

تعداد سوالات: تستی: ۳۵ تشریحی: ۰

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

سری سوال: یک ۱

عنوان درس: اصول بازاریابی، بازار یابی و مدیریت بازار، بازار یابی و مدیریت بازار (با رویکرد اسلامی)، بازاریابی و مدیریت بازار، بازاریابی و مدیریت بازار
رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۰ - مهندسی صنایع، مهندسی صنایع (چندبخشی) ۱۲۱۸۱۰۶ - مدیریت بازرگانی
مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین الملل) ۱۲۱۸۱۲۲ - مهندسی مدیریت و آبادانی روستاها ۱۲۱۸۱۷۵
مدیریت صنعتی (چندبخشی) ۱۲۱۸۲۶۹ - مدیریت صنعتی، مدیریت بازرگانی ۱۲۱۸۴۴۸ - مهندسی راه آهن - بهره ، -
پرداری ۱۳۱۴۰۵۱

۱- کدام گزینه به عنوان هسته مرکزی بازاریابی شناخته می شود ؟

۱. مبادله ۲. معامله ۳. تقاضا ۴. نیاز

۲- این شیوه بازاریابی زمانی به کار گرفته می شود که برای کالاها و خدمات عرضه شده شرکت، تقاضای منفی وجود داشته باشد.

۱. بازاریابی مجدد ۲. بازاریابی تبدیلی ۳. بازاریابی توسعه ای ۴. بازاریابی محافظتی

۳- وظیفه بازاریابی در حالت تقاضای متزلزل کدام گزینه زیر می باشد ؟

۱. توسعه تقاضا ۲. معکوس کردن تقاضا ۳. ایجاد تقاضا ۴. رونق دادن تقاضا

۴- شرکت هایی که فعالیت خود را بر پایه این فلسفه بنا نهاده اند بر این اصل معتقدند که مصرف کنندگان کالایی را می خرند که بهترین کیفیت، عملکرد و شکل را دارد .

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

۵- قدیمی ترین فلسفه بازاریابی کدام است؟

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

۶- کدام گزینه جزء تقسیم بندی بازارها از نظر فعالیت محسوب می شود؟

۱. بازار سازمانی ۲. بازار اقتصادی ۳. بازار کار و خدمات ۴. بازار واسطه

۷- کدام گزینه از جمله تفاوت های بازار سازمانی با بازار مصرف کننده نمی باشد؟

۱. ماهیت خریداران ۲. ساختار ۳. فرایند تصمیم گیری ۴. تنوع محصولات

۸- به حالتی اطلاق می شود که دو یا چند فروشنده تقاضای انبوه خریدار را ارضا می کنند.

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

۹- گروه های حفاظت از محیط زیست از جمله این جوامع محسوب می شوند؟

۱. جوامع شهروند ۲. جوامع عمومی ۳. جوامع دولتی ۴. جوامع محلی

تعداد سوالات: تستی: ۳۵ تشریحی: ۰ زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۶۰ تشریحی: ۰ سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: اصول بازاریابی، بازار یابی و مدیریت بازار، بازار یابی و مدیریت بازار (با رویکرد اسلامی)، بازاریابی و مدیریت بازار، بازاریابی و مدیریت بازار
رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۰ - ، مهندسی صنایع، مهندسی صنایع (چندبخشی) ۱۲۱۸۱۰۶ - ، مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین الملل) ۱۲۱۸۱۲۲ - ، مهندسی مدیریت و آبادانی روستاها ۱۲۱۸۱۷۵ - ، مدیریت صنعتی (چندبخشی) ۱۲۱۸۲۶۹ - ، مدیریت صنعتی، مدیریت بازرگانی ۱۲۱۸۴۴۸ - ، مهندسی راه آهن - بهره برداری ۱۳۱۴۰۵۱

۱۰- در این نوع بازاریابی، بازاریاب تمام بخشها و قسمتهای مختلف یک بازار نامتجانس را شناسایی نموده و از بین آنها یک یا چند قسمت را که با توجه به مزیت های استراتژیک شرکت امکان موفقیت در آنها زیاد است برای فعالیت خود انتخاب می کند .

