

سری سوال: یک ۱

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

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی (چندبخشی)، مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۹ -، مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی بازرگانی بین الملل (۱۲۱۸۱۴۵)

۱- کدامیک از موارد زیر تفاوت عمده بازارهای داخلی و بین المللی را نشان می دهد؟

۰۱. مدیریت استراتژیک      ۰۲. محیط بازاریابی      ۰۳. کیفیت کالاها      ۰۴. قیمت گذاری مناسب

۲- کدامیک از موارد زیر یکی از عوامل سیاسی محیط بازاریابی بین المللی را نشان می دهد؟

۰۱. مقررات پولی و مالی      ۰۲. آداب و رسوم      ۰۳. درآمدهای خانوار      ۰۴. اعتقادات یا باورهای عمومی

۳- کدامیک از موارد زیر از عناصر تشکیل دهنده فرهنگ عام در بازاریابی بین المللی می باشد؟

۰۱. آگاهی مناسب      ۰۲. استراتژی بازاریابی      ۰۳. تعلیم و تربیت      ۰۴. تصمیم گیری های مناسب

۴- در کدامیک از روشهای مذاکره بازاریابی «مدیران بازاریابی تابع روش مسالمت، امتیاز دادن و برخورد دوستانه و باوقار در رسیدن به نتیجه مطلوب» می باشند؟

۰۱. مذاکره منطقی یا اصولی      ۰۲. مذاکره گسترده      ۰۳. مذاکره خشن      ۰۴. مذاکره ملایم

۵- این عبارت «کشورها باید بتواند کالاهایی که در تخصص آنهاست تولید نمایند و کالاها یا خدماتی که در آنها کارایی لازم را ندارند وارد نمایند» مربوط به کدام نظریه زیر است؟

۰۱. نظریه مزیت نسبی      ۰۲. نظریه مزیت مطلق      ۰۳. نظریه مرکانتی لیسم      ۰۴. نظریه دوره زندگی

۶- کدام گزینه کاملترین وسیله نظارت بر تجارت خارجی به استثنای مورد تجارت همه جانبه دولتی در کشورهای کمونیستی محسوب می شود؟

۰۱. تعرفه های گمرکی      ۰۲. سهمیه بندی      ۰۳. کنترل ارز      ۰۴. تعرفه های غیر گمرکی

۷- کدامیک از تشکلهای زیر جزو گروههای بازار مشترک می باشد؟

۰۱. ASEAN      ۰۲. NAFTA      ۰۳. EFTA      ۰۴. ANCOM

۸- نقش مداخله کننده و نقش تنظیم کننده مربوط به کدام یک از عوامل تشکیل دهنده محیط سیاسی می باشد؟

۰۱. دولت - تجارت      ۰۲. نقش دولت در اقتصاد      ۰۳. ایدئولوژی اقتصادی ودولتی      ۰۴. ایدئولوژی سیاسی و اقتصادی

سری سوال: ۱ یک

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

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی (چندبخشی)، مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۹ - ، مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین الملل) ۱۲۱۸۱۴۵

۹- اکثر دولتها برای تنظیم فعالیت های اقتصادی خود از چه ابزاری استفاده می کنند؟

۰۱. بانک مرکزی      ۰۲. سیاست پولی و مالی      ۰۳. قدرت مالیاتی      ۰۴. سیاست تغییر بازار

۱۰- مفهوم مقابل مربوط به کدام گزینه زیر است؟ « تعیین بازار فروش وامکان دستیابی به سهم پیش بینی شده بازار »

۰۱. مهارت های بازاریابی      ۰۲. برنامه ریزی بازاریابی      ۰۳. سیستم های بازاریابی      ۰۴. انگیزه بازاریابی

۱۱- از حالت های چهارگانه در عوامل توسعه جغرافیایی شرکتها، کدام حالت زیر نشان دهنده حالت سوم می باشد؟

۰۱. وضعیت با برتری بازار      ۰۲. وضعیت برتر  
۰۳. وضعیت با برتری تولید      ۰۴. وضعیت ضعیف

۱۲- کدام گزینه زیر، اولین مرحله فرایند طراحی و تولید محصول برای بازارهای بین المللی می باشد؟

۰۱. تجزیه و تحلیل تجاری      ۰۲. آزمایش بازار  
۰۳. تولید و عرضه کالا در بازار      ۰۴. ارایه ایده های نوین برای کالاهای جدید

۱۳- در کدام نوع از استراتژیهای استاندارد، منافع کمتری نصیب شرکت می شود؟

۰۱. استاندارد کردن ضمانت      ۰۲. استاندارد کردن بسته بندی  
۰۳. استاندارد کردن کالا      ۰۴. استاندارد کردن بر چسب

۱۴- کدامیک از موارد زیر بزرگترین عامل تعیین کننده اندازه مناسب برای کالاهای مصرفی است؟

۰۱. عوامل فرهنگی      ۰۲. عوامل زیر بنایی      ۰۳. عوامل تکنولوژیکی      ۰۴. سطح درآمد مشتریان

۱۵- کدامیک از موارد زیر از عوامل موثر بر ساختار سازمانی می باشد؟

۰۱. تکنولوژی مورد استفاده      ۰۲. عدم سودآوری  
۰۳. رکود اقتصادی      ۰۴. ناهماهنگی و تضاد بین هدف ها

