



سری سوال: یک ۱

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 - مهندسی راه آهن) بهره برداری ۱۳۱۴۰۵۱

۱- تنوع طلبی و انتظار دستیابی به امکانات رفاهی و بالا بردن سطح زندگی ناشی از کدامیک از خصیصه های انسانی زیر می باشد؟

۱. تقاضا ۲. خواسته ۳. نیاز ۴. سلايق و انتظارات

۲- بنابر اعتقاد پیتر دراگر، از دیدگاه کدامیک از گروه های زیر "بازاریابی در بر گیرنده ی همه فعالیت های یک سازمان" می باشد؟

۱. فروشندگان ۲. تولید کنندگان ۳. مشتریان ۴. بازاریان

۳- شرکت آلفا که یکی از معروفترین شرکتهای تولید مواد نفتی است اقدام به تولید روغن موتور نمود که نیاز به تعویض ندارد. این شرکت بهتر است برای معرفی آن از کدام نوع بازاریابی استفاده نماید؟

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

۴- کدام گزینه زیرمعرف فلسفه های مختلف مدیریت بازاریابی است که به ترتیب دارای "نگرش بیرون به درون" و "نگرش درون به بیرون" می باشند؟

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

۵- "فلسفه فروش بازاریابی" در خصوص فروش کدام یک از کالاهای زیر به کار برده می شود؟

۱. لوازم آرایشی ۲. بیمه عمر ۳. پوشاک ۴. کتب درسی

۶- از میان بازارهای سازمانی مختلف، کدام بازار به عنوان بزرگترین و پرتنوع ترین بازار سازمانی شناخته شده است؟

۱. بازارهای دولتی ۲. بازارهای بازرگانی ۳. بازارهای واسطه ای ۴. بازارهای صنعتی

۷- دو مولفه "تعداد شرکتهای رقیب" و "قدرت خرید مشتریان" در کدامیک از محیط های بازاریابی مورد بحث قرار می گیرند؟

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



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، 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 - مهندسی راه آهن - بهره برداری ۱۳۱۴۰۵۱

۸- جمله زیر توصیف کدامیک از انواع بازارهای اقتصادی می باشد؟

"در این بازار قیمت به درآمد مصرف کنندگان وابسته است و فروشنده تاجایی که درآمد خریداران اجازه دهد قیمت کالاها و خدمات خود را افزایش می دهد."

۰۲ بازار انحصار کامل

۰۱ بازار رقابت کامل

۰۴ بازار انحصار چند جانبه

۰۳ بازار رقابت انحصاری

۹- شرکتها به چه دلیلی از سوی محیط سیاسی ملزم به تقبل هزینه های اجتماعی ناشی از تولید کالاها و خدمات خود می شوند؟

۰۲ حمایت از مصرف کنندگان

۰۱ حمایت از شرکتها در مقابل هم

۰۴ حمایت از قشر آسیب پذیر

۰۳ حمایت از منافع جامعه

۱۰- ایجاد تنوع برای مشتریان و عدم توجه به بخش ها وقسمتهای مختلف بازار به کارگیری کدام نوع از انواع بازاریابی را توجیه پذیر می سازد؟

۰۴ بازاریابی تفکیکی

۰۳ بازاریابی هدف

۰۲ بازاریابی انبوه

۰۱ بازاریابی متمرکز

۱۱- در کدام یک از استراتژی های زیر یک شرکت سیاست انتخاب یک سهم بزرگ از بازاری کوچک را به سهمی کوچک از یک بازار بزرگ ترجیح می دهد؟

۰۲ استراتژی بازاریابی تفکیکی

۰۱ استراتژی بازاریابی متفاوت

۰۴ استراتژی بازاریابی یکسان

۰۳ استراتژی بازاریابی متمرکز

۱۲- استراتژی مناسب در خصوص کالای آلفا که ویژگی هایش توسط خریداران قابل تشخیص است و کالای بتا که در مرحله معرفی خود قرارداد به ترتیب کدام است؟

۰۲ غیر تفکیکی - غیر تفکیکی

۰۱ تفکیکی - غیر تفکیکی

۰۴ تفکیکی - متمرکز

۰۳ یکسان - تفکیکی

۱۳- کدام یک از مولفه های زیر از اجزای تشکیل دهنده متغیر روانی می باشند؟

۰۴ میزان وفاداری

۰۳ اوقات خرید

۰۲ طبقه اجتماعی

۰۱ مذهب

۱۴- در کدام یک از مراحل سیکل عمر محصول بهتر است از استراتژی تفکیکی استفاده نمود؟

۰۴ مرحله افول

۰۳ مرحله بلوغ

۰۲ مرحله رشد

۰۱ مرحله معرفی



تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

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

سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: اصول بازاریابی، بازاریابی و مدیریت 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 - مهندسی راه آهن - بهره برداری ۱۳۱۴۰۵۱