۱. بازاریابی تفکیکی ۲. بازاریابی انبوه ۳. بازاریابی متمرکز ۴. بازاریابی پیش بین

۱۱- کدام گزینه جزء رایج ترین نوع تقسیم بازار می باشد؟

۱. تقسیم جغرافیایی ۲. تقسیم جمعیتی ۳. تقسیم روانی ۴. تقسیم رفتاری

۱۲- در تقسیم بندی بازار، استفاده از استراتژی بازاریابی یکسان برای کدام یک از محصولات زیر مناسب است؟

۱. آهن آلات ۲. مواد غذایی ۳. وسائل نقلیه ۴. یخچال و فریزر

۱۳- افراد در بازار به دنبال خرید چه کالا یا کالاهایی هستند، یعنی موضوع خرید آنها چیست ؟
این تعریف کدام یک از هفت O (او) بازاریابی را نشان می دهد؟

۱. occupants ۲. organizations ۳. objects ۴. operations

۱۴- این نوع از بازاریابی دلبرانه ترین نوع بازاریابی است ؟

۱. بازاریابی واکنشی ۲. بازاریابی پیش بین ۳. بازاریابی متمرکز ۴. بازاریابی نیاز آفرین

۱۵- برترین و بالاترین نوع نیاز در سلسله مراتب نیاز در بازارهای توسعه یافته کدام گزینه زیر است ؟

۱. نیازهای تأمین امنیت ۲. نیاز اجتماعی ۳. نیازهای قدر و منزلت ۴. نیازهای خودشکوفایی

۱۶- سن و مرحله زندگی جزء کدام یک از عوامل موثر در رفتار مصرف کننده می باشد؟

۱. عوامل روانی ۲. عوامل شخصی ۳. عوامل اجتماعی ۴. عوامل فرهنگی

۱۷- یکی از مهمترین معیارهای سنجش و اندازه گیری کمی است که وضعیت یک موسسه را نسبت به رقبا نشان می دهد و از آن می توان برای اندازه گیری میزان موفقیت یا شکست موسسات به خوبی استفاده نمود .

۱. تقاضا ۲. سهم بازار ۳. ویژگی های جمعیتی بازار ۴. وضعیت رقبا

سری سوال: ۱ یک

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

تعداد سوالات: تستی: ۳۵ تشریحی: ۰

عنوان درس: اصول بازاریابی، بازاریابی و مدیریت بازار، بازاریابی و مدیریت بازار، بازاریابی و مدیریت بازار
رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۰ - مهندسی صنایع، مهندسی صنایع (چندبخشی) ۱۲۱۸۱۰۶ - مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین الملل) ۱۲۱۸۱۲۲ - مهندسی مدیریت و آبادانی روستاها ۱۲۱۸۱۷۵ - مدیریت صنعتی (چندبخشی) ۱۲۱۸۲۶۹ - مدیریت صنعتی، مدیریت بازرگانی ۱۲۱۸۴۴۸ - مهندسی راه آهن - بهره برداری ۱۳۱۴۰۵۱

۱۸- 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 در دسترس واجد شرایط

۳. بازار تسخیر شده

۴. بازار در دسترس

۱۹- کدام یک از مدل های پیش بینی زیر جزء مدل های کمی می باشد؟

۱. مدل پیش بینی میانگین متحرک موزون

۲. مدل دلفی

۳. مدل بررسی قصد خریداران

۴. مدل تست بازار

۲۰- در این روش کالای تولید شده در بازار محدودی عرضه شده و مدیران بازاریابی از طریق مشاهده واکنش مصرف کنندگان به پیش بینی فروش می پردازد.

