

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

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

سری سوال: یک ۱

**عنوان درس:** اصول بازاریابی، بازاریابی و مدیریت 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، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین المللی) ۱۲۱۸۱۲۲ - مهندسی مدیریت و آبادانی روستاها ۱۲۱۸۱۷۵ - مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۲۶۹ - مدیریت بازرگانی، مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۴۴۸ - مهندسی راه آهن - بهره برداری ۱۳۱۴۰۵۱

۱- هسته مرکزی بازاریابی کدام است؟

۱. معامله      ۲. تقاضا      ۳. مبادله      ۴. کالا

۲- مسیر تکاملی بازارهای امروزی به سوی کدام یک از مبادلات زیر است؟

۱. مبادله متمرکز      ۲. مبادله غیر متمرکز      ۳. مبادله بالقوه      ۴. خودکفایی

۳- نگرش کدام یک از فلسفه های زیر از بیرون به درون می باشد؟

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

۴- به بازاری اطلاق می شود که کالاهای عرضه شده در آن یکسان، متحدالشکل و همگن باشد؟

۱. رقابت کامل      ۲. انحصار کامل      ۳. رقابت انحصاری      ۴. انحصار چندجانبه

۵- کدام یک از موارد زیر در قلمرو محیط سازمانی قرار می گیرند؟

۱. انواع کالاهای مکمل و جانشین      ۲. انواع محصولات رقبا  
۳. قدرت خرید مصرف کنندگان      ۴. انواع محصولات شرکت

۶- اکثر شرکت های بزرگ در بدو ورود به بازار از کدام یک از روش های بازاریابی زیر استفاده می کنند؟

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

۷- میزان مصرف مشتریان در کدام یک از متغیرهای اصلی تقسیم بازار مورد توجه قرار می گیرد؟

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

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

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

۹- به بازاری اطلاق می شود که در آن افراد نیاز و پول کافی دارند ولی علاقه ای به خرید کالا ندارند؟

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

۱۰- مهمترین عنصر برای خرید یک محصول کدام است؟

۱. پول و امکانات      ۲. شور و اشتیاق      ۳. جذابیت محصول      ۴. خواسته و نیاز

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  
(بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین المللی) ۱۲۱۸۱۲۲ - مهندسی مدیریت و آبادانی روستاها ۱۲۱۸۱۷۵ - مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۲۶۹ - مدیریت بازرگانی، مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۴۴۸ - مهندسی راه آهن - بهره برداری ۱۳۱۴۰۵۱

۱۱- سبک و شیوه زندگی انسان ها عمدتا تحت تاثیر کدام یک از موارد زیر قرار می گیرد؟

۱. شخصیت      ۲. طبقه اجتماعی      ۳. خرده فرهنگ      ۴. جهان بینی

۱۲- به نحوه دریافت پیام های موجود در محیط توسط فرد، اطلاق می شود؟

۱. ادراک      ۲. انگیزش      ۳. یادگیری      ۴. تداعی

۱۳- به سهم بازار موسسه نسبت به بزرگترین رقیب خود در بازار اطلاق می شود؟

۱. سهم بازار نسبی      ۲. سهم بازار در دسترس      ۳. سهم بازار تسخیر شده      ۴. سهم بازار مطلق

۱۴- مدل تست بازار در پیش بینی فروش برای کدام یک از موارد زیر مناسب تر است؟

۱. برای محصولات قدیمی      ۲. برای محصول جدید      ۳. برای محصولات بی دوام      ۴. برای محصولات بی کشش

۱۵- ایجاد احتمالی تعارض و تضاد سازمانی از معایب این نوع سازماندهی می باشد؟

۱. مدیریت بازار      ۲. ماتریسی (ماتریکسی)      ۳. مدیریت محصول      ۴. عملیاتی

۱۶- سومین گام اساسی در یک برنامه ریزی کدام است؟

۱. تعیین اهداف      ۲. ایجاد هماهنگی      ۳. تحلیل جریانها      ۴. توسعه برنامه ها و استراتژی ها

۱۷- به فرآیند تبدیل برنامه ها و استراتژی های بازاریابی به عملیات بازاریابی به منظور نیل به اهداف ، اطلاق می شود؟