۱۶- کدامیک از موارد زیر نشان دهنده نقطه شروع برای انتخاب موثرترین کانالهای توزیع می باشد؟

۰۱. واسطه های چند گانه      ۰۲. ایجاد رقابت سالم  
۰۳. مشخص کردن نیازها و ترجیحات بازار هدف      ۰۴. شیوه های فروش

۱۷- سریعترین و آسانترین راه ورود به بازار بین المللی کدام است؟

۰۱. توزیع به وسیله آژانسها      ۰۲. حق امتیاز  
۰۳. مونتاژ      ۰۴. صادرات غیر مستقیم

سری سوال: ۱ یک

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

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی (چندبخشی)، مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۹ -، مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین الملل) ۱۲۱۸۱۴۵

۱۸- کدام گزینه عامل تقویت نیروی قانون بین المللی در بازار مشترک محسوب می گردد؟

۱. دادگاه عدالت اروپایی      ۲. دادگاه جهانی      ۳. دادگاه محلی      ۴. دادگاه ایالتی

۱۹- عبارت « معمولاً محقق به بعضی از شالوده های بازرگانی اقتصادی در انجام تحقیق خود وابسته است » مربوط به کدامیک از مشکلات تحقیق بازاریابی می باشد؟

۱. مشکلات تکنیکی یا فنی      ۲. مشکلات فرهنگی      ۳. مشکلات داده ها      ۴. مشکلات اقتصادی

۲۰- رشد قوانین منطقه ای در گروههای منطقه ای و رشد قانون بین المللی به ترتیب تحت تاثیر کدام عوامل زیر می باشند؟

۱. توسعه تکنولوژی و عوامل سیاسی      ۲. محدودیتهای تجاری و سیاسی      ۳. تجارت بین المللی و بازاریابی      ۴. توسعه تکنولوژی و بازرگانی بین المللی

۲۱- در کدام یک از روشهای جمع آوری اطلاعات بازاریابی، بز بررسی مقاصد و هدفهای خاص اطلاعاتی تمرکز می شود؟

۱. نظاره گری      ۲. تجسس      ۳. راهنمایی      ۴. تحقیق

۲۲- کدامیک از عوامل زیر به عنوان پایه و اساس سایر فعالیتهای بازاریابی بین المللی می باشد؟

۱. سیاست تولید بین المللی      ۲. تبلیغات بازاریابی      ۳. تحقیق و توسعه      ۴. توزیع و فروش

۲۳- در کدام نوع از استراتژیهای محصول، بازار هدف به چند قسمت تشکیل شده و برای هر بخش استراتژی خاصی انتخاب می شود؟

۱. استراتژی تنوع محصول      ۲. استراتژی تخصیصی      ۳. استراتژی تفکیکی      ۴. استراتژی صادرات

۲۴- در کدامیک از روشهای توزیع، فروشنده حق توزیع کالای رقیب را ندارد؟

۱. توزیع وسیع      ۲. توزیع انحصاری      ۳. توزیع برگزیده      ۴. توزیع عمده

۲۵- نقش اصلی کدام عامل زیر به جریان انداختن کالاها بین تولید کنندگان و فروشندگان می باشد؟

۱. بازاریابان      ۲. واسطه ها      ۳. عمده فروشان      ۴. حسابداران

۲۶- کدام نوع از تبلیغات زیر در مرحله رقابت موثر می باشد؟

۱. تبلیغات ترغیب کننده      ۲. تبلیغات اطلاعی      ۳. تبلیغات یادآوری      ۴. تبلیغات گسترده

سری سوال: ۱ یک

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

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی (چندبخشی)، مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۹ - ، مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین الملل) ۱۲۱۸۱۴۵

۲۷- جمله ای که به منظور تکرار دایمی (یا تکرار به مدت طولانی) طرح می شود و در تبلیغات اهمیت خاصی دارد کدام است؟

- ۰۱ پیام      ۰۲ متن      ۰۳ آگهی      ۰۴ شعار

۲۸- ساختار بازاری که چند فروشنده تقاضای انبوهی از افراد را پاسخ می دهد. جزو کدام یک از بازارهای سنتی می باشد؟

- ۰۱ بازار رقابت خالص      ۰۲ بازار چند قطبی      ۰۳ رقابت انحصاری      ۰۴ انحصار خالص

۲۹- تعریف مقابل مربوط به کدام گزینه می باشد؟ «قانونی که چندین کشور آن را پذیرفته اند و به صورت عرف از قدیم الایام رایج است»

- ۰۱ قانون عمومی      ۰۲ قانون نامه      ۰۳ قوانین خارجی      ۰۴ قوانین بازاریابی

۳۰- کدام گزینه دلایل عمده موفقیت شرکتها در مدیریت کانالهای توزیع را نشان می دهد؟

- ۰۱ انتخاب، قرارداد، ایجاد انگیزه، کنترل      ۰۲ انتخاب، راهبرد، ایجاد انگیزه، کنترل  
۰۳ انتخاب، قرارداد، عملیات اقدام، کنترل      ۰۴ مالکیت، قرارداد، ایجاد انگیزه، کنترل

WWW.PNUNA.COM