

نام درس: شیوه‌های بازاریابی و مشارکت دادن بخش خصوصی در تربیت بدنی و ورزش
رشته تحصیلی / کد درس: تربیت بدنی (۱۲۱۵۱۷۸)

تعداد سؤالات: تستی: ۳۰ تشریحی: —
زمان آزمون: تستی: ۵۰ تشریحی: — دقیقه
آزمون نمره منفی دارد ○ ندارد ⊗

کد سری سؤال: یک (۱) استفاده از: — مجاز است. منبع: مدیریت بازاریابی ورزش

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

۱. عبارات «اجرای کار درست» و «اجرای درست کار» به ترتیب به چه مفاهیمی اشاره دارد؟
الف. کارائی، اثربخشی ب. کارائی، کارائی ج. اثربخشی، اثربخشی د. اثربخشی، کارائی
۲. به نظر آدام اسمت به‌ترین شاخص سنجش ثروت یک کشور چه می‌باشد؟
الف. منابع طبیعی زیرزمینی ب. تولید ناخالص
ج. موانع درآمد سرانه هر فرد د. تولید کالا
۳. وجه مشترک سازمانهای موفق کدامند؟
الف. توجه ویژه به مشتری دارند. ب. توجه خاص به درآمد خالص دارند.
ج. توجه خاص به رقابت در بازار دارند. د. توجه خاص به جذب نیروی کار متخصص دارند.
۴. هنگامی روی می‌دهد که سازمان ورزشی در صدور قروچ محصولات و خدماتش باشد.
الف. بازاریابی از طریق ورزش ب. بازاریابی ورزشی
ج. بازاریابی مستقیم د. بازاریابی تجاری ورزشی
۵. کدام گزینه در ارتباط با تعریف بازاریابی، صحیح نیست؟
الف. بازاریابی، مفهوم قدیمی یعنی فروش محصول
ب. بازاریابی، مفهوم نوین یعنی برآوردن نیازهای مشتری
ج. بازاریابی عبارت است از تأمین رضایت مشتری به شیوه‌ای چند جانبه
د. بازاریابی نوعی فرایند اجتماعی و مدیریتی
۶. کدام گزینه جزء ارکان اساسی نوین بازاریابی نیست؟
الف. شرکت‌های بازاریابی ب. شرکت‌های رقیب
ج. شرکت‌های واسطه در بازاریابی د. شرکت‌های عرضه کننده مواد
۷. در ارتباط با مشتری در مفهوم بازاریابی کدام گزینه صحیح نیست؟
الف. مشتری مهمترین فرد در یک شرکت محسوب می‌شود.
ب. هیچ کس در بحث مشتری برنده نمی‌شود.
ج. مشتری مانع کار ما نیست بلکه هدف کار ماست.
د. مشتری به ما وابسته است.
۸. جمله «تا شما راضی نشوید ما راضی نمی‌شویم» بیشتر بر کدام گزینه دلالت دارد؟
الف. تأمین رضایت مشتریان ب. تأمین رضایت مشتریان به نحو ممکن
ج. تأمین رضایت مشتریان به نحو مطلوب د. تأمین رضایت مشتریان به نحو مطلوب‌تر از رقبا

نام درس: شیوه‌های بازاریابی و مشارکت دادن بخش خصوصی در تربیت بدنی و ورزش
رشته تحصیلی/گد درس: تربیت بدنی (۱۲۱۵۱۷۸)

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: —
زمان آزمون: تستی: ۵۰ تشریحی: — دقیقه
آزمون نمره منفی دارد ○ ندارد ⊗

گد سری سؤال: یک (۱) استفاده از: — مجاز است. منبع: مدیریت بازاریابی ورزش

۹. کدام گروه‌ها بطور مستقیم یا غیر مستقیم در رفتار شخص و خانواده مؤثر می‌باشند؟
الف. گروه‌های عطف (مرجع)
ب. گروه‌های حرفه‌ای
ج. گروه‌های محل اشتغال
د. گروه‌های خانوادگی و دوستان
۱۰. کدام گزینه جزء ترکیب بازاریابی نیست؟
الف. product
ب. price
ج. plate
د. promotion
۱۱. آن دسته از کالاهای خدمات مصرفی که معمولاً با حداقل مقایسه و تلاش مشتری بطور عادی و سریع خریده می‌شوند را چه می‌نامند؟
الف. کالاهای مقایسه‌ای
ب. کالاهای اختصاصی
ج. کالاهای راحتی
د. کالاهای مصرفی
۱۲. چاپ خبرنامه هفتگی در رشته‌های ورزشی مختلف مربوط به کدام گزینه می‌باشد؟
الف. آموزش
ب. امور فرهنگی
ج. امور پژوهشی و تحقیقات
د. امور بازاریابی
۱۳. هنگامی که دو یا چند شرکت همسطح برای بهره‌وری بیشتر از فرصت‌های جدید بازار با هم متحد می‌شوند، کدام شکل از کانال‌های توزیع را معرفی می‌کنند؟
الف. سیستم‌های بازاریابی افقی
ب. سیستم‌های بازاریابی چند کاناله
ج. سیستم بازاریابی عمودی
د. سیستم بازاریابی عمودی
۱۴. عبارت «مصرف اسپاگتی آلمانی‌ها و فرانسوی‌ها دو برابر ایتالیایی‌هاست» در ارتباط با کدام گزینه است؟
الف. محیط اجتماعی
ب. محیط اقتصادی
ج. محیط فرهنگی
د. رفتار تغذیه‌ای
۱۵. در شرایط تقاضای منفی چه نوع مدیریت بازاریابی اعمال می‌گردد؟
الف. بازاریابی پرورشی
ب. بازاریابی تبدیلی
ج. بازاریابی تعدیلی
د. بازاریابی مقابله‌ای
۱۶. کدام یک از گزینه‌های زیر بر محیط بازاریابی کلان دلالت ندارد؟
الف. واسطه‌های بازاریابی
ب. محیط فرهنگی
ج. محیط فناوری
د. جمعیت شناسی
۱۷. سهم صنعت ورزش از GDP (تولید ناخالص) کشورها چند درصد است؟
الف. ۲-۱/۵ درصد
ب. ۱/۵-۰/۵ درصد
ج. ۲-۰/۵ درصد
د. ۵-۰/۵ درصد
۱۸. در ارتباط با بازاریابی توریسم ورزشی و توریسم سنتی کدام گزینه صحیح نمی‌باشد؟
الف. بعلت ماهیت غیر قابل انعطاف پذیر بودن محصول توریسم ورزشی قابلیت پاسخ به نیازها وجود ندارد.
ب. محصولات توریسم ورزشی ملموس می‌باشند.
ج. تغییر نگرش و نیازها موجب ناپایداری و عدم ثبات بازار توریسم ورزشی می‌شوند.
د. بعلت ماهیت پیچیده بازار توریسم ورزشی توسعه موفقیت آمیز یک محصول و ارائه قیمت مناسب بر آن محصول مشکل ایجاد می‌کند.
۱۹. تمایل و گرایش به مشتری و بازار - ایجاد و افزایش سهم بازار، با کدام ابعاد بازاریابی مرتبط می‌باشند؟
الف. بازارشناسی - بازار گرای
ب. بازار گرای - بازاریابی
ج. بازار گرای - بازار سازی
د. بازار گرای - بازار داری

