



تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

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

سری سوال: یک ۱

عنوان درس: تحقیقات بازاریابی

رشته تحصیلی/گد درس: مدیریت بازرگانی ۱۲۱۸۱۴۸

۱- « بازگشت سرمایه » و « سهم بازار » به ترتیب جزء کدام یک از عوامل مدل سیستم بازاریابی می باشد؟

- ۱. معیارهای عملکرد - معیار های عملکرد
- ۲. معیارهای عملکرد - آمیخته بازاریابی
- ۳. عوامل موقعیتی - آمیخته بازاریابی
- ۴. پاسخ رفتاری - معیار های عملکرد

۲- سومین مرحله فرآیند تصمیم گیری که شامل مشخص کردن ترکیبی از متغیرهای آمیخته بازاریابی است ، چه نام دارد؟

- ۱. شناخت موقعیت تصمیم گیری
- ۲. تعریف مساله تصمیم گیری
- ۳. شناسایی مسیرهای عملیاتی جانشین
- ۴. اجرا و اصلاح مسیر عملیاتی

۳- « شواهد و مشاهده هایی راجع به برخی از جنبه های سیستم بازاریابی » و « داده هایی که عدم اطمینان را در موقعیت تصمیم گیری کاهش می دهد » به ترتیب چه هستند؟

- ۱. داده ها - داده ها
- ۲. داده ها - اطلاعات
- ۳. اطلاعات - داده ها
- ۴. اطلاعات - اطلاعات

۴- پیشرفته ترین نوع سیستمهای اطلاعاتی بازاریابی که به پرسشهای پیچیده تر تصمیم گیرنده (مانند علت وقوع حوادث و پیامدهای مسیرهای عملیاتی) پاسخ می دهد ، چه نام دارد؟

- ۱. سیستم ذخیره و کسب اطلاعات
- ۲. سیستم نظارت بر اطلاعات
- ۳. سیستم مدیریت اطلاعات
- ۴. سیستم تحلیلی

۵- « دستور العمل های سیستم باید ساده و نتیجه دهنده باشد به طوری که مدیر بتواند به سرعت بر فرآیند سیستم نظارت کند » توضیح کدام یک از ویژگیهای سیستم پشتیبانی از تصمیمات بازاریابی می باشد؟

- ۱. انعطاف پذیری
- ۲. تعاملی بودن
- ۳. الویت دادن به شناخت روابط
- ۴. سهولت دستیابی به اطلاعات برای استفاده کننده

۶- اولین و آخرین مرحله فرآیند تحقیق ، کدام گزینه زیر است؟

- ۱. تنظیم مساله - تهیه گزارش تحقیق
- ۲. تعیین طرح تحقیق - پردازش داده ها
- ۳. تعیین طرح تحقیق- تهیه گزارش تحقیق
- ۴. تعیین روش گردآوری اطلاعات - پردازش داده ها

۷- کدام یک از گزینه های زیر یک مساله تصمیم گیری می باشد؟

- ۱. بررسی چگونگی وضع ظاهری کنونی فروشگاه
- ۲. ارزیابی مقدار کنونی عادت به خرید های مکرر
- ۳. ارزشیابی مناطق پر مشتری
- ۴. افزایش میزان عادت به خریدهای مکرر



سری سوال: ۱ یک

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

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: تحقیقات بازاریابی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت بازرگانی ۱۲۱۸۱۴۸

۸- در کدام یک از موقعیتهای متداول زیر ، تحقیقات بازاریابی مفید است؟

۱. وقتی اطلاعات لازم موجود است.
۲. هنگامی که گذشت زمان ضرر و زیان به همراه دارد.
۳. هنگامی که عوارض مشکلی را مشاهده می کنید.
۴. هنگامی که مخارج تحقیق از ارزش نتیجه آن بیشتر است.

۹- آخرین گام در طرح تحقیق اکتشافی ، کدام گزینه است؟

۱. بررسی چند مورد برگزیده
۲. بررسی مقالات و کتب موجود
۳. پرسش از افراد متبحر و متخصص
۴. مصاحبه با افراد مختلف

۱۰- کدام یک از گزینه های زیر از مزایای پانل (در مقایسه با طرح های پرسش نامه ای) می باشد؟

۱. پانل تغییر در طول زمان را اندازه گیری نمی کند.
۲. پژوهشگر بر پانل کنترل زیادی ندارد.
۳. اعضاء پانل با پژوهشگر همکاری بیشتری نمی کنند.
۴. طرح پانل تجزیه و تحلیل دقیق و عمیق را امکان پذیر می سازد.