۱. مدل شبیه سازی آزمایش بازار

۲. مدل تست بازار

۳. مدل بررسی قصد خریداران

۴. مدل دلفی

۲۱- کدام یک از گزینه های زیر جزء نیروهای داخلی از عوامل موثر در طراحی سازمان می باشد؟

۱. نوع مشتری

۲. قوانین دولتی

۳. نوع منابع انسانی

۴. استراتژی ها و خط مشی ها

۲۲- کدام گزینه عبارت است از یک روش سیستماتیک که از طریق آن سازمان تلاش می کند تا آینده خود را تحت کنترل در بیاورد؟

۱. کنترل

۲. رهبری

۳. برنامه ریزی

۴. استراتژی

۲۳- کدام گزینه از جمله گام های اساسی در برنامه ریزی می باشد؟

۱. تحلیل موقعیت ها و جریانها

۲. تعیین منابع مالی

۳. توسعه استراتژی انسانی

۴. تحلیل محتوی

۲۴- کدامیک از گزینه های زیر در زمره علل و عوامل عمده ای است که پیاده کردن برنامه بازاریابی را با مشکل مواجه می سازد؟

۱. مقاومت مصنوعی انسانها در مقابل تغییر

۲. دخالت کمتر مدیران مسئول اجرایی

۳. وجود برنامه مشخص برای اجرا

۴. اولویت بندی درست اهداف به لحاظ زمانی



تعداد سوالات: تستی: ۳۵ تشریحی: ۰

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

سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: اصول بازاریابی، بازار یابی و مدیریت بازار، بازار یابی و مدیریت بازار (با رویکرد اسلامی)، بازاریابی و مدیریت بازار، بازاریابی و مدیریت بازار
رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۰ - ، مهندسی صنایع، مهندسی صنایع (چندبخشی) ۱۲۱۸۱۰۶ - ، مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین الملل) ۱۲۱۸۱۲۲ - ، مهندسی مدیریت و آبادانی روستاها ۱۲۱۸۱۷۵ - ، مدیریت صنعتی (چندبخشی) ۱۲۱۸۲۶۹ - ، مدیریت صنعتی، مدیریت بازرگانی ۱۲۱۸۴۴۸ - ، مهندسی راه آهن - بهره برداری ۱۳۱۴۰۵۱

۲۵- این محیط شامل افراد و عواملی می شود که مستقیماً در تولید، توزیع و پیشبرد فروش محصولات درگیر هستند ؟

۱. محیط قانونی ۲. محیط اقتصادی ۳. محیط کار ۴. محیط فرهنگی

۲۶- مرحله دوم مدل DECIDE کدام است ؟

۱. تعریف مسئله یا فرصت ۲. مشخص کردن بهترین گزینه
۳. جمع آوری اطلاعات مربوطه ۴. تعیین عوامل قابل کنترل و غیر قابل کنترل

۲۷- اولین و مهمترین مرحله در انجام تمامی تحقیقات بازاریابی کدام است ؟

۱. تعریف مسئله ۲. تعیین نمونه ها ۳. تعیین اهداف ۴. پردازش اطلاعات

۲۸- از این تکنیک عمدتاً زمانی استفاده می شود که فرد به دلیل محدودیت های شخصی، فرهنگی، اجتماعی و یا قانونی نتواند عقاید خود را به طور روشن بیان نماید .

۱. تکنیک تداعی عکس ها ۲. تکنیک ارتباط
۳. تکنیک تکمیل ۴. تکنیک تشریح

۲۹- کدامیک از سیستم های زیر به عنوان سیستم های پشتیبانی کننده تصمیمات بازاریابی قلمداد می شود؟

۱. سیستم های اطلاعاتی متمرکز ۲. سیستم های اطلاعاتی غیر متمرکز
۳. سیستم های سازمانی بازاریابی ۴. سیستم های برنامه ریزی بازاریابی

۳۰- کدام استراتژی برای بازارهای در حال رشد موثر است ؟

۱. نفوذ در بازار ۲. توسعه بازار ۳. توسعه محصول ۴. تنوع

۳۱- به واحدی اطلاق می شود که سهم نسبی بازار آن پایین ولی نرخ رشد صنعت مربوطه اش بالا باشد ؟

۱. ستاره ۲. گاو شیرده ۳. علامت سوال ۴. سگ

۳۲- کدام یک از مدل های زیر برای موسسات کوچک هم کارایی لازم را دارد و قابل استفاده در آنها می باشد؟