۱۵- بازاری که در آن افراد پول لازم برای خرید را دارند و به کالا هم نیازمندند ولی علاقه و اشتیاق کافی برای خرید کالا در آن زمان و مکان را ندارند، چه نوع بازاری است؟

۱. بازار فعال ۲. بازار محتمل ۳. بازار بالقوه ۴. بازار پنهان

۱۶- "گروهی از شرکتهای داروسازی با توجه به آشفتگی های روانی جوامع کنونی اقدام به تحقیق حول محور شناخت و ساخت داروهای آرامش بخش نموده اند." در این حالت نوع بازاریابی اتخاذ شده کدام است؟

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

۱۷- در الگوی مربوط به سلسه مراتب نیازها در بازارهای نیمه توسعه یافته، کدام نیاز بیشترین سهم را به خود اختصاص می دهد؟

۱. نیازهای مادی ۲. نیازهای تامین و امنیت ۳. نیازهای اجتماعی ۴. نیازهای قدر و منزلت

۱۸- بر اساس ایده ی بازاریابی پویا، امروزه مدیران باید به کدام مقوله توجه نمایند؟

۱. آنچه باید تولید شود. ۲. آنچه باید به فروش رسد. ۳. آنچه باید توزیع شود. ۴. آنچه باید تبلیغ شود.

۱۹- از منظر مایکل هامر کدامیک از عوامل محیطی موثر بر بازار نقش پررنگ تری در موفقیت و توسعه بازارهای امروزی بازی کرده است؟

۱. عوامل اقتصادی ۲. عوامل فرهنگی ۳. عوامل جمعیتی ۴. عوامل سیاسی

۲۰- تعریف زیر بر کدامیک از انواع بازارهای پیش روی شرکت دلالت دارد؟

"به تمام یا بخشی از بازار در دسترس واجد شرایط که موسسه برای انجام فعالیتهای بازاریابی انتخاب می کند اطلاق می گردد."

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



سری سوال: ۱ یک

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

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: اصول بازاریابی، بازاریابی و مدیریت بازاریاب و مدیریت بازاریاب 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 - مهندسی راه آهن - بهره برداری ۱۳۱۴۰۵۱

۲۱- وقتی کارشناسان، پرسنل فروش و هیات مدیران شرکت از پیش بینی فروش عاجز و مصرف کنندگان نیز برای خرید خود فاقد برنامه مشخصی هستند آن گاه بهتر است از کدام مدل برای پیش بینی فروش کمک جست؟

۱. مدل تست بازار
۲. مدل شبیه سازی آزمایشی بازار
۳. مدل دلفی
۴. مدل پیش بینی بدون تغییر

۲۲- کدامیک از مدل های زیر به عنوان مدل کمی در فرایند پیش بینی فروش محسوب می گردد؟

۱. مدل دلفی
۲. مدل تست بازار
۳. مدل شبیه سازی آزمایشی بازار
۴. مدل پیش بینی بدون تغییر

۲۳- در پیش بینی به روش اتکا به روندها، وجود کدامیک از موارد زیر برای حداکثر سازی ایده های شرکت اساسی است؟

۱. توجه به برنامه ریزی میان مدت
۲. توجه به برنامه ریزی بلند مدت
۳. توجه به جهت بلند مدت
۴. توجه به هدف گذاری میان مدت

۲۴- تنها عاملی که به هر سازمان مشروعیت بخشیده و نقش حلقه اتصالی میان وظایف اجتماعی و اهداف بارز و آشکار سازمان را بازی می کند، چه نامیده می شود؟

۱. رسالت
۲. هدف
۳. خط مشی
۴. استراتژی

۲۵- در بازشناسی عوامل موثر بر طراحی سازمان کدام عامل جزء نیروهای خارجی قرار می گیرد؟

۱. نوع منابع انسانی
۲. نوع مشتریان
۳. تنوع بازارها
۴. نوع فروش

۲۶- در برنامه ریزی استراتژیک، سطح مدیریت محصول به کدام سطح اطلاق می گردد؟

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

۲۷- "ایجاد پیچیدگی و تضاد سازمانی" و "هزینه بر بودن و عدم انعطاف پذیری" از ایرادهای کدام نوع از ساختارهای سازمانی بازاریابی می باشد؟

۱. سازماندهی جغرافیایی
۲. سازماندهی دوبر
۳. سازماندهی مبتنی بر مدیریت بازار
۴. سازماندهی مبتنی بر مدیریت محصول

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

عنوان درس: اصول بازاریابی، بازاریابی و مدیریت 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 - مهندسی راه آهن - بهره برداری ۱۳۱۴۰۵۱

۲۸- انجام کدامیک از گام های اساسی زیر در برنامه ریزی بازاریابی در مقایسه با دیگر گام ها از اولویت زمانی برخوردار است؟

