

نام درس: بازار یابی و مدیریت بازار - اصول بازار یابی

تعداد سؤالات: ۴

تکمیلی

نشریحی ۵

رشته تحصیلی: گرایش: بازرگانی - صنعتی (طرح تجميع رشته صنعتی) - مهندسی صنایع زمان امتحان: تستی و تکمیلی ۳۰ دقیقه

نشریحی ۴۵ دقیقه

کلاس درس: بازرگانی: ۲۸۱۲۳۹ - صنعتی: ۱۳۲۲۲۴ - (طرح تجميع رشته صنعتی: ۱۳۲۵۵۶) - مهندسی صنایع: ۲۶۴۳۷۲

توجه: این سؤال برای دانشجویان طرح تجميع رشته مدیریت بازرگانی نمی باشد.

۱. به نظر پیتر دراگر، از دیدگاه مشتریان، بازاریابی در بر گیرنده کدامیک از فعالیتهای زیر در سازمان می باشد؟
 - الف. فعالیتهای فروش
 - ب. همه فعالیتهای یک سازمان
 - ج. فعالیتهای توزیع
 - د. فعالیتهای مدیریت بازار
۲. کدامیک از موارد زیر به ترتیب، هسته مرکزی بازاریابی و واحد اندازه گیری بازاریابی می باشند؟
 - الف. معادله - بازار
 - ب. خواسته - مبادله
 - ج. بازار - کالا
 - د. مبادله - معامله
۳. زمانی که برای کالاها و خدمات عرضه شده شرکت، تقاضای منفی وجود داشته باشد از چه شیوه بازاریابی استفاده می شود؟
 - الف. بازاریابی تبدیلی
 - ب. بازاریابی انگیزشی
 - ج. بازاریابی حفاظتی
 - د. بازاریابی مجدد
۴. بحث مربوط به بازپروری بیشتر کالاها و خدمات با استفاده مجدد آنها در تولید کالاها و خدمات دیگر در کدامیک از بازارهای زیر مطرح می شود؟
 - الف. بازارهای دولتی
 - ب. بازارهای واسطه
 - ج. بازارهای صنعتی
 - د. بازارهای مصرفی
۵. گروههای حفاظت از محیط زیست جزو کدامیک از جوامع زیر محسوب می شوند؟
 - الف. جوامع عمومی
 - ب. جوامع شهروند
 - ج. جوامع محلی
 - د. جوامع رسانه ای
۶. وضعیت مصرفی استفاده کنندگان از کالاها و خدمات و میزان وفاداری، عقاید و طرز تلقی های آنان در کدامیک از تقسیم بندیهای زیر جای می گیرد؟
 - الف. تقسیم بندی جغرافیایی
 - ب. تقسیم بندی جمعیتی
 - ج. تقسیم بندی روانی
 - د. تقسیم بندی رفتاری
۷. ارتباط متقابل بین کیفیت خدمات، وفاداری مشتری، سود شرکت و رضایت کارکنان بیانگر کدامیک از موارد زیر است؟
 - الف. زنجیر، خدمت - کیفیت
 - ب. زنجیر، کیفیت - رضایت
 - ج. زنجیر، خدمت - سود
 - د. زنجیر، رضایت - وفاداری
۸. کدامیک از روش های زیر برای شناسایی و ارضاء نیازهایی بکار می رود که روشن و آشکار بوده و نمود عینی دارند؟
 - الف. بازاریابی واکنشی
 - ب. بازاریابی پیش بینی
 - ج. بازاریابی نیاز آفرین
 - د. بازاریابی انگیزشی
۹. باورها و یادگیری جزو کدامیک از عوامل موثر بر رفتار مصرف کننده می باشند؟
 - الف. عوامل شخصی
 - ب. عوامل اجتماعی
 - ج. عوامل روانی
 - د. عوامل فرهنگی
۱۰. مجموعه خریدارانی که در مقطع زمانی مورد نظر کالای یک شرکت و کالای مشابه موسسات رقیب را خریداری نموده اند، بیانگر چه بازاری می باشند؟
 - الف. بازار هدف
 - ب. بازار تسخیر شده
 - ج. بازار در دسترس
 - د. بازار در دسترس واجد شرایط
۱۱. کدامیک از مدل های پیش بینی زیر، علاوه بر عامل روند بلند مدت در سریهای زمانی به تغییرات فصلی و تصادفی نیز توجه دارد؟
 - الف. مدل نموهموار ساده
 - ب. مدل میانگین متحرک موزون
 - ج. مدل باکس و جنکینز
 - د. مدل دلفی
۱۲. کدامیک از گزینه های زیر، بهترین و مهمترین شیوه، برای دست و پنجه نرم کردن با دنیای غیر قابل پیش بینی می باشد؟
 - الف. هدف گذاری
 - ب. برنامه ریزی
 - ج. سازماندهی
 - د. انعطاف پذیری