۱. مدل جنرال الکتریک ۲. مدل گروه مشاوران بوستون
۳. مدل استراتژی عمومی پورتر ۴. مدل موقعیتی محصول - بازار

سری سوال: ۱ یک

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

تعداد سوالات: تستی: ۳۵ تشریحی: ۰

عنوان درس: اصول بازاریابی، بازاریابی و مدیریت بازار، بازاریابی و مدیریت بازار (با رویکرد اسلامی)، بازاریابی و مدیریت بازار، بازاریابی و مدیریت بازار
رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۰ - ، مهندسی صنایع، مهندسی صنایع (چندبخشی) ۱۲۱۸۱۰۶ - ، مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین الملل) ۱۲۱۸۱۲۲ - ، مهندسی مدیریت و آبادانی روستاها ۱۲۱۸۱۷۵ - ، مدیریت صنعتی (چندبخشی) ۱۲۱۸۲۶۹ - ، مدیریت صنعتی، مدیریت بازرگانی ۱۲۱۸۴۴۸ - ، مهندسی راه آهن - بهره برداری ۱۳۱۴۰۵۱

۳۳- در کدام یک از تست های زیر از غرفه های متعلق به موسسات تحقیقاتی استفاده می شود ؟

۱. تست بازاریابی استاندارد
۲. تست بازاریابی نهایی
۳. تست بازاریابی نظارت شده
۴. تست بازاریابی انگیزشی

۳۴- تثبیت قیمت فروش محصول در کدام یک از مراحل عمر کالا اتفاق می افتد ؟

۱. مرحله معرفی
۲. مرحله افول
۳. مرحله رشد
۴. مرحله بلوغ

۳۵- شعار پس گرفتن اجناس فروخته شده، در ارتباط با کدامیک از مبانی خلاقیت و نوآوری می باشد ؟

۱. رفاه و سازگاری
۲. معکوس سازی
۳. حذف نمودن
۴. جانشین سازی



سری سوال: ۱ یک

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

تعداد سوالات: تستی: ۳۵ تشریحی: ۰

عنوان درس: اصول بازاریابی، بازاریابی و مدیریت بازر، بازار یابی و مدیریت بازار (با رویکرد اسلامی)، بازاریابی و مدیریت بازار، بازاریابی و مدیریت بازار
رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۰ - مهندسی صنایع، مهندسی صنایع (چندبخشی) ۱۲۱۸۱۰۶ - مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین الملل) ۱۲۱۸۱۲۲ - مهندسی مدیریت و آبادانی روستاها ۱۲۱۸۱۷۵ - مدیریت صنعتی (چندبخشی) ۱۲۱۸۲۶۹ - مدیریت صنعتی، مدیریت بازرگانی ۱۲۱۸۴۴۸ - مهندسی راه آهن - بهره برداری ۱۳۱۴۰۵۱

سلامتی و تحمیل در فرج آقا امام زمان (عج) صلوات

شماره سوال	پاسخ صحیح	وضعیت کلید
۲۱	ج	عادی
۲۲	ج	عادی
۲۳	الف	عادی
۲۴	ب	عادی
۲۵	ج	عادی
۲۶	د	عادی
۲۷	الف	عادی
۲۸	د	عادی
۲۹	ب	عادی
۳۰	الف	عادی
۳۱	ج	عادی
۳۲	ج	عادی
۳۳	ج	عادی
۳۴	ج	عادی
۳۵	ب	عادی

شماره سوال	پاسخ صحیح	وضعیت کلید
۱	الف	عادی
۲	ب	عادی
۳	د	عادی
۴	ب	عادی
۵	ب	عادی
۶	ج	عادی
۷	د	عادی
۸	د	عادی
۹	الف	عادی
۱۰	ج	عادی
۱۱	ب	عادی
۱۲	الف	عادی
۱۳	ج	عادی
۱۴	د	عادی
۱۵	د	عادی
۱۶	ب	عادی
۱۷	ب	عادی
۱۸	ج	عادی
۱۹	الف	عادی
۲۰	ب	عادی

