

تعداد سؤالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۵
زمان آزمون: تستی: ۴۵ تشریحی: ۶۰ دقیقه
آزمون نمره منفی دارد ○ ندارد ⊗

نام درس: بازاریابی و مدیریت بازار
رشته تحصیلی و گد درس: مهندسی مدیریت و آبادانی روستاها
۱۲۱۸۱۷۵
گد سری سؤال: یک (۱)

استفاده از: — مجاز است.

امام علی^(ع): برتری مردم به یکدیگر، به دانش‌ها و خردهاست؛ نه به ثروت‌ها و تبارها.

۱. هسته مرکزی بازاریابی کدام است؟

الف. معامله ب. مبادله ج. تقاضا د. کالا

۲. کدامیک از فلسفه‌های بازاریابی می‌تواند منجر به بیماری نزدیک‌بینی بازاریابی شود؟

الف. بازاریابی اجتماعی ب. تولید ج. فروش د. کالا

۳. فلسفه فروش، در مورد کدامیک از کالاهای زیر به کار گرفته می‌شود؟

الف. دایرةالمعارف ب. کتب درسی ج. لوازم آرایشی د. مواد غذایی

۴. کدامیک از موارد زیر جزء ملاحظات سه‌گانه فلسفه بازاریابی اجتماعی نمی‌باشد؟

الف. تأمین منافع سازمان ب. تأمین رفاه جامعه

ج. تأمین خواسته‌های مصرف‌کنندگان د. تأمین سهم بیشتر بازار

۵. تغییر سن ازدواج جزء کدامیک از خصوصیات فرهنگی مؤثر بر تصمیمات بازاریابی محسوب می‌شود؟

الف. پایداری ارزش‌های فرهنگی ب. جابه‌جایی ارزش‌های فرهنگی ثانویه

ج. توجه به خرده فرهنگها د. ارتباط به فرهنگ ندارد

۶. کدامیک از موارد زیر نتیجه پیشرفت‌های تکنولوژیکی در دنیای کنونی نمی‌باشد؟

الف. کهنگی کند محصولات ب. کم شدن تعداد پرسنل مؤسسات

ج. صرفه‌جویی در مصرف مواد اولیه د. کوتاه شدن عمر محصولات

۷. عوامل مزیت استراتژیک در این عامل از عوامل تشکیل‌دهنده محیط خرد مؤسسات مورد توجه قرار می‌گیرد؟

الف. رقبا ب. تأمین کنندگان مواد اولیه

ج. جوامع د. مشتریان

۸. کدامیک از موارد زیر جزء ویژگی‌های متقاضیان بالقوه و بالفعل در بازار کالا نمی‌باشد؟

الف. علاقه‌مندی به خرید کالا ب. داشتن درآمد لازم و کافی

ج. در دسترس فروشندگان بودن د. تحرک مکانی لازم را داشتن

۹. میزان مصرف مشتریان در کدام یک از متغیرهای اصلی تقسیم بازار مورد توجه قرار می‌گیرد؟

الف. متغیرهای درونی ب. متغیرهای رفتاری ج. متغیرهای جمعیتی د. متغیرهای جغرافیایی

نام درس: بازاریابی و مدیریت بازار	تعداد سؤالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۵
رشته تحصیلی و گد درس: مهندسی مدیریت و آبادانی روستاها	زمان آزمون: تستی: ۴۵ تشریحی: ۶۰ دقیقه
۱۲۱۸۱۷۵	آزمون نمره منفی دارد ○ ندارد ⊗
گد سری سؤال: یک (۱)	استفاده از: —
	مجاز است.

۱۰. در کدام یک از مراحل سیکل عمر کالا بهتراست از استراتژی غیرتفکیکی استفاده شود؟
الف. مرحله معرفی ب. مرحله رشد ج. مرحله بلوغ د. مرحله افول
۱۱. سخن زیبای «چندگام بیشتر برداشتن برای کسانی که نقدینگی خود را به شما ارزانی می‌دارند، ارزشمند است» از کیست؟
الف. کنت بلانچارد ب. مایکل هامر ج. پارل هرسی د. آنتونی رابینز
۱۲. در عوامل مؤثر بر رفتار مصرف‌کنندگان این عامل جزء کدام عوامل روانی محسوب می‌شود؟
الف. خرده فرهنگ ب. شخصیت و تصور شخصی ج. مرحله زندگی د. باورها و عقاید
۱۳. اگر از مشاهدات ۹ سال گذشته برای پیش‌بینی فروش استفاده شود مقدار α (ضریب هموارسازی نمایی) چقدر است؟
الف. ۰/۲ ب. ۰/۳ ج. ۰/۴ د. ۰/۵
۱۴. کدام یک از مدل‌های زیر در زمره مدل‌های پیش‌بینی کمی قرار می‌گیرد؟
الف. مدل پیش‌بینی باکس و جنکینز ب. مدل شبیه‌سازی تست بازار
ج. مدل آزمایش بازار د. مدل استفاده از نقطه نظرات مدیران
۱۵. از مجموع فعالیت‌های مؤسسات بزرگ و کوچک، انتفاعی و غیرانتفاعی و خصوصی و دولتی هرکشوری تشکیل می‌شود؟
الف. نظام تجاری ب. نظام حقوقی ج. نظام بازاریابی د. نظام اجرایی
۱۶. در برنامه استراتژیک، سومین سطح سازمانی کدام است؟
الف. مدیریت محصول ب. مدیریت قسمت‌ها
ج. مدیریت واحدهای خودگردان د. مدیریت کلان
۱۷. از طریق برنامه‌ریزی، سازمان‌ها عمدتاً به دنبال کدام یک از موارد زیر هستند؟
الف. کنترل آینده خود ب. کنترل رقبا ج. افزایش سهم بازار د. افزایش میزان فروش
۱۸. کدام یک از موارد زیر به معنی برنامه می‌باشد؟
الف. اقدام بلند مدت ب. اقدام کوتاه مدت ویژه ج. اقدام استراتژیک د. اقدام رهیافتی
۱۹. کدام یک از موارد زیر جزو ویژگی‌های بیمه تلقی نمی‌شود؟
الف. گرایش بیشتر به نامرئی بودن ب. تأثیرپذیری از تفکرات عرضه‌کننده
ج. تأثیرپذیری از سایر مشتریان د. فناپذیر و غیرقابل ذخیره بودن
۲۰. کدام یک از موارد زیر، جزو ویژگی‌های خاص خدمات نمی‌باشد؟
الف. گذرا و موقتی بودن ب. غیرقابل ذخیره بودن ج. قابلیت استفاده کمتر د. قابلیت سودآوری بیشتر