نام درس: شیوه‌های بازاریابی و مشارکت دادن بخش خصوصی در تربیت بدنی و ورزش
رشته تحصیلی/گد درس: تربیت بدنی (۱۲۱۵۱۷۸)

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: —
زمان آزمون: تستی: ۵۰ تشریحی: — دقیقه
آزمون نمره منفی دارد ○ ندارد ⊗

گد سری سؤال: یک (۱) استفاده از: — مجاز است. منبع: مدیریت بازاریابی ورزش

۲۰. بر اساس آمارهای ارائه شده در کتاب، سهم ورزش از GDP کدام کشور بیشتر است؟
الف. استرالیا ب. کانادا ج. آمریکا د. انگلستان
۲۱. کم بودن سهم صنعت ورزش از تولید ناخالص ملی در ایران به چه دلیل می‌باشد؟
الف. عدم استقبال از ورزش ب. گران بودن امکانات ورزشی
ج. درآمدهای حاصل از نفت د. در دسترس نبودن فضاهای ورزشی
۲۲. در تعریفی که چنان در همکارانش از صنعت ورزش داشتند، منظور از زیرساخت‌های ارتباطی اولیه چه بود؟
الف. سرانه ورزشی ب. GDP (تولید ناخالص ملی)
ج. تجهیزات ورزشی د. مدیران ورزشی
۲۳. کدام گزینه جزء بخشهای صنعت ورزشی آمریکا نمی‌باشد؟
الف. محصولات ورزشی ب. ورزش‌های تفریحی ج. سازمان‌های حمایت کننده د. بخش عملکرد ورزشی
۲۴. کدام گزینه در ارتباط با اثرات اقتصادی صنعت ورزش صحیح نمی‌باشد؟
الف. نقل و انتقالات بازیکنان، صدور فرم فروش بلیط جزء اصلی ترین محصول این صنعت است.
ب. اثرات اقتصادی رویدادهای ورزشی (هزینه‌های تماشاچیان، ایجاد فرصت‌های شغلی و ...) تغییراتی بر اقتصاد کشورها ایجاد می‌کند.
ج. جذب حامیان مالی از دستاوردهای رویدادهای ورزشی در این صنعت می‌باشد.
د. صنعت ورزش در تولید ناخالص ملی (GDP) نقشی ندارد.
۲۵. بر اساس آمار بیشترین درآمد حاصل از المپیک آتلانتا مربوط به کدام گزینه است؟
الف. حامیان مالی ب. فروش بلیط ج. حق پخش تلویزیونی د. مجوزها
۲۶. نقطه سربه سر در بازاریابی مربوط به کدام گزینه است؟
الف. توزیع کالا ب. قیمت گذاری ج. هزینه‌ها د. تقاضا
۲۷. کدامیک از ویژگی‌ها، مربوط به ویژگی‌های محصول ورزش نمی‌باشد؟
الف. زود گذر بودن ب. غیر ملموس بودن نتیجه
ج. ثبات پایداری د. هم محصول مصرفی است و هم صنعتی
۲۸. کدام گزینه بر ویژگی‌های محصولات ورزشی دلالت دارد؟
الف. حواشی جدید رقابتی ب. جذابیت اجتماعی ج. وحدت عمومی د. مشتریان متخصص
۲۹. برای تخمین GDP ورزش به نظر «آهلرت» کدام روش توصیه می‌شود؟
الف. روش تولید ب. روش هزینه ج. روش درآمد د. روش درآمد و هزینه
۳۰. به نظر رابرت میرز مدیریت شرکت (Reebok) امروزه بازار در اختیار کدام عامل است؟
الف. ورزش، مد، موسیقی ب. ورزش، تجارت، موسیقی
ج. ورزش، تبلیغات، بازاریابی د. رویدادهای ورزشی، تجارت الکترونیکی و بازاریابی