۱. تعیین اهداف ۲. توسعه استراتژی ها و برنامه ها

۳. ایجاد کنترل و هماهنگی ۴. تحلیل موقعیتها و جریانات

۲۹- به عقیده کاتلر در جریان دگردیسی آینده ، نام واحد بازاریابی ممکن است به چه نامی تغییر یابد؟

۱. واحد بهره وری ۲. واحد فروش ۳. واحد مشتریان ۴. واحد تولید کنندگان

۳۰- بر اساس تحقیقات انجام شده ی بازاریابی، کارکنان موسسات تولیدی- صنعتی تا چه حد می توانند بر انتخاب های مشتریان خود تاثیر مستقیم بگذارند؟

۱. ۱۰ درصد ۲. ۵۰ درصد ۳. ۷۰ درصد ۴. ۹۰ تا ۱۰۰ درصد

۳۱- کدامیک از ویژگی های زیر باعث می شود که بیمه در زمره خدمات قرار گیرد؟

۱. گذرا و موقتی بودن ۲. غیر قابل ذخیره بودن

۳. تاثیر پذیری از خریدار و فروشنده ۴. قابلیت استاندارد کمتر

۳۲- مولفه "میزان عایدی" به عنوان زیرمجموعه کدام جزء اصلی آمیخته ی بازاریابی قلمداد می شود؟

۱. محصول ۲. قیمت ۳. پیشبرد فروش ۴. مکان توزیع

۳۳- در کدام وضعیت رقابتی یک موسسه همه ی شرکتهایی که کالا هایی با خدمات مشابه تولید می کنند را به عنوان رقیب خود قلمداد می نماید؟

۱. رقابت مارک ۲. رقابت فرم ۳. رقابت عمومی ۴. رقابت صنعت

۳۴- اولین و قدیمی ترین فلسفه بازاریابی کدام فلسفه می باشد؟

۱. فلسفه با مفهوم محصول ۲. فلسفه با مفهوم تولید

۳. فلسفه با مفهوم فروش ۴. فلسفه با مفهوم بازاریابی

۳۵- کدام تکنیک جمع آوری اطلاعات در تحقیقات اکتشافی به عنوان تکنیکی غیر مستقیم شناخته می شود؟

۱. تکنیک مصاحبه نردبانی ۲. تکنیک های تکمیل

۳. تکنیک سمبلیک ۴. تکنیک گروه متمرکز



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 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 - مهندسی راه آهن - بهره برداری ۱۳۱۴۰۵۱

۳۶- در سیستم برنامه ریزی بازاریابی تعیین نحوه و چگونگی تامین منابع مالی و اختصاص آن به فعالیت های بازاریابی در چارچوب کدام برنامه مطرح می گردد؟

۱. برنامه های کوتاه مدت
۲. برنامه های میان مدت
۳. برنامه های بلند مدت
۴. برنامه های مستمر

۳۷- در کدام سیستم بازاریابی موسسات هم سطح با کالاهای تولیدی متفاوت به منظور استفاده بهینه از منابع بازاریابی و توانایی مدیریتی خود، با هم متحد شده و از یک نماینده فروش مشترک استفاده می نمایند؟

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

۳۸- در ماتریس رشد بازار - محصول، استراتژی نفوذ در بازار حاصل برآیند همزمان کدام ویژگی محصول و بازار می باشد؟

۱. محصول جدید - بازار جدید
۲. محصول فعلی - بازار جدید
۳. محصول جدید - بازار فعلی
۴. محصول فعلی - بازار فعلی

۳۹- در کدامیک از مراحل منحنی عمر محصول، سوددهی محصول آغاز می شود؟

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

۴۰- سومین مرحله تولید یک محصول جدید کدام است؟

۱. غربال نمودن ایده
۲. پرورش دادن ایده
۳. تعیین استراتژی ایده
۴. تجزیه و تحلیل تجاری





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، 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 - مهندسی راه آهن - بهره برداری ۱۳۱۴۰۵۱

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



۱	ب	۲۱	الف
۲	ج	۲۲	د
۳	د	۲۳	ج
۴	د	۲۴	الف
۵	ب	۲۵	ب
۶	د	۲۶	د
۷	الف	۲۷	ب
۸	ب	۲۸	د
۹	ج	۲۹	ج
۱۰	د	۳۰	الف
۱۱	ج	۳۱	ج
۱۲	الف	۳۲	الف
۱۳	ب	۳۳	ب
۱۴	ج	۳۴	ب
۱۵	ج	۳۵	ب
۱۶	ب	۳۶	ج
۱۷	ج	۳۷	الف
۱۸	الف	۳۸	د
۱۹	ج	۳۹	ج
۲۰	ج	۴۰	ب