

سری سوال: یک ۱

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

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: اصول بازاریابی، بازاریابی و مدیریت بازاریابی و مدیریت بازاریابی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۰ - مهندسی صنایع، مهندسی صنایع (چندبخشی) ۱۲۱۸۱۰۶ - مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین الملل)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی) ۱۲۱۸۱۲۲ - مدیریت صنعتی (چندبخشی) ۱۲۱۸۲۶۹

۱- در سلسله مراتب اهداف یک شرکت تولیدی کاهش قیمت و افزایش کیفیت مربوطه به کدام مرحله است؟

۱. اهداف بازاریابی ۲. استراتژی بازاریابی ۳. اهداف اصلی ۴. رسالت شرکت

۲- کدامیک از سطوح سازمانی در برنامه ریزی استراتژیک، کار اصلی آن تهیه و تنظیم برنامه های استراتژیک برای واحدهای متعلق به خود است؟

۱. سطح مدیریت کلان ۲. سطح مدیریت قسمتها ۳. سطح مدیریت محصول ۴. سطح مدیریت واحدهای خودگردان

۳- کدامیک از موارد زیر از آمیخته های بازار یابی خدمات است؟

۱. بهای تمام شده ۲. عملیات فروش ۳. محل توزیع ۴. بازخورد

۴- کدام مورد وجه تمایز میان خدمات و کالا است؟

۱. دائمی بودن تاثیر خدمات با گذشت زمان ۲. تاثیرپذیری بیشتر کالا از افکار مصرف کننده ۳. قابلیت ذخیره سازی خدمات ۴. قابلیت استاندارد کمتر خدمات

۵- کدام مورد از طبقه بندی ۴P بازاریابی به شمار می رود؟

۱. هزینه مشتری ۲. قیمت ۳. ارتباطات ۴. راه حل مشتری

۶- کدامیک از تصمیمات عمده بازاریابان در مورد محصول است؟

۱. تصمیم گیری در مورد کمیت کالا ۲. تصمیم گیری در مورد مبادله کالا ۳. تصمیم گیری در مورد بازار کالا ۴. تصمیم گیری در مورد طرح کالا

۷- در صورتی که بازا هدف یک شرکت افراد با درآمد متوسط باشد و مدیران شرکت تصمیم به گسترش خط تولید داشته باشند، از کدام مورد باید استفاده شود؟

۱. بسط دو طرفه ۲. بسط رو به پایین ۳. بسط رو به بالا ۴. بسط به داخل

۸- نسبت بین چیزی که مشتری از دست می دهد و چیزی که بدست می آورد چه نام دارد؟

۱. خواسته ۲. منافع ۳. ارزش ۴. تقاضا

۹- کدامیک از موارد زیر جزء کانالهای توزیع به حساب می آید؟

۱. تبلیغات ۲. انبار ۳. بانک ۴. خط تولید

سری سوال: ۱ یک

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

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: اصول بازاریابی، بازاریابی و مدیریت بازاریابی و مدیریت بازار

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۰ - مهندسی صنایع، مهندسی صنایع (چندبخشی) ۱۲۱۸۱۰۶ - مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین الملل)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی) ۱۲۱۸۱۲۲ - مدیریت صنعتی (چندبخشی) ۱۲۱۸۲۶۹

۱۰- این موضوع که تحقیقات بازاریابی نباید تحت تاثیر ذهنیت های شخصی محقق قرار گیرد بیانگر کدام ویژگی تحقیقات بازاریابی است؟

۱. نظام یافتگی ۲. جامعیت ۳. عینی بودن ۴. کارایی

۱۱- مبادله آزاد افکار و عقاید بین پژوهشگران و تصمیم گیرندگان بیانگر کدام یک از VC رابط بین مدیر و محقق است؟

۱. همکاری ۲. ارتباطات ۳. خلوص ۴. مداومت

۱۲- در کدامیک از مزایای روش گروههای متمرکز در جمع آوری اطلاعات، هر اظهارنظری از طرف هر یک از اعضاء شرکت کننده در جلسه باعث ایجاد مقابله به مثل از سوی سایر اعضاء می شود؟

۱. کشف تصادفی ۲. آسودگی خیال ۳. تضایف ۴. توپ برفی

۱۳- در صورتی که نمونه انتخابی در تحقیقات نماینده واقعی جامعه نباشد چه مشکلی پیش می آید؟

۱. بی نظمی اطلاعات ۲. مشکل تعمیم ۳. کاربرد نادرست ۴. مشکل نظارت

۱۴- در ماتریس گروه مشاوره بوستون، به واحدی که دارای سهم نسبی بازا را پایین و نرخ رشد صنعت بالا باشد چه می گویند؟

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

۱۵- کدامیک از سیستمهای زیر به عنوان سیستمهای پشتیبانی کننده تصمیمات بازاریابی محسوب می شوند؟

