

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

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

سری سوال: یک ۱

عنوان درس: بازاریابی بین الملل

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت بازرگانی (چندبخشی) ۱۲۳۵۰۱۴



پایگاه خبری دانشجویان پیام نور

۱- یافتن جایگاه مناسب در بازار به کدام گزینه زیر اشاره دارد؟

- ۰۱ بازاریابی      ۰۲ جایگاه یابی      ۰۳ کانال توزیع      ۰۴ ترفیع

۲- عناصر مزیت استراتژیک بازاریابی کدام است؟

- ۰۱ سیستم مدیریت ارتباط با مشتریان- روش های موثر بسته بندی- نیروی انسانی موثر- استراتژی مناسب قیمت گذاری- روش های پیشبرد فروش  
۰۲ سیستم مدیریت ارتباط با مشتریان- روش های مناسب چانه زنی- تبلیغات موثر- استراتژی جایگاه یابی- روش های موثر پیشبرد فروش  
۰۳ سیستم کارآمد تحقیقات بازاریابی- روش های موثر بسته بندی- تبلیغات موثر- استراتژی قیمت گذاری مناسب- کانال های توزیع  
۰۴ سیستم کارآمد تحقیقات بازاریابی- روش های موثر بسته بندی- نیروی فروش قوی- استراتژی مناسب هدف گذاری- کانال های توزیع

۳- کدام یک از گزینه های زیر در مورد عوامل گوناگون محیطی در بازاریابی بین المللی صحیح می باشد؟

- ۰۱ توسعه صنعتی و اقتصاد صادرات مواد خام از عوامل فرهنگی محسوب می شوند.  
۰۲ ثبات سیاسی، بروکراسی دولتی و مقررات پولی مالی از عوامل فرهنگی محسوب می شوند.  
۰۳ زبان، قومیت و آداب و رسوم از عوامل اقتصادی محسوب می شوند.  
۰۴ مقررات پولی و مالی و نگرش کلی نسبت به خریدهای بین المللی از عوامل سیاسی محسوب می شوند.  
۰۴ ملکه الیزابت دوم به خاطر دزدی از کشتی های اسپانیایی به فرانسویس دریک (Francis Drake) مدال افتخار داد. این مثال به کدام یک از سیاست های عمده مرکانتی لیسم ها اشاره دارد؟

- ۰۱ ملی گرایی      ۰۲ تمرکز طلا      ۰۳ تمرکز استراتژیک      ۰۴ تراز مطلوب تجاری

۵- عبارت "این که شما چیزی را بفروشید که در آن بهترین هستید" به کدام یک از نظریات تجارت بین المللی اشاره دارد؟

- ۰۱ مزیت مطلق از دیوید ریکاردو      ۰۲ مزیت مطلق از آدام اسمیت  
۰۳ مزیت نسبی از دیوید ریکاردو      ۰۴ مزیت نسبی از آدام اسمیت

۶- افزایش آشنایی با کالای جدید در سایر کشورها به کدامیک از مراحل دوره تجارت و تولید با استفاده از مثال ایالات متحده اشاره دارد؟

- ۰۱ قدرت صادراتی ایالات متحده      ۰۲ آغاز تولیدات خارجی  
۰۳ رقابتی شدن تولیدات خارجی در بازارهای صادراتی      ۰۴ آغاز رقابت وارداتی

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

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

سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: بازاریابی بین الملل

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت بازرگانی (چندبخشی) ۱۳۳۵۰۱۴



۷- تراز تجاری و صادرات طلا به ترتیب جزء کدام یک از بخش های صورت حساب تراز پرداخت ها محسوب می شوند؟

۱. حساب جاری - حساب رسمی خزانه  
۲. حساب جاری - حساب سرمایه  
۳. حساب سرمایه - حساب رسمی خزانه  
۴. حساب سرمایه - حساب جاری

۸- چنانچه کشوری به طور مستمر در حال از دست دادن ذخیره ارزی و یا طلا باشد چه تاثیری بر ارزش پول آن کشور می گذارد؟

۱. کاهش  
۲. افزایش  
۳. ثبات  
۴. بی تاثیر

۹- کدام گزینه حد مشخص و مطلق را برای مقدار کالا و در گروه های مشخصی که می توانند وارد شوند تعیین می کنند؟

