

سری سوال: یک ۱

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

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: مدیریت بازاریابی

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

۱- « محرومیت احساس شده در فرد که این محدودیت آرامش و تعادل آدمی را بر هم زده و در او انگیزه ای برای ارضای آن پدید می آورد » توضیح کدام یک از مفاهیم اساسی بازاریابی است؟

۱. خواسته ۲. نیاز ۳. تقاضا ۴. انگیزه

۲- « هسته مرکزی بازاریابی » و « واحد اندازه گیری بازاریابی » به ترتیب کدام گزینه می باشد؟

۱. مبادله - بازار ۲. بازار - فروش ۳. مبادله - معامله ۴. معامله - مبادله

۳- فرآیندی که طی آن افراد و گروهها، از طریق تولید و مبادله کالا و فایده با دیگران، خواسته ها و نیازهای خود را تامین می کنند، چیست؟

۱. عرضه کننده ۲. بازار ۳. مبادله متمرکز ۴. بازاریابی

۴- وقتی « تقاضای ناسالم » وجود دارد وظیفه مدیر بازاریابی کدام یک از موارد زیر است؟

۱. انحلال تقاضا ۲. کاهش تقاضا ۳. معکوس کردن تقاضا ۴. همزمان کردن تقاضا

۵- از قدیمی ترین فلسفه های بازاریابی کدام یک از گزینه های زیرمی باشد؟

۱. فلسفه تولید ۲. فلسفه فروش ۳. فلسفه بازاریابی ۴. فلسفه کالا

۶- به نیرویی که باعث می گردد انسانها دست به فعالیتها و اقدامات مختلفی زده تا نیاز و به تبع آن خواسته ای را برآورده سازند، کدام یک از عوامل روانی موثر در رفتار مصرف کننده اطلاق می شود؟

۱. یادگیری ۲. ادراک ۳. باورها ۴. انگیزه

۷- « تعداد خریدار و فروشنده بسیار زیاد است. خریداران و فروشندگان قیمت پذیرند. کالاهای عرضه شده در بازار یکسان، متحد الشكل و همگن می باشند » از مشخصات کدام یک از انواع بازار می باشد؟

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

۸- « سیاست، فرهنگ، اقتصاد و تکنولوژی » در زمره کدام یک از محیط های بازاریابی قرار می گیرد؟

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

۹- متغیرهایی مانند سطح تحصیلات و مهاجرت در کدام یک از عوامل اصلی محیط کلان موسسه طبقه بندی می شود؟

۱. نیروهای فرهنگی ۲. نیروهای جمعیت شناختی ۳. نیروهای سیاسی ۴. نیروهای طبیعی

سری سوال: ۱ یک

زمان آزمون (دقیقه): ۶۰ تشریحی: ۰

تعداد سوالات: ۳۰ تستی: ۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: مدیریت بازاریابی