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

۱۶- در مدل موقعیتی بازار - محصول، پرمخاطره ترین استراتژی کدام است؟

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

۱۷- در کدامیک از استراتژیهای یک واحد تجاری، تلاشهای بازاریابی جسورانه، لازم و ضروری است؟

۱. استراتژی حذف ۲. استراتژی برداشت سود ۳. استراتژی سرمایه گذاری ۴. استراتژی حمایت

سری سوال: ۱ یک

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

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: اصول بازاریابی، بازاریابی و مدیریت بازاریابی و مدیریت بازار

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۰ - مهندسی صنایع، مهندسی صنایع (چندبخشی) ۱۲۱۸۱۰۶ - مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین الملل)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی) ۱۲۱۸۱۲۲ - مدیریت صنعتی (چندبخشی) ۱۲۱۸۲۶۹

۱۸- در کدامیک از انواع سیستمهای توزیع، مؤسسات هم سطحی که کالاهای متفاوتی تولید می کنند از یک نماینده فروش مشترک جهت عرضه کالاهای خود استفاده می کنند؟

۱. سیستم بازاریابی مورب
۲. سیستم بازاریابی چندکاناله
۳. سیستم بازاریابی افقی
۴. سیستم بازاریابی عمودی

۱۹- کدام گزینه با تعریف «به کارگیری تواناییهای ذهنی برای ایجاد یک فکر و یا یک مفهوم جدید» تطبیق دارد؟

۱. نوآوری
۲. کارایی
۳. خلاقیت
۴. اثربخشی

۲۰- مراجعه تعمیرکار به آدرس مشتری به جای بردن ماشین به تعمیرگاه در ارتباط با کدامیک از مبانی خلاقیت و نوآوری است؟

۱. معکوس سازی
۲. جانشین سازی
۳. رفاه و سازگاری
۴. بزرگ نمایی

۲۱- در کدامیک از فلسفه های بازاریابی اعتقاد بر این است که مصرف کنندگان کالایی را می خردند که بهترین کیفیت، عملکرد و شکل را داشته باشد؟

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

۲۲- بازار بیمه در کدام دسته بندی از بازارها از نظر فعالیت قرار می گیرد؟

۱. پول و سرمایه
۲. کالا و فرآورده ها
۳. کار و خدمات
۴. اوراق قرضه

۲۳- در کدام حالت بازاریابی، مدیران بازاریابی با توجه به تفاوت ذوق و سلیقه مشتریان و تنوع طلبی انسانها، کالای متنوعی به بازار ارائه می کنند؟

۱. بازاریابی تفکیکی
۲. بازاریابی انبوه
۳. بازاریابی هدف دار
۴. بازاریابی یکنواخت

۲۴- عرضه انواع شامپو با یک نام ولی با مارکها و کاربردهای متفاوت توسط یک شرکت جزء کدام یک از متغیرهای رفتاری زیر است؟

۱. وضعیت وفاداری
۲. مناسبتها و موقعیتها
۳. خصوصیات شخصیتی
۴. مزایای مورد انتظار مصرف کنندگان

سری سوال: ۱ یک

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

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: اصول بازاریابی، بازار یابی و مدیریت بازار، بازاریابی و مدیریت بازار

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۰ - مهندسی صنایع، مهندسی صنایع (چندبخشی) ۱۲۱۸۱۰۶ - مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین الملل)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی) ۱۲۱۸۱۲۲ - مدیریت صنعتی (چندبخشی) ۱۲۱۸۲۶۹

۲۵- اینکه خریداران در بازار تا چه اندازه می توانند تفاوت واقعی بین محصولات به ظاهر مشابه را تشخیص دهند، بیانگر کدامیک از عوامل مؤثر بر انتخاب استراتژی بازاریابی است؟

۱. سیکل عمر کالا
۲. استراتژی بازاریابی رقبا
۳. میزان تجانس بازارها
۴. میزان تشابه محصولات

۲۶- بازاری که در آن افراد پول و علاقه لازم را برای خرید کالا دارند ولی در آن مقطع نیازی به محصول مورد نظر ندارند، چه نام دارد؟

۱. بالقوه
۲. پنهان
۳. فعال
۴. محتمل

۲۷- اینکه افراد در بازار به دنبال خرید چه کالا یا کالاهایی هستند به کدامیک از ۷۰ بازاریابی مربوط می شود؟

۱. مکان خرید
۲. هدف خرید
۳. موضوع خرید
۴. موقعیت خرید

۲۸- کدامیک از عوامل فردی مؤثر بر رفتار خریداران، بیشترین و عمیقترین تأثیر را بر رفتار مصرف کننده دارند؟

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

۲۹- کدام گزینه درباره تعریف سهم بازار نسبی صحیح است؟

۱. سهم بازار مؤسسه نسبت به بزرگترین رقیب خود
۲. سهم بازار یک مؤسسه از کل بازار
۳. سهم فروش یک مؤسسه نسبت به سهم فروش سایر مؤسسات مشابه
۴. مجموع سهم تمام مؤسساتی که کالای مشابه تولید می کنند.