۱. تعرفه گمرکی  
۲. سوبسیدها  
۳. کنترل ارز  
۴. سهمیه ها

۱۰- عضویت اولیه WTO شامل چند کشور بود؟

۱. ۷۰  
۲. ۸۰  
۳. ۱۰۰  
۴. ۲۳

۱۱- کدام گزینه به طور صحیح بیان شده است؟

۱. LAFTA به انجمن تجارت آزاد اروپا اشاره دارد.  
۲. EFTA به ناحیه تجارت آزاد آمریکای لاتین اشاره دارد.  
۳. EFTA به انجمن تجارت آزاد اروپا اشاره دارد.  
۴. LAFTA به ناحیه تجارت آزاد آفریقا اشاره دارد.

۱۲- کدام یک از کشورهای زیر عضو سازمان همکاری های اقتصادی اند؟

۱. ترکیه - ژاپن - برزیل  
۲. ایران - ترکیه - پاکستان  
۳. برزیل - اروگوئه - آرژانتین  
۴. کانادا - ژاپن - چین

۱۳- در کدامیک از مراحل توسعه اقتصادی از نظر روستو، ورود به بازار کار بسیار مشکل و احتیاج به عرضه کالای مناسب و با تکنولوژی بالا دارد؟

۱. قبل از جهش  
۲. جهش  
۳. بلوغ  
۴. تولید انبوه

۱۴- مشکل کسب پاسخ جزء کدام دسته از مسائل و مشکلات در تحقیقات بازاریابی در کشورهای مختلف می باشد؟

۱. فرهنگی  
۲. تکنیکی  
۳. اقتصادی  
۴. داده

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

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

سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: بازاریابی بین الملل

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت بازرگانی (چندبخشی) ۱۲۳۵۰۱۴



۱۵- نقش اساسی سیستم اطلاعاتی بازاریابی کدام است؟

- ۰.۱ ارائه گزارش های ضمنی و تلویحی
- ۰.۲ کمک به مدیریت جهت بودجه بندی
- ۰.۳ تهیه و ارائه به هنگام اطلاعات قابل استفاده در تصمیم گیری های بازرگانی
- ۰.۴ نهادینه کردن فرهنگ سازمانی در کارکنان

۱۶- اطلاعات مربوط به فرآیند تکنولوژی تولید، اتوماسیون و ادغام و سرمایه گذاری های مشترک جزء کدام دسته اطلاعات موردنیاز سیستم اطلاعاتی بازاریابی محسوب می شود؟

- ۰.۱ اطلاعات عمومی
- ۰.۲ اطلاعات دستوری
- ۰.۳ اطلاعات منابع
- ۰.۴ اطلاعات بازار

۱۷- متغیری که در اختیار محقق بازاریابی است و می توان ویژگی ها و مقادیر آن را دستکاری کرد چه نامیده می شود؟

- ۰.۱ مزاحم
- ۰.۲ وابسته
- ۰.۳ مستقل
- ۰.۴ کنترل

۱۸- کدامیک از گزینه های زیر، مراحل روش عملی تحقیق در بازاریابی را به طور صحیح بیان کرده است؟

- ۰.۱ طرح مسئله و فرضیه سازی- تجزیه و تحلیل اطلاعات- جمع آوری اطلاعات- گروه بندی و دسته بندی اطلاعات- نتیجه گیری و پیشنهادات عملی
- ۰.۲ دسته بندی و گروه بندی اطلاعات- جمع آوری اطلاعات- تجزیه و تحلیل اطلاعات- نتیجه گیری و پیشنهادات عملی- طرح مسئله و فرضیه سازی
- ۰.۳ طرح مسئله و فرضیه سازی- جمع آوری اطلاعات- دسته بندی و گروه بندی اطلاعات- تجزیه و تحلیل اطلاعات- آزمون فرضیه - نتیجه گیری و پیشنهادات عملی
- ۰.۴ جمع آوری اطلاعات- دسته بندی و گروه بندی اطلاعات- تجزیه و تحلیل اطلاعات- نتیجه گیری و پیشنهادات عملی- طرح مسئله و فرضیه سازی

