

نام درس: بازاریابی و مدیریت بازار
رشته تحصیلی/ گد درس: مهندسی مدیریت و آبادانی روستاها (۱۲۱۸۱۷۵)
تعداد سوالات: تستی: ۲۵ تشریحی: ۵
زمان آزمون: تستی: ۴۵ تشریحی: ۴۵ دقیقه
آزمون نمره منفی دارد ○ ندارد ⊗

گد سری سوال: یک (۱) استفاده از: --- مجاز است. --- منبع: ---

پیامبر اعظم (ص): روزه سیر آتش جهنم است.

۱. بازاریابی یک فرایند است.
 - الف. مدیریتی- اقتصادی ب. اقتصادی- اجتماعی ج. مدیریتی- اجتماعی د. تجاری- اجتماعی
۲. در حالت وجود تقاضای منفی و تقاضای متزلزل وظیفه مدیریت بازاریابی به ترتیب چه می باشد؟
 - الف. توسعه تقاضا- حفظ تقاضا ب. انحلال تقاضا- معکوس کردن تقاضا
 - ج. معکوس کردن تقاضا- رونق دادن تقاضا د. توسعه تقاضا- همزمان کردن تقاضا
۳. کدامیک از فلسفه های مدیریت بازاریابی می تواند منجر به "نزدیک بینی بازاریابی" شود؟
 - الف. فلسفه تولید ب. فلسفه کالا ج. فلسفه فروش د. فلسفه بازاریابی
۴. کدامیک از ویژگیهای بازار رقابت کامل نمی باشد؟
 - الف. تعداد زیاد خریدار و فروشنده ب. تعیین قیمت
 - ج. آزادی ورود و خروج به بازار د. عدم وجود سود در بلندمدت
۵. بازار رقابت انحصاری از چه جهت به بازار انحصار کامل شبیه است؟
 - الف. تعداد اندک تولیدکنندگان ب. تعیین قیمت
 - ج. ناهمگنی کالاهای تولیدی د. عدم امکان ورود و خروج آزادانه به این بازار
۶. فعالیت کارتها در کدام بازار صورت می گیرد؟
 - الف. بازار انحصار کامل ب. بازار رقابت انحصاری
 - ج. بازار رقابت کامل د. بازار انحصار چندجانبه
۷. یکی از مهمترین نیروهای اثرگذار بر سرنوشت انسانها می باشد.
 - الف. نیروهای تکنولوژیکی ب. نیروهای اقتصادی
 - ج. نیروهای طبیعی د. نیروهای جمعیت شناختی
۸. کدامیک از واسطه های بازاریابی، به مؤسسات در زمینه تحقیقات بازار کمک می کند؟
 - الف. دلالان ب. واسطه های مالی ج. آژانسهای خدمات بازاریابی د. واحدهای توزیع فیزیکی
۹. شناسایی بازارهای نامتجانس در سیر تکاملی کدامیک از تقسیمات بازاری است؟
 - الف. بازاریابی تفکیکی ب. بازاریابی انبوه ج. بازاریابی متمرکز د. بازاریابی یکنواخت
۱۰. متداول ترین روش تقسیم بندی بازار کدام است؟
 - الف. تقسیم جغرافیایی ب. تقسیم جمعیتی ج. تقسیم روانی د. تقسیم رفتاری
۱۱. چرا در استراتژی بازاریابی یکسان شرکت جایگاه مستحکمی در بین خریداران ندارد؟
 - الف. وسیع بودن سطح عرضه کالا ب. پر هزینه بودن این نوع استراتژی
 - ج. عدم توجه به خواسته های گروههای مختلف خریداران د. نبود تبلیغات برای فروش

نام درس: بازاریابی و مدیریت بازار
رشته تحصیلی/ گد درس: مهندسی مدیریت و آبادانی روستاها (۱۲۱۸۱۷۵)
تعداد سوالات: تستی: ۲۵ تشریحی: ۵
زمان آزمون: تستی: ۴۵ تشریحی: ۴۵ دقیقه
آزمون نمره منفی دارد ○ ندارد ⊗

گد سری سؤال: یک (۱)

استفاده از: ---

مجاز است.