۳۰- بازاری که مصرف کنندگان آن سه ویژگی علاقه، توان مالی و دسترسی به کالا را به صورت همزمان دارا باشند، چه نامیده می شود؟

۱. بازار بالقوه
۲. بازار بالفعل
۳. بازار در دسترس
۴. بازار تسخیر شده

۳۱- کدام گزینه از مدلهای کیفی بازار در پیش بینی فروش است؟

۱. دلفی
۲. اقتصاد سنجی
۳. میانگین متحرک ساده
۴. پیش بینی با درصد متغیر

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰ زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۶۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: اصول بازاریابی، بازاریابی و مدیریت بازاریابی و مدیریت بازاریاب

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۰ - مهندسی صنایع، مهندسی صنایع (چندبخشی) ۱۲۱۸۱۰۶ - مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین الملل)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی) ۱۲۱۸۱۲۲ - مدیریت صنعتی (چندبخشی) ۱۲۱۸۲۶۹

۳۲- کدامیک از روشهای پیش بینی زیر نسبت به سایر روشهای پیش بینی فروش، پرهزینه تر است؟

۱. بررسی قصد خریداران
۲. استفاده از نظر متخصصان
۳. شبیه سازی آزمایش بازار
۴. تست بازار

۳۳- قوانین دولتی در زمره کدامیک از عوامل مؤثر در سازماندهی بازاریابی قرار دارد؟

۱. نیروهای داخلی
۲. نیروهای خارجی
۳. سبکهای مدیریتی
۴. اهداف موسسه

۳۴- کدام گزینه در برگیرنده مفهوم بازاریابی است؟

۱. تلاشهای کوتاه مدت برای فروش کالای لوکس و کسب سهم بیشتری از بازار
۲. تبلیغات برای فروش کالا به منظور حداکثر سازی سود شرکت
۳. مجموعه فعالیتهای تولیدی، توزیعی و تجاری که کالاها را سریعتر و ساده تر بدست مردم می رساند.
۴. در برگیرنده برخی از مهمترین فعالیتهای یک شرکت در بخش فروش است.

۳۵- کیفیت ارضاء نیازها و مطلوبیت های دلخواه انسان را چه می نامند؟

۱. بازار
۲. خواسته
۳. تقاضا
۴. نیاز

۳۶- محصولی که خواسته مربوطه به نیاز خاصی را کاملاً ارضاء نماید، چه می نامند؟

۱. کالای ایده آل
۲. کالای مطلوب
۳. کالای مرغوب
۴. کالای محبوب

۳۷- پایه و اساس بازاریابی کدام گزینه است؟

۱. معامله
۲. فروش
۳. خود تولیدی
۴. مبادله

۳۸- در کدامیک از انواع مبادله، هر عضو جامعه دیگر افراد را خریداران بالقوه ای می پندارد که تشکیل یک بازار را می دهند و برای رفع ما یحتاج خود بطور جداگانه با تک تک آنها ارتباط برقرار می کند؟

۱. متمرکز
۲. خودکفایی
۳. غیرمتمرکز
۴. مجازی

۳۹- کدامیک تعریف جامعی برای مدیریت بازاریابی است؟

۱. ایجاد تقاضا
۲. کاهش عرضه
۳. مدیریت تغییر تقاضا
۴. مدیریت فرایند تقاضا

۴۰- هنگامی که عرضه و تقاضا برای یک محصول در فصول مختلف سال با هم تفاوت دارند، از کدام نوع بازار یابی استفاده می شود؟

۱. همزمانی
۲. مجدد
۳. تضعیفی
۴. مقایسه ای

سری سوال: ۱ یک

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

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: اصول بازاریابی، بازاریابی و مدیریت بازاریابی و مدیریت بازر

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۰ - مهندسی صنایع، مهندسی صنایع (چندبخشی) ۱۲۱۸۱۰۶ - مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی

(بازرگانی بین الملل)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی) ۱۲۱۸۱۲۲ - مدیریت صنعتی (چندبخشی) ۱۲۱۸۲۶۹

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



وضعیت کلید	پاسخ صحیح	شماره سوال
عادی	ج	۲۱
عادی	ج	۲۲
عادی	الف	۲۳
عادی	د	۲۴
عادی	د	۲۵
عادی	ب	۲۶
عادی	ج	۲۷
عادی	ج	۲۸
عادی	الف	۲۹
عادی	ج	۳۰
عادی	الف	۳۱
عادی	د	۳۲
عادی	ب	۳۳
عادی	ج	۳۴
عادی	ب	۳۵
عادی	الف	۳۶
عادی	د	۳۷
عادی	ج	۳۸
عادی	د	۳۹
عادی	الف	۴۰

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