۱۹- سه شاخه عمومی رهبری هزینه ها، تمرکز روی توانایی های اصلی شرکت و برتری طلبی مربوط به کدام صاحب نظر می باشد؟

- ۰.۱ ریکاردو
- ۰.۲ روستو
- ۰.۳ آدام اسمیت
- ۰.۴ پورتر

۲۰- در کدامیک از حالات چهارگانه توسعه جغرافیایی شرکت باید عوامل داخلی خود را در جهت تقویت کیفیت تولید به کار گیرد؟

- ۰.۱ وضعیت با برتری موقعیت جغرافیایی
- ۰.۲ وضعیت برتر
- ۰.۳ وضعیت با برتری تولید
- ۰.۴ حالت ضعیف

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

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

سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: بازاریابی بین الملل

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت بازرگانی (چندبخشی) ۱۲۳۵۰۱۴



۲۱- در مورد ریسک و کنترل در ورود به بازار جهانی کدام گزینه صحیح است؟

۱. هر چقدر ریسک ورود به بازار جهانی کمتر باشد کنترل عملیات کمتر بوده و شرکت با بازار خارجی درگیری کمتری دارد.
۲. هر چقدر ریسک ورود به بازار جهانی بیشتر باشد کنترل عملیات کمتر بوده و شرکت با بازار خارجی درگیری کمتری دارد.
۳. هر چقدر ریسک ورود به بازار جهانی بیشتر باشد کنترل عملیات بیشتر بوده و شرکت با بازار خارجی درگیری کمتری دارد.
۴. هر چقدر ریسک ورود به بازار جهانی کمتر باشد کنترل عملیات بیشتر بوده و شرکت با بازار خارجی درگیری کمتری دارد.

۲۲- شرکت های مدیریت صادرات و لیسانس به ترتیب جزء کدام یک از استراتژی های ورود به بازار جهانی می باشند؟

۱. صادرات غیرمستقیم - صادرات مستقیم
۲. صادرات غیرمستقیم - تولید در خارج از کشور
۳. صادرات مستقیم - صادرات غیرمستقیم
۴. صادرات مستقیم - تولید در خارج از کشور

۲۳- کدام یک از گزینه های زیر از مزایای روش حق الامتیاز به شمار می رود؟

۱. وابستگی شرکت اصلی به مبلغ امتیاز
۲. احتیاج به سرمایه گذاری زیاد توسط شرکت امتیازدهنده
۳. داشتن سود کمتر برای شرکت مادر
۴. پایین بودن ریسک سرمایه گذاری در بازارهای خارجی

۲۴- درصد سرمایه گذاری خارجی در ایران چقدر است؟

۱. حداقل ۵۱ درصد
۲. حداکثر ۵۱ درصد
۳. حداکثر ۴۹ درصد
۴. حداقل ۴۹ درصد

۲۵- کدام گزینه زیر در ارتباط با خدماتی که در توزیع به خریداران ارائه می شود، اصولاً در دراز مدت کاربرد دارد؟

۱. تبلیغات
۲. مونتاژ
۳. انتقال فیزیکی کالا
۴. نگهداری و انبارداری

۲۶- از عمده دلایل موفقیت شرکت در مدیریت کانال های توزیع کدامند؟

۱. انتخاب - مدیریت - رهبری - کنترل
۲. برنامه ریزی - سازماندهی - رهبری - کنترل
۳. مدیریت - بهره وری - ایجاد انگیزه - کنترل
۴. انتخاب - قرارداد - ایجاد انگیزه - کنترل

۲۷- انواع روش های توزیع از نقطه نظر بازار مصرف کدامند؟

۱. انحصاری - وسیع - رقابتی
۲. انحصاری - انتخابی - برگزیده
۳. وسیع - انحصاری - برگزیده
۴. وسیع - انتخابی - برگزیده

۲۸- همسایگی با اماکنی مانند گاراژها و آهنگری ها جزء کدام یک از عواملی است که در فرایند انتخاب خرده فروشی باید به آن دقت شود؟

۱. محل توقف مجاز
۲. جلب توجه
۳. عوامل بازدارنده
۴. فاصله محصول

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

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

سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: بازاریابی بین الملل

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت بازرگانی (چندبخشی) ۱۳۳۵۰۱۴



