

تعداد سؤال: ۲۰ نمره: ۲۰ تکمیلی - تشریحی ۵

نام درس: مدیریت بازار و بازاریابی

رشته تحصیلی: گرایش: مدیریت بازرگانی

کد درس: ۲۸۱۲۳۹

زمان امتحان: تئوری و تکمیلی ۳۰ دقیقه تشریحی ۴۰ دقیقه

[استفاده از ماشین حساب مجاز نیست ☆ سوالات تئوری نمره منفی دارد]

تعداد کل صفحات: ۲

نیمسال دوم ۸۲-۸۳

۱. کدامیک از مراحل تکامل بازاریابی را نقطه عطفی در گسترش فعالیتهای بازار آزاد بازرگانی می دانند؟
الف. تقسیم مازاد کار توسط قبایل
ب. بوجود آمدن و تکامل پول در بازار
ج. بوجود آمدن بازارهای محلی
د. آقای مازلو نیازهای انسانی را به چند طبقه تقسیم نموده است؟
۲. الف. پنج طبقه
ب. سه طبقه
ج. چهار طبقه
د. شش طبقه
۳. کدامیک از وظایف بازاریابی زیر، در مورد تقاضای نهان به کار می رود؟
الف. رونق دادن تقاضا
ب. کاهش تقاضا
ج. انحلال تقاضا
د. توسعه تقاضا
۴. حالتی که در آن تقاضای محصور یا خدمتی کمتر از عرضه باشد، کدامیک از بازاریابی های زیر به کار می رود؟
الف. بازاریابی توسعه ای
ب. بازاریابی انحصاری
ج. بازاریابی مجدد
د. عدم بازاریابی
۵. مؤسسه تجاری جزو کدامیک از محیط های زیر می باشد؟
الف. محیط حقوقی
ب. محیط خرید
ج. محیط اقتصادی
د. محیط فرهنگی
۶. در کدام مرحله از مراحل سیکل بازار خدمات پس از فروش افزایش می یابد؟
الف. مرحله اول-رشد
ب. مرحله دوم-بلوغ
ج. مرحله سوم-کاهش فروش
د. مرحله چهارم-اشباع کالا
۷. خریداران در امر خرید باید واجد کدامیک از ویژگیهای زیر باشند؟
الف. علاقه - درآمد - دسترسی
ب. بلوغ - آگاهی - علاقه
ج. بلوغ - آگاهی - رضایت
د. علاقه - درآمد - بلوغ
۸. مذهب و نژاد جزو کدامیک از متغیرهای اصلی در مورد مقطعی کردن بازار می باشند؟
الف. متغیرهای جغرافیایی
ب. متغیرهای روان سنجی
ج. متغیرهای رفتاری
د. متغیرهای دموگرافی
۹. اگر مؤسسه بازرگانی تعداد مشخصی از بخشهای بازار را انتخاب کند و برای هر بخش کالایی تولید عرضه نماید، از چه روشی استفاده می کند؟
الف. بازاریابی تفکیکی
ب. بازاریابی غیرتفکیکی
ج. بازاریابی مقطعی
د. بازاریابی تمرکزی
۱۰. ویژگیهای مصرف کننده و بازار مصرف کننده به چند عامل بستگی دارند؟
الف. سه عامل
ب. چهار عامل
ج. دو عامل
د. پنج عامل
۱۱. در کدامیک از گزینه های زیر ارتباطات کامل وجود دارد؟
الف. کشورهای در حال توسعه
ب. کشورهای صنعتی
ج. کشورهای فراصنعتی
د. کشورهای عقب افتاده
۱۲. کدامیک از موارد زیر را مشتری هنگام خرید در اختیار فروشنده قرار می دهد و ارزش آن شاید کمتر از پول نیست؟
الف. محصول
ب. انرژی
ج. زمان
د. اطلاعات
۱۳. کدامیک از گزینه های زیر، مرحله آخر تولید و ارائه کالای جدید می باشد؟
الف. ارائه ایده های نوین
ب. تولید و عرضه کالا در بازار
ج. تجزیه و تحلیل تجاری
د. آزمایش بازار

تعداد سؤال: ۲۰ نمره: ۲۰ تکمیلی - تشریحی ۵

نام درس: مدیریت بازار و بازاریابی

رشته تحصیلی: گرایش: مدیریت بازرگانی

کد درس: ۲۸۱۲۳۹

زمان امتحان: تئوری و تکمیلی ۳۰ دقیقه تشریحی ۴۰ دقیقه

[استفاده از ماشین حساب مجاز نیست ☆ سوالات تستی نمره منفی دارد]

تعداد کل صفحات: ۲

نیمسال دوم ۸۲-۸۳

۱۴. مقدار فروش موردنظر برای یک خط تولید، یک شعبه مؤسسه و یا یک نماینده فروش در ارتباط با کدامیک از گزینه‌های زیر می‌باشد؟

الف. بودجه فروش ب. پتانسیل فروش ج. سهمیه فروش د. رشد فروش

۱۵. در کدامیک از دوره‌های ماتریس رشد - سهم بازار بوستون، سهم بازار کم و رشد زیاد است؟

الف. نقدینگی ب. زوال ج. سوال د. ستاره

۱۶. کدامیک از ابزارهای زیر، منظم‌اً در اختیار مدیران قرار می‌گیرد؟

الف. نیاز مصرف‌کنندگان ب. سیاستهای دولت ج. وضعیت رقبا د. فروش فصلی

۱۷. کدامیک از گزینه‌های زیر از مزایای روش مشاهده می‌باشد؟

الف. در مشاهده نیاز به همکاری افراد وجود ندارد. ب. هزینه مشاهده در سطح پایین است.

ج. مشاهده روش استاندارد و یکتا است. د. در مشاهده سطح استنباط در سطح بالایی قرار دارد.

۱۸. کدامیک از گزینه‌های زیر جزو ارکان مذاکرات بازاریابی نمی‌باشد؟

الف. هدف ب. روشها ج. افراد د. رسالت

۱۹. کدامیک از عوامل ارتباط، باعث حفظ و نگهداری شهرت یک شرکت در بازار می‌شود؟

الف. روابط عمومی ب. ترویج ج. فروش شخصی د. تبلیغات

۲۰. نیروی تخریب‌کننده برای بازاریاب در محیط اقتصادی کدامیک از گزینه‌های زیر می‌باشد؟

الف. رکود ب. تورم ج. کمبود د. رقابت ضعیف

سوالات تشریحی

۱. مقاطع بازار برای داشتن حداکثر سودمندی باید چه مشخصاتی را داشته باشند؟

۲. مراحل استفاده از روش آزمایش بازار جهت پیش‌بینی تقاضا را بیان نمایید.

۳. موانع اجرای موفقیت‌آمیز برنامه‌ها را نام ببرید؟

۴. متداولترین روشهای تعیین بودجه تبلیغات را نام برده و یکی را به دلخواه شرح دهید.

۵. چهار مورد از موارد مهمی که در مذاکرات بازاریابی باید به آن توجه شود را بنویسید.