رشته تحصیلی/گد درس: مدیریت بازرگانی (چندبخشی) ۱۳۳۵۰۱۱

- ۱۰- بزرگترین و متنوع ترین بازار سازمانی کدام مورد می باشد؟
۰۱. بازار دولتی      ۰۲. بازار واسطه      ۰۳. بازار صنعتی      ۰۴. بازار سرمایه و بورس
- ۱۱- اکثر شرکتهای بزرگ امروزی در بدو ورود از کدام یک از روش های زیر استفاده کرده اند؟
۰۱. بازاریابی انبوه      ۰۲. بازاریابی هدف دار      ۰۳. بازاریابی تفکیکی      ۰۴. بازاریابی تنوع کالا
- ۱۲- برای شرکتهای تازه تاسیس و کوچک که دارای منابع و امکانات محدودتری هستند کدام استراتژی بازاریابی مناسب تر است؟
۰۱. استراتژی بازاریابی تفکیکی      ۰۲. استراتژی بازاریابی متمرکز  
۰۳. استراتژی بازاریابی یکسان      ۰۴. استراتژی بازاریابی غیر تفکیکی
- ۱۳- در کدام یک از مراحل سیکل عمر کالا بهتر است از « استراتژی تفکیکی » برای نفوذ بیشتر در بازار استفاده شود؟
۰۱. مرحله رشد      ۰۲. مرحله بلوغ      ۰۳. مرحله افول      ۰۴. مرحله معرفی
- ۱۴- مولفه های « میزان وفاداری » و « سبک زندگی » به ترتیب جزء کدام یک از متغیرهای اصلی تقسیم بازار محسوب می شوند؟
۰۱. متغیر روانی - متغیر رفتاری      ۰۲. متغیر روانی - متغیر جمعیتی  
۰۳. متغیر رفتاری - متغیر روانی      ۰۴. متغیر روانی - متغیر جغرافیایی
- ۱۵- کسانی که از فرط خوشحالی به جهت رفتار شایسته و خدمات ارزشمند شرکت ، زبان به تحسین موسسه گشوده و به آن می بالند ، کدام یک از گزینه های زیر می باشند؟
۰۱. مشتریان شیفته      ۰۲. فروشندگان      ۰۳. مشتریان      ۰۴. خریداران
- ۱۶- به بازاری که در آن افراد هم مشتاق خرید کالا بوده و هم به آن کالا نیازمند هستند ولی پول کافی برای خرید کالای عرضه کننده را ندارند ، چه گفته می شود؟
۰۱. بازار بالقوه      ۰۲. بازار فعال      ۰۳. بازار محتمل      ۰۴. بازار پنهان
- ۱۷- «تشخیص این موضوع از ناحیه مدیران موسسات که بانوان شاغل دوست ندارند وقت بیشتری در آشپزخانه صرف نمایند به اختراع لوازم برقی متعدد مثل اجاق میکروویو ، انواع آب میوه گیری ، ماشین ظرفشویی انجامید». توضیح کدامیک از انواع بازاریابی در شناسایی و ارضای نیازها می باشد؟
۰۱. بازاریابی واکنشی      ۰۲. بازاریابی پیش بین  
۰۳. بازاریابی نیازآفرین      ۰۴. بازاریابی سرمایه آفرین

سری سوال: ۱ یک

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

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: مدیریت بازاریابی

رشته تحصیلی/گد درس: مدیریت بازرگانی (چندبخشی) ۱۳۳۵۰۱۱

۱۸- اکثریت افراد در هرم سلسله مراتب نیاز در « بازارهای نیمه توسعه یافته » در کدام مرحله نیازها قرار دارند؟

۱. نیازهای مادی و فیزیولوژیکی
۲. نیازهای خودشکوفایی
۳. نیازهای اجتماعی
۴. نیازهای قدر و منزلت

۱۹- محرکهای بازاریابی یا چهار پی (۴P) مشهور در بازاریابی کدامند؟

۱. محصول - قیمت - پول - قدرت خرید
۲. محصول - مکان توزیع - پیشبرد فروش - قیمت
۳. قیمت - کالا - سلیقه - خدمات پس از فروش
۴. محصول - قیمت - مکان توزیع - زمان توزیع

۲۰- کدام یک از گزینه های زیر به بازاری اطلاق می شود که مصرف کنندگان در آن کالای شرکت مورد نظر ما و کالای مشابه موسسات رقیب را خریداری کرده اند؟

۱. بازار هدف
۲. بازار تسخیر شده
۳. بازار در دسترس واجد شرایط
۴. بازار در دسترس

۲۱- کدام گزینه از « مدل های کیفی » در پیش بینی میزان فروش آتی می باشد؟

۱. مدل نمو هموار
۲. مدل های پیش بینی اقتصادسنجی
۳. مدل نمو هموار هلت - وینترز
۴. مدل شبیه سازی آزمایش بازار