۲۹- این روش بازاریابی از طرف شرکتهایی که مایل به کنترل تولید و توزیع هستند انتخاب می شود؟

۰۱. بازاریابی افقی      ۰۲. بازاریابی عمودی      ۰۳. بازاریابی مستقیم      ۰۴. بازاریابی یکپارچه

۳۰- کدامیک از اثرات تبلیغات باعث کم شدن مخارج تولید می گردد؟

۰۱. ازدیاد فروش      ۰۲. ایجاد احتیاج      ۰۳. ایجاد واحدهای عظیم      ۰۴. ایجاد تقاضا

۳۱- منظور کدام نوع تبلیغات (براساس هدف) این است که مصرف کننده را به تفکر در مورد کالا وادار می کند و کالا را در ذهن مصرف کننده زنده نگه می دارد؟

۰۱. تبلیغات اطلاعی      ۰۲. تبلیغات ترغیب کننده      ۰۳. تبلیغات یادآوری      ۰۴. تبلیغات تحمیلی

۳۲- در کدام نوع از تبلیغات، هدف جلب نظر سازمانها و شرکتهای برای خرید است؟

۰۱. صنعتی      ۰۲. عمومی      ۰۳. خصوصی      ۰۴. بین المللی

۳۳- وقتی فقط عده خاصی مورد نظر باشند و علاقه ای به تبلیغ همه ی مردم وجود نداشته باشد می بایست کدام نوع عنوان را برای آگهی انتخاب کرد؟

۰۱. نصیحت      ۰۲. خبری      ۰۳. آمرانه      ۰۴. انتخابی

۳۴- کدامیک از گزینه های زیر به منظور تکرار دائمی طرح می شود و در تبلیغات اهمیت خاصی دارد؟

۰۱. عنوان      ۰۲. متن      ۰۳. حسن ختام      ۰۴. شعار

۳۵- آمیخته تبلیغاتی کدامند؟

۰۱. آگهی- فروش شخصی- ارتقاء فروش- روابط عمومی      ۰۲. قیمت- مکان- توزیع- پیشبرد فروش  
۰۳. آگهی- فروش شخصی- توزیع- قیمت      ۰۴. ارتقاء فروش- روابط عمومی- مکان- آگهی

۳۶- در کدامیک از بازارهای زیر، سود "فوق نرمال" فقط در کوتاه مدت قابل حصول است و این نوع بازار برای اولین بار توسط "چمبردن" مطرح شد؟

۰۱. رقابت خالص      ۰۲. انحصار خالص      ۰۳. رقابت انحصاری      ۰۴. چند قطبی

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

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

سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: بازاریابی بین الملل

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت بازرگانی (چندبخشی) ۱۲۳۵۰۱۴



پایگاه خبری دانشجویان پیام نور

۳۷- کدام گزینه بیان گر حالت علامت سوال در ماتریس تصمیم گیری گروه مشاورین بوستون (BCG) می باشد؟

۱. حالتی که نرخ رشد بازار بالا ولی سهم بازار پایین است.
۲. حالتی که نرخ رشد بازار بالا و سهم بازار نیز بالاست.
۳. حالتی که نرخ رشد بازار پایین ولی سهم بازار بالاست.
۴. حالتی که نرخ رشد بازار پایین و سهم بازار نیز پایین است.

۳۸- کدامیک از روشهای قیمت گذاری تاکید بر دو هدف زیر دارد؟

"الف: بازگشت سرمایه" "ب: اطمینان از پوشش مجدد و یا افزایش نقدینگی شرکت"

۱. قیمت گذاری رقابتی
۲. قیمت گذاری بر اساس هزینه
۳. قیمت گذاری بر اساس توزیع
۴. قیمت گذاری بر اساس بازار

۳۹- کدام نوع دامپینگ از طریق کارتل اعمال می شود؟

۱. وارونه
۲. تناوبی
۳. گروهی
۴. ارزی و عمومی

۴۰- در کدام نوع از معاملات زیر هیچ گونه پولی رد و بدل نمی شود؟

۱. معاملات پایاپای
۲. تجارت جبران متقابل
۳. خرید متقابل
۴. معاملات بای بک

