی
۳. مدیریت عملیاتی
۴. مدیریت تولید

۲۶- کدام گزینه مرتبط با این موضوع است که خدمات فنا پذیر بوده و عمر کوتاهی دارند؟

۱. غیر قابل ذخیره بودن
۲. قابلیت استاندارد کمتر
۳. تاثیر پذیری از مشتریان
۴. تاثیر پذیری از طرز تفکرات عرضه کننده

۲۷- کدامیک از موارد زیر به اظهار تمایل افراد برای محصولی خاص که به وسیله قدرت خرید پشتیبانی می شود دلالت دارد؟

۱. ارضا
۲. ارزش
۳. خواسته
۴. تقاضا

۲۸- نوعی از تصمیم گیری که در آن مدیران بازاریابی نیازهای بازار، توان مالی خریداران و سطح کیفی محصولات رقبا را در نظر می گیرند کدام است؟

۱. تصمیم گیری در مورد ویژگی های محصول
۲. تصمیم گیری در مورد کیفیت کالا
۳. تصمیم گیری در مورد طرح کالا
۴. تصمیم گیری در مورد علامت تجاری

۲۹- کدامیک از گزینه های زیر در صورت اقتضاء منافع عمومی در امر قیمت گذاری دخالت می نماید؟

۱. واسطه های فروش
۲. دولت
۳. مدیران اجرائی
۴. سرمایه گذاران

۳۰- مشخص نبودن نتایج تحقیق قبل از اتمام آن، بیانگر کدام ویژگی تحقیقات بازاریابی است؟

۱. نظام یافتگی
۲. عینی بودن
۳. جامعیت
۴. کارآئی

۳۱- اولین و مهمترین مرحله در اجرای هر نوع طرح تحقیقاتی کدام است؟

۱. اهداف تحقیق
۲. تعیین نیازها
۳. پردازش اطلاعات
۴. تعریف مسئله

سری سوال: ۱ یک

پیام نور
PNUNA.COM

مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی
پایه نهم

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۷۰ تشریحی: ۰
عنوان درس: اصول بازاریابی، بازار یابی و مدیریت بازر، بازاریابی و مدیریت بازر
رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۰ - مهندسی صنایع، مهندسی صنایع (چندبخشی) ۱۲۱۸۱۰۶ - مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین الملل)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی) ۱۲۱۸۱۲۲ - مدیریت صنعتی (چندبخشی) ۱۲۱۸۲۶۹ - مهندسی راه آهن - بهره برداری ۱۳۱۴۰۵۱

۳۲- تحقیقات بازاریابی به چند دسته تقسیم می شوند؟

- ۰۱ دو دسته اکتشافی و قطعی
۰۲ دو دسته پرسشنامه ای و قطعی
۰۳ دو دسته کتابخانه ای و اکتشافی
۰۴ سه دسته کتابخانه ای، اکتشافی و قطعی

۳۳- در کدام سیستم با تهیه برنامه های استراتژیک یا راهبردی و برنامه های کوتاه مدت و سالانه، مهمترین و بارزترین وظیفه مدیران را مورد حمایت و پشتیبانی قرار می دهد؟

- ۰۱ سیستم اطلاعات بازاریابی
۰۲ سیستم برنامه ریزی بازاریابی
۰۳ سیستم سازمانی بازاریابی
۰۴ سیستم کنترل بازاریابی

۳۴- در این سیستم موسسات هم سطحی که کالاهای متفاوتی تولید می کنند به منظور استفاده بهینه از منابع بازاریابی با هم متحد می شوند

- ۰۱ سیستم بازاریابی چند کاناله
۰۲ سیستم بازاریابی عمودی
۰۳ سیستم بازاریابی سنتی
۰۴ سیستم بازاریابی افقی

۳۵- در این استراتژی مربوط به مدل پورتر، واحد استراتژیک بازار هدف وسیعی را برای خود انتخاب نموده و کالاها و خدمات کاملا برجسته و ممتازی را در آنها عرضه می کند که جزو درخواستهای قشر وسیعی از مردم هستند.

- ۰۱ استراتژی تغییر تدریجی
۰۲ استراتژی رهبری جهت
۰۳ استراتژی متمرکز
۰۴ استراتژی کانون قیمت

۳۶- این واحد استراتژیک سعی می کند با توسل به تخفیفات دوره ای قیمت و پیدا کردن سبک ها و گزینه های جدید، مشتریان خود را به خرید های مجدد و چندباره تشویق کند.

- ۰۱ واحد گاو شیرده
۰۲ واحد سگ
۰۳ واحد علامت سوال
۰۴ واحد ستاره

۳۷- عرضه یک محصول کاملا جدید و ناشناخته به بازار به طوریکه در هیچ یک از بازارهای داخلی وجود نداشته، به کدامیک از موارد زیر اطلاق می شود؟

- ۰۱ نوآوری نسبی
۰۲ نوآوری مطلق
۰۳ نوآوری خلاقیت
۰۴ نوآوری اثربخشی

۳۸- در کدام روش، مدیران بازاریابی سعی می کنند اطلاعات لازم را از خریداران و سایر مخاطبان در مورد کل عمر مصرفی کالا به دست بیاورند؟

- ۰۱ روش مشکل زدائی
۰۲ روش زنجیره مصرف
۰۳ روش دلخواه
۰۴ روش آزمایش

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۷۰ تشریحی: ۰

سری سوال: ۱ یک



عنوان درس: اصول بازاریابی، بازاریابی و مدیریت بازاریابی و مدیریت بازاریابی و مدیریت بازاریابی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۰ - مهندسی صنایع، مهندسی صنایع (چندبخشی) ۱۲۱۸۱۰۶ - مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین الملل)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی) ۱۲۱۸۱۲۲ - مدیریت صنعتی (چندبخشی) ۱۲۱۸۲۶۹ - مهندسی راه آهن - بهره برداری ۱۳۱۴۰۵۱

۳۹- در کدام مرحله از مراحل تولید محصول جدید شرکتها سعی می کنند با استفاده از توان بالای افراد خلاق در درون یا بیرون موسسه به ایده های جدید دست یابند؟

- ۰۱ ایجاد ایده ها
۰۲ غریبال نمودن ایده ها
۰۳ پرورش و آزمون ایده ها
۰۴ تعیین استراتژی بازاریابی

۴۰- کدامیک از موارد زیر از ویژگی های مرحله رشد دوره عمر محصول می باشد؟

- ۰۱ بالا بودن قیمت کالا
۰۲ بالا بودن هزینه های تبلیغاتی
۰۳ کاهش هزینه تولید
۰۴ کم بودن رقبا

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