تعداد سؤالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۵
زمان آزمون: تستی: ۴۵ تشریحی: ۶۰ دقیقه
آزمون نمره منفی دارد ○ ندارد ⊗

نام درس: بازاریابی و مدیریت بازار
رشته تحصیلی و گند درس: مهندسی مدیریت و آبادانی روستاها
۱۲۱۸۱۷۵
گند سری سؤال: یک (۱)

استفاده از: — مجاز است.

۲۱. نام امروزی بازار از نظر بازاریان کدام است؟

الف. مکان فیزیکی ب. خریداران ج. صنعت د. فروشندگان

۲۲. کدامیک از عناصر خطمشی محصول به دلیل اهمیت بیشتر آن گاهاً بعنوان پنجمین P بازاریابی یاد می‌شود؟

الف. بسته بندی کالا ب. نام تجاری محصول ج. طراحی محصول د. کیفیت کالا

۲۳. به یک مجموعه بی‌نظیر که نتیجه نهایی بازاریابی روابط است، اطلاق می‌شود.

الف. کانال بازاریابی ب. شبکه بازاریابی ج. زنجیره عرضه د. کانال فروش

۲۴. مرحله سوم مدل DECIDE کدام است؟

الف. مشخص کردن بهترین گزینه ب. جمع‌آوری اطلاعات مربوطه

ج. توسعه و اجرای طرح بازاریابی د. تعیین عوامل قابل کنترل و غیرقابل کنترل

۲۵. کدامیک از موارد زیر جزء مزایای روش گروههای متمرکز در جمع‌آوری اطلاعات نمی‌باشد؟

الف. هم افزایی ب. هماهنگی ج. توپ برفی د. کشف تصادفی

۲۶. کدامیک از معیارهای زیر در تعیین میزان جذابیت بازار یک واحد SBU نقش ایفا می‌کند؟

الف. اندازه واحد تجاری استراتژیک ب. قدرت مزیت ویژه واحد

ج. توانایی تحقیق و توسعه د. میزان نیاز به تکنولوژی سطح بالا

۲۷. با این استراتژی، شرکت سعی می‌کند، میزان فروش محصول فعلی خود را در بازارهای فعلی افزایش دهد.

الف. استراتژی تنوع ب. استراتژی توسعه محصول ج. استراتژی توسعه بازار د. استراتژی نفوذ در بازار

۲۸. به کاربرد یک چیز جدید ایجاد شده، کدامیک از مفاهیم زیر اطلاق می‌شود؟

الف. خلاقیت ب. نوآوری ج. کارایی د. اثربخشی

۲۹. شعارپس گرفته شدن اجناس فروخته شده، در ارتباط با کدامیک از مبانی خلاقیت و نوآوری می‌باشد؟

الف. رفاه و سازگاری ب. معکوس سازی ج. حذف نمودن د. جانشین سازی

۳۰. سومین مرحله در تولید یک محصول جدید کدام است؟

الف. غربال نمودن ایده‌ها ب. پرورش دادن ایده‌ها ج. تعیین استراتژی بازاریابی د. تجزیه و تحلیل تجاری

نام درس: بازاریابی و مدیریت بازار رشته تحصیلی و کد درس: مهندسی مدیریت و آبادانی روستاها ۱۲۱۸۱۷۵ کد سری سؤال: یک (۱)	تعداد سؤالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۵ زمان آزمون: تستی: ۴۵ تشریحی: ۶۰ دقیقه آزمون نمره منفی دارد ○ ندارد ⊗ مجاز است.
استفاده از: —	

سؤالات تشریحی

* هر سؤال ۱/۳ نمره دارد.

۱. بازاریابی سازمانی را نام ببرید.

۲. مدل‌های کمی پیش‌بینی را نام ببرید.

۳. سه مورد از زمینه‌های برنامه‌ریزی بازاریابی را نام ببرید.

۴. چهار سطح رقابت را نام ببرید.

۵. سیستم‌های توزیع را نام ببرید.