

پایه‌گردن

پایگاه حبری دانشجویان پیام نور

زمان آزمون (دقیقه): ته

٣٠ : تشریحی : تعداد سوالات : تستی :

عنوان دوست: مدیریت بازار یابی

رشته تحصیلی/گد درس: مدیریت بازارگانی (چندبخشی) (۱۴۳۵+۱۱)

- | | | | | |
|----------------------------------|--------------------------------------|---------------------------|-------------------------------|--|
| ۱. بازار - تقاضا | ۲. آکیو موریتا | ۳. آنتونی رابینز | ۴. فلیپ کاتلر | ۵- این سخن از کیست؟ «شرکتها نمیتوانند به شما تضمین شغلی بدهند، این کار از مشتریان ساخته است» |
| ۱. غیرتفکیکی و یا متمن کر | ۲. انبوه یا یکنواخت | ۳. تنوع کالا | ۴. درآمد | ۶- قرار دارد، استفاده از کدام استراتژی بازاریابی مفیدتر است؟ |
| ۱. تفکیکی | ۲. طبقه اجتماعی | ۳. مناسبتها و موقعیتها | ۴. تراکم جمعیت | ۷- زمانیکه شرکتی، کالای جدیدی را به بازار عرضه میکند و محصول عرضه شده در ابتدای منحنی عمر خود (مرحله |
| ۳. جابجایی ارزشہای فرهنگی ثانویه | ۴. کم شدن تعداد پرسنل موسسات | ۲. پایداری ارزشہای فرهنگی | ۱. توجه به خردہ فرهنگ ها | ۸- کدامیک از گزینه های زیر مربوط به عوامل روان تشریحی بازار می باشد؟ |
| ۱. درآمد | ۲. طبقه اجتماعی | ۳. مناسبتها و موقعیتها | ۴. تراکم جمعیت | ۹- این سخن از کیست؟ «شرکتها نمیتوانند به شما تضمین شغلی بدهند، این کار از مشتریان ساخته است» |
| ۱. جک ولش | ۲. آکیو موریتا | ۳. آنتونی رابینز | ۴. فلیپ کاتلر | ۱۰- قرار دارد، استفاده از کدام استراتژی بازاریابی مفیدتر است؟ |
| ۱. صنعتی | ۲. مصرف کننده | ۳. واسطه ای | ۴. دولتی | ۱۱- سازمان حمایت از مصرف کننده در کدامیک از جوامع بازاریابی قرار دارد؟ |
| ۱. دولتی | ۲. مصرف کننده | ۳. واسطه ای | ۴. دولتی | ۱۲- کدامیک از گزینه های زیر به بازار زنان شاغل مرتبط می باشد؟ |
| ۱. رسانه ای | ۲. عمومی | ۳. شهریوند | ۴. دولتی | ۱۳- کدامیک از گزینه های زیر به جوامع بازاریابی قرار دارد؟ |
| ۱. دولتی | ۲. مصرف کننده | ۳. واسطه ای | ۴. دولتی | ۱۴- فروش مجدد در کدامیک از بازارهای زیر صورت می پذیرد؟ |
| ۱. به حداکثر رساندن کیفیت زندگی | ۲. به حداکثر رساندن سطح مصرف کننده | ۳. بازاریابی محفوظتی | ۴. بازاریابی مجدد | ۱۵- کدامیک از اهداف بازاریابی زیر به دنبال تنوع بخشیدن به کالاهاست؟ |
| ۱. به حداکثر رساندن حق انتخاب | ۲. به حداکثر رساندن رضایت مصرف کننده | ۳. بازاریابی تعییفی | ۴. به حداکثر رساندن حق انتخاب | ۱۶- در کدامیک از گزینه های زیر مدیر بازاریابی سعی در از بین بردن تقاضا دارد؟ |
| ۱. بازاریابی مقابله ای | ۲. بازاریابی تعییفی | ۳. بازاریابی محفوظتی | ۴. بازاریابی مجدد | ۱۷- هسته مرکزی بازاریابی، واحد اندازه گیری بازاریابی به ترتیب در کدام گزینه درج گردیده است؟ |

