



تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰ زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۶۰ تشریحی: ۰ سری سوال: یک ۱

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

۱- کدام یک از مفاهیم اساسی بازاریابی، راههای رفع نیاز بوده و با توجه به فرهنگهای جوامع و وضع درآمدی افراد نامحدود و گرایش به سوی کالاهای جدید دارند؟

۱. نیاز ۲. خواسته ۳. مبادله ۴. معامله

۲- در حالتی که تقاضای بیش از حد باشد وظیفه بازاریابی چیست و نام رسمی آن چه می باشد؟

۱. توسعه تقاضا - بازاریابی توسعه ای
۲. حفظ تقاضا - بازاریابی حفاظتی
۳. توسعه تقاضا - بازاریابی تضعیفی
۴. کاهش تقاضا - بازاریابی تضعیفی

۳- کدام یک از فلسفه های بازاریابی می تواند منجر به بیماری نزدیک بینی بازاریابی شود؟

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

۴- «مجموعه ای از خریداران» و «مجموعه ای از فروشندگان» به ترتیب توضیح کدام یک از گزینه های زیر می باشند؟

۱. بازار - صنعت ۲. بازار - بازار ۳. صنعت-بازار ۴. صنعت-صنعت

۵- «خریداران و فروشندگان قیمت پذیرند و نمی توانند به تنهایی در تعیین قیمت نقشی داشته باشند» توضیح کدام یک از انواع بازار اقتصادی می باشند؟

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

۶- گروههای حفاظت از محیط زیست و سازمانهای حمایت از مصرف کننده، جزء کدام یک از عوامل محیط خرد موسسه محسوب می شوند که می توانند مسائل بازاریابی هر شرکتی را تحت الشعاع قرار دهند؟

۱. جوامع شهروند ۲. جوامع رسانه ای ۳. جوامع محلی ۴. جوامع دولتی

۷- "ارزشها و باورهایی که اعطاف پذیری بیشتری برای تغییر دارند" و "ارزشها و باورهای مردمی که از ثبات بسیار بیشتری برخوردار بوده و امکان تغییر آنها توسط بازاریاب خیلی سخت است" به ترتیب توضیح کدام یک از گزینه های زیر می باشد؟

۱. جابه جایی ارزشهای فرهنگی ثانویه - جابه جایی ارزشهای فرهنگی ثانویه
۲. جابه جایی ارزشهای فرهنگی ثانویه - پایداری ارزشهای فرهنگی
۳. پایداری ارزشهای فرهنگی - پایداری ارزشهای فرهنگی
۴. جابه جایی ارزشهای فرهنگی ثانویه - پایداری ارزشهای فرهنگی





تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰ زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۶۰ تشریحی: ۰ سری سوال: ۱ یک

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

۸- کدام یک از موارد زیر جزء مزایای بازاریابی متمرکز می باشد؟

۱. قیمت پایین نسبت به رقبا
۲. هزینه های پایین تبلیغات
۳. استفاده بهتر از فرصتهای موجود در بازار
۴. ایجاد تنوع محض برای مشتریان

۹- تولید انواع مختلف شامپو با یک نام ولی با مارکها و کاربردهای متفاوت توسط یک شرکت جزء کدام یک از متغیرهای رفتاری می باشد؟

۱. مزایای مورد انتظار مصرف کنندگان
۲. وضعیت مصرفی استفاده کننده
۳. وضعیت وفاداری
۴. مناسبت ها و موقعیتهای

۱۰- در کدام یک از مراحل سیکل عمر کالا بهتر است از استراتژی بازاریابی غیر تفکیکی استفاده شود؟

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

۱۱- در بازارهای بسیار رقابتی کنونی، به جهت اهمیت والای خریداران، کدام یک از بخش ها و دوایر سازمان، تضمین کننده فروش سودآور می باشد؟