۲۲- برای محصولات جدیدی که خریداران هیچ گونه ذهنیت قبلی از آن ندارند و یا برای محصولات جاافتاده و نسبتاً قدیمی که می خواهند در محل و مکان های جدیدی عرضه شوند کدام یک از مدل های پیش بینی مناسب است؟

۱. مدل تست بازار
۲. مدل شبیه سازی آزمایش بازار
۳. مدل باکس و جنکینز
۴. مدل میانگین متحرک وزنی

۲۳- ضریب آلفا ( $\alpha$ ) در فرمول تعیین سهم بازار، نشان دهنده کدام یک از موارد زیر است؟

۱. میزان کشش فعالیتهای بازار
۲. درصد خطای رقبای بازار
۳. میزان اثربخشی فعالیتهای
۴. حجم ریالی فعالیتهای بازاریابی

۲۴- متغیر " نوع فروش " و " نوع مشتری " به ترتیب در کدام یک از عوامل موثر در طراحی سازمان قرار دارد؟

۱. نیروهای داخلی - نیروهای داخلی
۲. اهداف موسسه - نیروهای خارجی
۳. نیروهای داخلی - نیروهای خارجی
۴. نیروهای خارجی - نیروهای داخلی

سری سوال: ۱ یک

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

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: مدیریت بازاریابی

رشته تحصیلی/گد درس: مدیریت بازرگانی (چندبخشی) ۱۳۳۵۰۱۱

۲۵- اگر شرکتی با بازارهای مختلف و متعددی که نیازها، خواسته‌ها و ترجیحات مشتریان آنها با هم فرق‌های اساسی دارند، سروکار داشته باشد از کدام ساختار سازمانی استفاده می‌کند؟

۱. سازمان مدیریت بازار  
۲. سازمان مدیریت محصول / مدیریت بازار  
۳. سازمان مدیریت محصول  
۴. سازمان عملیاتی

۲۶- در فرآیند برنامه ریزی استراتژیک «سطح مدیریت محصول» در کدام یک از سطوح سازمانی قرار دارد؟

۱. سطح اول  
۲. سطح دوم  
۳. سطح سوم  
۴. سطح چهارم

۲۷- «خدمات عمدتاً حالت یکبار مصرف را داشته و به ندرت می‌توان آنها را همانند کالاهای صنعتی با اقداماتی مثل کنترل کیفیت، استاندارد نمود» توضیح کدام یک از وجوه تمایز خدمت با کالا می‌باشد؟

۱. گذرا و موقتی بودن  
۲. غیر قابل ذخیره بودن  
۳. قابلیت استاندارد کمتر  
۴. ارزان تر بودن خدمات نسبت به کالا

۲۸- متغیر «خدمات بعد از فروش» و «شرایط تحویل» در زمره کدام یک از عوامل مربوط به آمیخته بازاریابی قرار می‌گیرد؟

۱. محصول  
۲. قیمت  
۳. پیشرفت  
۴. محل توزیع

۲۹- بازاریابان از کدام یک از کانالهای زیر، برای به نمایش گذاشتن و یا تحویل کالاها و خدمات فیزیکی خود به خریدار یا مصرف کننده نهایی استفاده می‌کنند؟

۱. کانالهای ارتباطی  
۲. کانالهای توزیع  
۳. کانالهای فروش  
۴. کانالهای رقابت

۳۰- اگر شرکتی با تغییر خواسته‌ها، نیازها و ذائقه‌های مصرف کنندگان یا شرایط رقابتی بسیار جدی از ناحیه رقبا و یا عرضه بیشتر از تقاضای محصول مواجه شود: در چنین شرایطی اصلی ترین و مهمترین هدف از اهداف بازاریابی موسسه، کدام یک از گزینه‌های زیر می‌باشد؟

۱. به حداکثر رساندن سود جاری  
۲. رهبری سهم بازار  
۳. بقاء  
۴. رهبری کالا از نظر کیفیت