زمان آزمون (دقیقه) : قه

٣٠ : ترسی : تعداد سوالات

عنوان درس: مدیریت بازاریابی

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

۱۰- در بازارهای نممه توسعه یافته، اکثر افراد در کدام مرحله از نیازها قرار دارند؟

- | | |
|-------------------------|----------------|
| ۲. مادی و تامین و امنیت | ۱. خودشکوفایی |
| ۴. اجتماعی و تعلق خاطر | ۳. قدر و منزلت |

۱۱- کدامیک از گزینه های زیر مربوط به جعیه سیاه خردمندان می باشد؟

- | | |
|---------------------------------|---------------------|
| ۱. قیمت و صفات و ویژگیهای محصول | ۲. عکس العمل خریدار |
| ۳. فرآیند تصمیم گیری خریدار | ۴. پیشیرد فروش |

- کدامک از گزینه های زیر به حیان سنه افراد هنگام خرد و فتار مصرفی، آنان مربوط مم شود؟

- ۱. سبک و شیوه زندگی
 - ۲. شخصیت
 - ۳. طبقه اجتماعی،
 - ۴. نقش و منزلت اجتماعی،

-۱۳- کدامیک از گزینه های زیر با ساماندهی و تفسیر اطلاعات محیط به امون، به خوبی و فتاوی مصطفی، فرد تائب می گذارد؟

۱. اینگنه، ۲. اد، اک، ۳. بادگس، ۴. یاه.

۱۴- کدام سک از گذینه های زیر دارای علم بازار نمایشی محسوب نمی شود؟

۱. هدایت و راهنمایی مشتری تا طالب و خواهان کالاها و خدمات عرضه شده فروشنده شود.
 ۲. هدایت و مساعدة به مشتری و وادار نمودن وی به خرید محصولات عرضه شده فروشنده میباشد.
 ۳. کمک و مساعدة به مشتری برای خرید محصول با محصولاتی که دوست دارد آنها را با خود داشته باشد.
 ۴. فرآیندی که با شناسایی نیاز و خواسته مشتری توسط فروشنده شروع شده و با ارایه راه حل مناسب برای رفع نیاز ادامه می یابد تا نهایتاً مشتری برای قبول راه حل مقاعد گردد.

۱۵- کدام گزینه زیر به بازاری اطلاق میگردد که مصرف کنندگان در آن کالای شرکت مورد نظر و کالای مشابه موسسات رقیب را خردباری کرده اند؟

- | | |
|---|--|
| <p>۲. بازار در دسترس واجد شرایط</p> <p>۴. بازار تسخیر شده</p> | <p>۱۹. بازار بالقوه</p> <p>۳۰. بازار هدف</p> |
|---|--|

۱۶- کدام مدل زیر مربوط به شناسایی و تعیین متغیرهای واپسیه و مستقل می‌باشد؟

۱. پیش‌بینی باکس و جنکیز
۲. نمو هموار هلت وینترز
۳. پیش‌بینی اقتصاد سنجی
۴. مانگین متجر ک موزون

زمان آزمون (دقیقه): ته

تعداد سوالات: قسمی: ۳۰ تشریحی:

عنوان درس: مدیریت بازاریابی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت بازارگانی (چندبخشی) ۱۴۳۵۰۱۱

۱۷- از کدام مدل زیر به عنوان روش نظریه کارشناسی نام برده می شود؟

۱. قصد خریداران
۲. نقطه نظرات فروشنده‌گان
۳. دیدگاه مجموعه مدیران
۴. دلفی

۱۸- در کدامیک از روش‌های زیر معمولاً بدون اینکه خرید از ناحیه مشتری صورت پذیرد رفتار خرید آنان مورد سنجش و اندازه‌گیری قرار می‌گیرد؟

۱. شبیه سازی آزمایش بازار
۲. تست بازار
۳. بررسی قصد خریداران
۴. نقطه نظرات فروشنده‌گان

۱۹- کدامیک از گزینه های زیر میتواند در ک صحیح از آینده به مددان بدهد؟

۱. قضاوت را جایگزین پیش بینی نموده و از تجارب بهره برداری نمایند.
 ۲. قیا از به کارگیری مدلها، پیش بینی، پیش فرض، دسته ای زمان و قوع نقاط عطف در اقتصاد و تغییرات تحولات آینده داشته باشند.

۳. با و د، قیا به با، ، میان قد، تمند، آنها، ا تعیین نمایند.

۴. صرف نظر از مقابله و حمایت غب مقتله و غب قابله بیش بین مبان ای بخش عملکرد مایا باشد که ای تعب نمایند.