۱. بخش فروش
۲. بخش بازاریابی
۳. دایره تولید
۴. همه بخشها و دوایر

۱۲- به بازاری که در آن مشتریان هم پول و تسهیلات لازم، هم شور، علاقه و اشتیاق کافی و هم نیاز و احتیاج به کالای عرضه شده را دارند و عملاً به خرید کالاها اقدام می کنند، چه اطلاق می گردد؟

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

۱۳- کدام یک از انواع بازاریابی، حالت انفعالی دارد و برای شناسایی و ارضای نیازهایی به کار می رود که روشن و آشکار بوده و نمود عینی دارند؟

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

۱۴- کدام یک از گزینه های زیر، تحت عنوان آمیخته های بازاریابی مشهور هستند؟

۱. محصول - قیمت - مکان توزیع - پیشبرد فروش
۲. فرهنگی - قیمت - مکان توزیع - پیشبرد فروش
۳. اقتصادی - فرهنگی - مکان توزیع - پیشبرد فروش
۴. اقتصادی - اجتماعی - سیاسی - فرهنگی

۱۵- سبک و شیوه زندگی انسانها عمدتاً تحت تاثیر کدام یک از موارد زیر قرار می گیرد؟

۱. شخصیت
۲. تصور شخصی
۳. جهان بینی
۴. خرده فرهنگ



تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰ زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۶۰ تشریحی: ۰ سری سوال: ۱ یک

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

۱۶- دومین مرحله از فرآیند فروش، کدام گزینه می باشد؟

۱. شناسایی خواسته های مشتری
۲. ارائه راه حل مناسب
۳. جلب نظر مساعد مشتری
۴. تحویل محصول مورد نظر

۱۷- به مجموعه ای از مصرف کنندگان که نسبت به محصول خاص از خود علاقه لازم را نشان می دهند، چه اطلاق می شود؟

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



۱۸- مرحله دوم در فرآیند مدل پیش بینی باکس و جنکینز، کدام گزینه است؟

۱. مرحله کاربرد
۲. مرحله تعیین مدل
۳. مرحله بازخورد
۴. مرحله تخمین پارامترها

۱۹- کدام یک از مدل های زیر، در زمره مدل های کمی قرار می گیرد؟

۱. مدل آزمایش بازار
۲. مدل استفاده از نقطه نظرات مدیران
۳. مدل شبیه سازی تست بازار
۴. مدل پیش بینی با درصد تغییر

۲۰- در کدام یک از گزینه های زیر، کالای تولید شده در بازار محدودی عرضه شده و مدیران بازاریابی از طریق مشاهده واکنش مصرف کنندگان به پیش بینی فروش می پردازند؟

۱. مدل تست بازار
۲. مدل استفاده از نقطه نظرات مدیران
۳. مدل پیش بینی با درصد تغییر
۴. مدل بررسی قصد خریداران

۲۱- در سلسله مراتب اهداف یک شرکت تولیدی «افزایش بهره وری صنعت» مربوط به کدام یک از مراحل زیر است؟

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

۲۲- «نوع مشتری» و «نوع منابع انسانی» به ترتیب جزء کدام یک از عوامل موثر در طراحی سازمان می باشد؟

۱. نیروهای خارجی - نیروهای داخلی
۲. نیروهای داخلی - نیروهای داخلی
۳. نیروهای خارجی - نیروهای خارجی
۴. نیروهای خارجی - سبک های مدیریتی



تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰ زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۶۰ تشریحی: ۰ سری سوال: ۱ یک

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

۲۳- امروزه اکثر شرکت های تولیدی مواد غذایی، مواد شوینده و بهداشتی و محصولات شیمیایی صنعتی از کدام یک از انواع سازماندهی استفاده می نمایند؟

۱. سازمان عملیاتی
۲. سازمان مدیریت محصول
۳. سازمان جغرافیایی
۴. سازمان مدیریت بازر

۲۴- کدام یک از انواع برنامه های بازاریابی، از یک کاسه شدن برنامه های بازاریابی علائم تجاری (مارکها) به دست می آید؟

