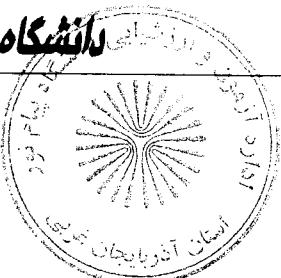


تعداد سوال: نسخه ۲۰ تکمیلی - تشریعی ۵

زمان امنان: تسفی و تکمیلی ۳۰ نفہ تشریعی ۴۵ نفہ

تعداد کل صفحات: ۳



نام درس: بازاریابی بین الملل

رشته تحصیلی-گرایش: مدیریت بازرگانی

کد لرن: ۲۸۱۴۰۶

۱. تفاوت عده در بازاریابی داخلی و بین الملل چیست؟

ب. امکانات بالفعل و بالقوه

د. فرصت ها

الف. محیط بازاریابی

ج. سطوح رقابت

۲. در کدامیک از مراحل مذاکره حرکت به سمت یک توافقنامه از طریق حل مسائل صورت می گیرد؟

ب. مرحله سوم - مذاکره تلفیقی

الف. مرحله چهارم - تصمیم گیری و اقدام

د. مرحله اول - پیش مذاکره

ج. مرحله دوم - مذاکره گسترش ده

۳. تاکتیک FAIFACCOMPLT در مذاکره چیست؟

الف. اقدام به حمله

ب. اقدامی متهورانه برای قراردادن طرفی از معامله در جایگاه برتر

ج. حمله غافلگیرانه

د. در اختیار گرفتن کنترل دستور جلسه

۴. یکی از کلیدی ترین تحولات اجتماعی - اقتصادی میراث سیاست بازرگانی (مرکانتی لیستها) کدام است؟

ب. ظهور طبقه تجار و سرمایه داران

الف. براساس قبیله، مذهب و سلطنت

د. ترویج و قبول دزدهای دریایی بود.

ج. ثروت در واقع در طلا و نقره خلاصه می شود.

۵. کدام مورد جزو صورتحساب تراز پرداختها محسوب نمی شود؟

ب. حساب دارایی های ثابت

الف. حساب جاری

د. حساب رسمی خزانه

ج. حساب سرمایه

۶. کدامیک نشان دهنده سلامت اقتصاد بین الملل یک کشور است؟

ب. پرداخت وام

الف. صادرات طلا

د. تراز پرداختها

ج. سرمایه گذاری خارجی در داخل

۷. کدام مورد از تصمیمات مهم در مورد بازاریابی بین الملل محسوب می شود؟

ب. سیاست های پولی و مالی

الف. انتخاب محل عرضه برای بازارهای خارجی

د. گزینه های الف و ج

ج. انتخاب بازارهایی برای فروش

۸. کدام گزینه صحیح نمی باشد؟

الف. سود بازرگانی نوعی مالیات غیر مستقیم است که بر واردات قطعی کالا در یک زمان مشخص تعلق می گیرد.

ب. سود بازرگانی مصوبه مجلس شورای اسلامی است.

ج. متدالترین محدودیت برای واردات کالاهای خارجی تعریف گمرکی است.

د. الف و ج

۹. کاملترین وسیله نظارت بر تجارت خارجی کدامست؟

ب. تعرفه های گمرکی نامرئی

الف. کنترل ارز

د. عوارض گمرکی

ج. سود بازرگانی

۱۰. ی های اقتصادی ECO محسوب نمی شود؟

د. ترکمنستان

ج. تاجیکستان

ستان

برترین مرکز فروش نمودهای از مدرسه تا گربه پاچمارتی و تیغه خرید و فروش کتابهای دانشگاه پیام نور. ارائه کلیه خدمات دانشجویی