- ۲۰- در شکتهای حند ملته، کدام معاونت مه. تواند به عنوان قائم مقام مدیر عاماً شرکت عما نماید؟

- Digitized by srujanika@gmail.com

^{۲۱}- ایجت بن ساختا، سازمان واحد بازار کدام است؟

- ۱. سازمان عملیاتی
 - ۲. سازمان جغرافیایی
 - ۳. سازمان: مدد بیت مخصوصاً
 - ۴. سازمان: مدد بیت بازار

۲۲- در برنامه، زیرا، است از یک کدام سطح سازمانی، به ترتیب برنامه های، بازاریابی، هر بخش، می بود؟

١. سطح حماة . ٢. سطح ادا . ٣. سطح سوم . ٤. سطح زمود

۳۳- به اعتقاد فلیپ کاتنل د، صورت ب و تضاد سا؛ مانع د، ساختار، ماتریس، قدرت نمایه د، دست کدام مدد یابد باشد؟

زمان آزمون (دقیقه) : ۷۵

تعداد سوالات : تستی : ۳۰ تشریحی : ۰

عنوان درس : مدیریت بازاریابی

رشته تحصیلی / گد درس : مدیریت بازرگانی (چندبخشی) ۱۲۳۵۰۱۱

۲۴- کدامیک از مراحل برنامه ریزی بازاریابی یک موسسه به «تنظیم برنامه های اجرایی بازاریابی» و «اداره کردن تلاشهای بازاریابی» می پردازد؟

۱. ایجاد هماهنگی و کنترل
۲. توسعه برنامه ها و استراتژی های بازاریابی
۳. تعیین اهداف
۴. تحلیل موقعیتها و جریانات

۲۵- کدامیک از گزینه های زیر وجه تمايز خدمت از کالا محسوب می شود؟

۱. خدمات را می توان با اقداماتی نظیر کنترل کیفیت، استاندارد نمود.
۲. خدمات به طور مستقیم و غیرمستقیم تحت تاثیر مشتریان قرار می گیرد.
۳. خدمات به صورت رو در رو و به هنگام مصرف شکل میگیرند و از دوام برخوردارند.
۴. خدمات تحت تاثیر و طرز تفکرات مشتری است نه عرضه کننده.

۲۶- هرگاه بیمه را با کدام ویژگی مرتبط سازیم، بیمه نوعی خدمت تلقی میشود و اصول بازاریابی خاص خود را دارد؟

۱. قابلیت استاندارد کمتر
۲. غیرقابل ذخیره بودن
۳. گذرا و موقتی بودن
۴. رضایتمندی مشتری

۲۷- کدامیک از گزینه های زیر به ترتیب مربوط به ۴۰ و ۴۱ می باشند؟

۱. ارتباطات - پیشبرد فروش
۲. محصول - هزینه مشتری
۳. مکان توزیع - سود و آسایش مشتری
۴. قیمت - راه حل مشتری

۲۸- در کدام گزینه زیر موسسه بدنیال هدف و هدفی کالا از نظر کیفیت می باشد؟

۱. قیمت پایینی را برای کالاهای خود تعیین خواهد نمود.
۲. قیمت بالایی را برای محصول خود در شرایطی که تهدیدات جدی در بازار وجود نداشته باشد تعیین خواهد نمود.
۳. قیمت محصولات خود را تا حد امکان پایین انتخاب میکند.
۴. قیمت فروش بالایی را که تمام هزینه ها را پوشش داده و سودی را عاید شرکت سازد برای کالاهایش تعیین نماید.

۲۹- چه سطحی از قیمت گذاری نسبت به رقبا در کیفیتهای مشابه کالا، باعث تشدید رقابت می شود و می تواند شکل و ماهیت رقابت را نیز عوض کند و چه سطحی از قیمت گذاری نیز در همان کیفیتهای مشابه محصولات، به ترتیب رقابت را کمتر نموده و یا اینکه با خروج رقبا از بازار آن را به حد صفر می رساند؟

۱. پایین تر - بالاتر
۲. پایین تر - معادل
۳. بالاتر - پایین تر
۴. معادل - بالاتر

۳۰- کدامیک از بخش‌های یک موسسه از مسئولیت دوگانه برخوردار است؟

۱. تولید
۲. بازاریابی
۳. کارگزینی
۴. مالی