منبع: ---

۱۲. در کدام نوع بازار افراد پول کافی برای خرید کالای عرضه شده را ندارند؟

الف. بازار محتمل ب. بازار بالقوه ج. بازار پنهان د. بازار فعال

۱۳. در کدام بازاریابی نیاز به طور صریح خود را نشان نداده است؟

الف. بازاریابی پیش بین ب. بازاریابی نیاز آفرین ج. بازاریابی واکنشی د. مورد الف و ج

۱۴. مهمترین عامل در جلب رضایت مشتریان چه می باشد؟

الف. صمیمیت بعد از فروش ب. بی عیب بودن محصولات

ج. توجه و تأمین انتظارات آنان د. قیمت مناسب

۱۵. کدامیک جزو عوامل روانی مؤثر بر خرید و رفتارهای مصرفی افراد نمی باشد؟

الف. ادراک ب. سواد ج. انگیزه د. باورها

۱۶. بازاریابی واکنشی برای شناسایی و ارضای کدام یک از نیازها است؟

الف. نیازهای در حال بروز ب. نیازهای پنهان

ج. نیازهای روشن د. نیازهای واقعی

۱۷. مدل های ARIMA در کدام مدل پیش بینی بکار می رود؟

الف. مدل پیش بینی با درصد تغییر ب. مدل پیش بینی باکس جنکینز

ج. مدل پیش بینی اقتصادسنجی د. مدل پیش بینی بدون تغییر

۱۸. متداول ترین ساختار سازمانی مخصوص دواير و شعب می باشد.

الف. سازمان جغرافیایی ب. سازمان عملیاتی

ج. سازمان مدیریت محصول د. سازمان مدیریت بازار

۱۹. کدامیک از عوامل زیر پیاده کردن برنامه بازاریابی را با مشکل مواجه نمی کند؟

الف. دخالت بیشتر مدیران مسئول اجرایی ب. اولویت بندی نادرست اهداف به لحاظ زمانی

ج. مقاومتهای طبیعی انسان در مقابل تغییر د. عدم وجود برنامه مشخص برای اجرا

۲۰. کدامیک در زمره آمیزه بازاریابی نمی باشد؟

الف. قیمت ب. مکان توزیع ج. زمان توزیع د. پیشبرد فروش

۲۱. کدامیک سبب کسب وفاداری بیشتر مشتریان و بیمه آنها در مقابله رقیبان می شود؟

الف. بسته بندی کالا ب. علائم و اسامی تجاری معروف

ج. طرح کالا د. همه موارد

۲۲. اولین و مهمترین مرحله در اجرای هر نوع طرح تحقیقاتی می باشد.

الف. تعیین اهداف ب. جمع آوری اطلاعات ج. تعریف مسئله د. تهیه گزارش نهایی

۲۳. کدام تکنیک به تکنیک ساخت معروف است؟

الف. تشریح ب. تداعی عکسها ج. تکمیل د. ارتباط

نام درس: بازاریابی و مدیریت بازار
رشته تحصیلی/ گد درس: مهندسی مدیریت و آبادانی روستاها (۱۲۱۸۱۷۵)
تعداد سوالات: تستی: ۲۵ تشریحی: ۵
زمان آزمون: تستی: ۴۵ تشریحی: ۴۵ دقیقه
آزمون نمره منفی دارد ☐ ندارد ☒

گد سری سؤال: یک (۱) استفاده از: --- مجاز است. --- منبع: ---

۲۴. هدایت برنامه ها و خط مشی های بازاریابی از وظایف اصلی کدام سیستم بازاریابی است؟

الف. سیستم کنترل بازاریابی

ب. سیستم سازمانی بازاریابی

ج. سیستم برنامه ریزی بازاریابی

د. سیستم اطلاعات بازاریابی

۲۵. در کدام استراتژی رشد مؤسسات دست به ریسک بالاتری می زنند؟

الف. نفوذ در بازار

ب. تنوع

ج. توسعه محصول

د. توسعه بازار

سوالات تشریحی

* بارم هر سؤال ۱/۳ می باشد.

۱. تست بازاریابی استاندارد که برای آزمایش بازاریابی به کار می رود را توضیح دهید.

۲. چهار مورد از مزایای روش گروههای متمرکز که در روشهای جمع آوری اطلاعات می باشد را نام ببرید.

۳. وجوه متمایز کننده کالا و خدمت توسط بازاریابان را نام ببرید.

۴. سطوح سازمانی و برنامه ریزی استراتژیک در بازاریابی را معرفی نمایید.

۵. ویژگیهای مجموعه خریداران بالقوه و بالفعل چه می باشد. ۴ مورد