۱. پیاده کردن برنامه بازاریابی      ۲. اجرای استراتژی پیشنهادی      ۳. اعمال کنترل های اصلاحی      ۴. اتخاذ تدابیر مدیریتی

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

۱. تاثیرپذیری از خریدار و فروشنده      ۲. قابلیت استاندارد کمتر      ۳. غیرقابل ذخیره بودن      ۴. گذرا و موقتی بودن

۱۹- در یک سیستم ساده بازاریابی، صنعت کدام یک از موارد زیر را از بازار دریافت می کند؟

۱. ارتباطات و کالاها      ۲. کالاها و خدمات      ۳. اطلاعات و پول      ۴. پول و خدمات



سری سوال: ۱ یک

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

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

**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، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین المللی) ۱۲۱۸۱۲۲ - مهندسی مدیریت و آبادانی روستاها ۱۲۱۸۱۷۵ - مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۲۶۹ - مدیریت بازرگانی، مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۴۴۸ - مهندسی راه آهن - بهره برداری ۱۳۱۴۰۵۱

۲۰- به نسبت بین داده ها و ستاده های مشتریان اطلاق می شود؟

۱. منافع      ۲. هزینه ها      ۳. ارزش      ۴. مبادله

۲۱- کدام یک از موارد زیر جزو کانال های توزیع به حساب می آیند؟

۱. انبار      ۲. احجام هوایی      ۳. پوستر      ۴. موسسات بیمه

۲۲- 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

۲۳- کدام یک از موارد زیر باعث کسب وفاداری بیشتر مشتریان و بیمه شدن موسسه در مقابل رقبا می شود؟

۱. طرح برجسته محصول      ۲. بسته بندی جذاب و زیبا  
۳. کیفیت بالای کالا      ۴. علایم تجاری معروف و خوشنام

۲۴- مهمترین مرحله در انجام تمامی تحقیقات بازاریابی کدام است؟

۱. تعریف مسأله      ۲. تعیین اهداف      ۳. تعیین نمونه      ۴. پردازش اطلاعات

۲۵- در کدام یک از تحقیقات زیر از برنامه ریزی منسجم و طرح های ساختاریافته استفاده می شود؟

۱. تحقیقات اکتشافی      ۲. تحقیقات طولی      ۳. تحقیقات نمونه ای      ۴. تحقیقات علی

۲۶- در روش گروه های متمرکز، اگر نمونه انتخابی، نماینده واقعی جامعه نباشد، چه مشکلی ایجاد می شود؟

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

۲۷- این روش مشاهده، برای پدیده هایی مناسب است که بیشتر جنبه ارتباطی دارند؟

۱. روش تجزیه و تحلیل اثر      ۲. روش تجزیه و تحلیل محتوا  
۳. روش مشاهده مکانیکی      ۴. روش ممیزی

۲۸- در کدام یک از روش های زیر، نوآوری فقط با شنیدن گله ها و انتقادات مصرف کنندگان توسط بازاریابان به وجود می آید؟

۱. روش زنجیره مصرف      ۲. روش دلخواه  
۳. روش تجزیه و تحلیل تجاری      ۴. روش مشکل زدایی

سری سوال: ۱ یک

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

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

**عنوان درس:** اصول بازاریابی، بازاریابی و مدیریت 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  
(بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین المللی) ۱۲۱۸۱۲۲ - مهندسی مدیریت و آبادانی روستاها ۱۲۱۸۱۷۵ - مدیریت  
صنعتی ۱۲۱۸۲۶۹ - مدیریت بازرگانی، مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۴۴۸ - مهندسی راه آهن - بهره برداری ۱۳۱۴۰۵۱

۲۹- بیشترین میزان سود محصول در کدام یک از مراحل زیر ایجاد می شود؟

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

۳۰- شعار پس گرفته شدن اجناس فروخته شده، در ارتباط با کدام یک 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: ۳۰ تشریحی: ۰

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، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین المللی) ۱۲۱۸۱۲۲ - مهندسی مدیریت و آبادانی روستاها ۱۲۱۸۱۷۵ - مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۲۶۹ - مدیریت بازرگانی، مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۴۴۸ - مهندسی راه آهن - بهره برداری ۱۳۱۴۰۵۱

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

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