۱. محصولات جدید
۲. مشتریان ویژه
۳. بازار هدف
۴. خط محصول

۲۵- گامهای اساسی در برنامه ریزی، به ترتیب در کدام گزینه آمده است؟

۱. تحلیل موقعیت ها - تعیین اهداف - توسعه استراتژی ها - ایجاد هماهنگی و کنترل
۲. ایجاد هماهنگی و کنترل - تحلیل موقعیت ها - تعیین اهداف - توسعه استراتژی ها
۳. توسعه استراتژی ها - تحلیل موقعیت ها - تعیین اهداف - ایجاد هماهنگی و کنترل
۴. تعیین اهداف - تحلیل موقعیت ها - توسعه استراتژی ها - ایجاد هماهنگی و کنترل

۲۶- کدام یک از ویژگی های زیر، باعث می شود که بیمه در زمره خدمات قرار گیرد؟

۱. قابلیت استاندارد کمتر
۲. غیر قابل ذخیره بودن
۳. تاثیر پذیری از خریدار و فروشنده
۴. گذرا و موقتی بودن

۲۷- کدام یک از گزینه های زیر، نه تنها شامل پخش کنندگان و خرده فروشان کالا هستند، بلکه آنها، بانک ها و موسسات بیمه را که باعث تسهیل در انجام معاملات می شوند را نیز در بر می گیرند؟

۱. کانال های فروش
۲. کانال های ارتباطی
۳. کانال های توزیع
۴. زنجیره عرضه

۲۸- < واکنش دولت > و < هزینه های تولید و توزیع کالا > به ترتیب جزء کدام یک از عوامل موثر بر تصمیم گیری در مورد قیمت محصول می باشد؟

۱. عوامل داخلی شرکت - عوامل داخلی شرکت
۲. عوامل داخلی شرکت - عوامل محیطی
۳. عوامل محیطی - عوامل محیطی
۴. عوامل داخلی شرکت - عوامل داخلی شرکت





تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰ زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۶۰ تشریحی: ۰ سری سوال: ۱ یک

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

۲۹- در کدام یک از روش های مصاحبه های عمقی، زنجیره سوالات مطرح شده، افراد را از ویژگی های کالا به ویژگی های خریدار و مصرف کننده آن هدایت می کند تا جایی که محقق می تواند از این طریق به شبکه مفاهیم مصرف کننده دست یابد؟

۱. تکنیک سوال برای کشف مسائل پنهانی
۲. تکنیک مصاحبه نردبانی
۳. تکنیک تجزیه و تحلیل سمبلیک
۴. تکنیک تداعی عکس ها

۳۰- کدام یک از گزینه های زیر، عبارت است از یک واحد تجاری استراتژیک مهمی که با سهم بازار بالا در یک صنعت با نرخ رشد پایین، به فعالیت می پردازد؟

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





تعداد سوالات: تستی: ۳۰: تشریحی: ۰: زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۶۰: تشریحی: ۰: سری سوال: ۱: یک

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

شماره سوال	پاسخ صحیح	وضعیت کلید
۱	ب	عادی
۲	د	عادی
۳	د	عادی
۴	الف	عادی
۵	ب	عادی
۶	الف	عادی
۷	د	عادی
۸	ج	عادی
۹	الف	عادی
۱۰	د	عادی
۱۱	د	عادی
۱۲	ب	عادی
۱۳	د	عادی
۱۴	الف	عادی
۱۵	ج	عادی
۱۶	ب	عادی
۱۷	الف	عادی
۱۸	د	عادی
۱۹	د	عادی
۲۰	الف	عادی
۲۱	د	عادی
۲۲	الف	عادی
۲۳	ب	عادی
۲۴	د	عادی
۲۵	الف	عادی
۲۶	ج	عادی
۲۷	الف	عادی
۲۸	د	عادی
۲۹	ب	عادی
۳۰	د	عادی

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