۱۱- کدام یک از گزینه های زیر در محیط واقعی تجارت رخ می دهد و پژوهشگر می کوشد تمام متغیرها را غیر از یک متغیر کنترل کند؟

۱. تحقیق علی میدانی
۲. تحقیق علی آزمایشگاهی
۳. تحقیق پرسش نامه ای
۴. تحقیق توصیفی

۱۲- کدام یک از عناصر «طرز فکر» شامل اعتقادات و عقاید فرد را در مورد کالاها در بر می گیرد؟

۱. عنصر احساسی
۲. عنصر شناختی و ادراکی
۳. عنصر رفتاری
۴. عنصر روان شناسی

۱۳- «فرهنگ» و «مرخصی ها» به ترتیب از اجزاء کدام یک از عوامل تشکیل دهنده شیوه زندگی می باشند؟

۱. عقاید(درباره) - فعالیتها
۲. عقاید(درباره) - علایق(به)
۳. فعالیتها - علایق(به)
۴. فعالیتها - عقاید(درباره)

۱۴- در کدام یک از روشهای گرد آوری اطلاعات ، تعدادی سوال بطور آزاد از قبل تعیین می شود و پاسخ دهندگان را تشویق می کند تا آزادانه نظرهای خود را ابراز دارند ؟

۱. با ساختار
۲. مستقیم
۳. کاملاً بدون ساختار
۴. غیر مستقیم



تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

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

سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: تحقیقات بازاریابی

رشته تحصیلی/گد درس: مدیریت بازرگانی ۱۲۱۸۱۴۸

۱۵- در کدام یک از روشهای فرافکنی، به پاسخ دهنده موقعیتی را شرح می دهند و از او می خواهند به جای اینکه مستقیماً عقاید و احساسات خود را با توجه به موقعیت ارائه شده بیان کند، عقاید و احساسات شخص دیگری را به موقعیت مورد نظر مربوط سازد؟

۱. تداعی لغات ۲. ایفای نقش ۳. کامل کردن جمله ۴. آزمون درک محتوا

۱۶- «از نظر میزان پاسخ، بالاترین» و «از نظر کنترل اداری، بهترین» روش مصاحبه، به ترتیب کدام یک از گزینه های زیر می باشد؟

۱. حضوری - مکاتبه ای ۲. حضوری- تلفنی ۳. تلفنی - حضوری ۴. مکاتبه ای - حضوری

۱۷- از کدام یک از ابزارهای مکانیکی که در روش مشاهده به کار می رود برای تعیین اینکه فرد چگونه مجله، روزنامه، آگهی و بسته بندی را می خواند، استفاده می کنند؟

۱. اودیومتر ۲. گالوان متر ۳. دوربین مردمک چشم ۴. دوربین چشم

۱۸- «عبارتی که در اول پرسشنامه قرار می گیرد و معمولاً مصاحبه کننده و یا سازمان انجام دهنده تحقیق را معرفی می کند» توضیح کدام یک از قسمتهای مختلف پرسش نامه می باشد؟

۱. اطلاعات مورد نیاز ۲. تقاضا برای همکاری ۳. اطلاعات طبقه بندی ۴. راهنمای تکمیل پرسشنامه

۱۹- اولین و آخرین مرحله از مراحل طراحی پرسش نامه به ترتیب چه هستند؟

۱. ملاحظات مقدماتی- آزمایش اولیه، تجدید نظر و شکل نهایی پرسشنامه
۲. ملاحظات مقدماتی- تصمیم گیری درباره محتوای سوالها
۳. تصمیم گیری درباره محتوای سوالها- آزمایش اولیه، تجدید نظر و شکل نهایی پرسشنامه
۴. تصمیم گیری درباره ویژگیهای فیزیکی پرسشنامه - آزمایش اولیه، تجدید نظر و شکل نهایی پرسشنامه

۲۰- کدام یک از گزینه های زیر از رهنمود های صحیح در زمینه چگونگی جمله بندی سوالات می باشد؟

۱. گزینه های ضمنی را به کار ببرید.
۲. از سوالات دو گانه استفاده کنید.
۳. از سوالاتی که نیاز به تخمین زدن دارد استفاده کنید.
۴. از لغات واضح استفاده کنید.

۲۱- «اندازه گیری پدیده ها و رویدادها و نه خود پدیده ها و رویدادها» و «عدد دادن به ویژگیهای پدیده ها یا رویدادها بر طبق مقررات» به ترتیب، چه هستند؟

۱. سنجش - سنجش ۲. سنجش - اندازه گیری
۳. اندازه گیری - سنجش ۴. اندازه گیری - اندازه گیری



سری سوال: ۱ یک

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

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: تحقیقات بازاریابی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت بازرگانی ۱۲۱۸۱۴۸

۲۲- با کدام یک از انواع مقیاس ها این امر را اندازه گیری می کنند که آیا یک پدیده یا رویداد ویژگی بیشتری یا کمتری نسبت به پدیده یا رویداد دیگر دارد یاخیر، ولی در مورد مقدار کمتری بیشتر بودن ویژگی ها در یک پدیده اطلاعاتی به دست نمی دهند؟

۱. مقیاس ترتیبی ۲. مقیاس اسمی ۳. مقیاس فاصله ای ۴. مقیاس کسری

۲۳- کدام یک از گزینه های زیر، مشابه روشی است که در لغت نامه ها، به کار می رود، جایی که از لغات برای تعریف لغات استفاده می شود؟

۱. تعریف عملیاتی ۲. سازه ۳. تعریف نهادی ۴. اندازه گیری

۲۴- کدام یک از انواع اعتبار شامل درک منطق نظری است که زیر بنای معیار بدست آمده است؟

۱. اعتبار محتوا ۲. اعتبار سازه ۳. اعتبار مقارن ۴. اعتبار پیشگویی

۲۵- کدام یک از انواع پایایی شامل اندازه گیری های مکرر از همان شخص یا گروه با استفاده از یک وسیله مقیاس گذاری در شرایط مشابه است؟

۱. پایایی شکل های گزینه ای ۲. پایایی پنجاه - پنجاه
۳. پایایی هفتاد - سی ۴. پایایی تست - تست مجدد

۲۶- کدام یک از انواع مقیاسها مستلزم این است که پاسخ دهندگان موقعیت خود را در طیفی از طرز فکرها نشان دهند؟

۱. درجه بندی گرافیک ۲. اسمی ۳. ترتیبی ۴. کسری

۲۷- کدام مقیاس شبیه مقیاس تفکیک زبانی است و یک مقیاس ده نقطه ای غیر زبانی که طیفی بین +۵ تا -۵ را در بر می گیرد؟

۱. مقیاس مقایسه دو به دو ۲. مقیاس رتبه بندی
۳. مقیاس یک قطبی ۴. مقیاس لیکرت

۲۸- استفاده از کدام یک از انواع نمونه برداری وقتی مطلوب است که بازاریاب می خواهد درگیر بازاریابی تفکیکی شود؟

۱. تصادفی ساده ۲. خوشه ای ۳. نظامدار ۴. تصادفی طبقه ای

۲۹- تحلیل گر گاهی قصد دارد رابطه چندین متغیر مستقل را با چندین متغیر وابسته به طور همزمان ارزیابی کند، کدام گزینه این کار را انجام می دهد؟

۱. تجزیه و تحلیل عوامل ۲. همبستگی متعارف
۳. تجزیه و تحلیل واریانس ۴. رگرسیون چند گانه



تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

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

سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: تحقیقات بازاریابی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت بازرگانی ۱۲۱۸۱۴۸

۳۰- در کدام یک از روشهای تحقیقات از طریق امتحان محصول، کوشش می شود که امتحان محصول در محیطی شبیه اوضاع و احوال واقعی بازار انجام یابد؟

۰۲. امتحان محصول به روش مصرف طولانی آن

۰۱. امتحان مجدد

۰۴. امتحان غیر هادی

۰۳. امتحان انفرادی و امتحان زوجی محصولات

WWW.PNUNA.COM