

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۴۵ تشریحی: ۰

سری سوال: یک ۱

درس: بازاریابی و مدیریت بازار

رشته تحصیلی/کد درس: مهندسی مدیریت و آبادانی روستاها(چندبخشی) ۱۲۱۸۱۷۵

۱- به حالت محرومیت احساس شده در فرد که این محرومیت، آرامش و تعادل آدمی را بر هم زده و در او انگیزه ای برای ارضای آن پدید می آورد چه گفته می شود.

۱. خواسته ۰۲. تقاضا ۰۳. کالا ۰۴. نیاز

۲- کدام نوع بازاریابی به منظور پاسخگویی به تقاضای نهان یا پنهان مصرف کننده بالقوه به کار گرفته می شود

۱. بازاریابی انگیزشی ۰۲. بازاریابی توسعه ای ۰۳. بازاریابی مجدد ۰۴. بازاریابی تبدیلی

۳- نگرش کدامیک از فلسفه های زیر از بیرون به درون می باشد؟

۱. فلسفه فروش ۰۲. فلسفه تولید ۰۳. فلسفه بازاریابی ۰۴. فلسفه کالا

۴- کدامیک از فلسفه های بازاریابی می تواند منجر به بیماری نزدیک بینی بازاریابی شود؟

۱. بازاریابی اجتماعی ۰۲. فروش ۰۳. تولید ۰۴. کالا

۵- بزرگترین و متنوع ترین بازار سازمانی کدام است؟

۱. بازار دولتی ۰۲. بازار واسطه ۰۳. بازار صنعتی ۰۴. بازار پول و سرمایه

۶- بحث مربوط به باز پروری بیشتر کالاها و خدمات با استفاده مجدد از آنها در تولید کالاها و خدمات دیگر در کدامیک از بازارهای زیر مطرح می شود؟

۱. بازارهای دولتی ۰۲. بازارهای واسطه ۰۳. بازارهای مصرفی ۰۴. بازارهای صنعتی

۷- به مجموعه شرایطی که تصمیمات بازاریابی باید با توجه به آنها اتخاذ گردیده و عملیات بازاریابی بر اساس آنها انجام پذیرد چه گفته می شود؟

۱. محیط بازاریابی ۰۲. تجزیه و تحلیل محیط ۰۳. محیط اداری ۰۴. محیط خطی

۸- شرکتی که برای همه ی مشتریان خود فقط یک نوع کالا عرضه می کنند از چه نوع بازاریابی استفاده می کنند؟

۱. بازاریابی متمرکز ۰۲. بازاریابی انبوه ۰۳. بازاریابی هدفداری ۰۴. بازاریابی تفکیکی

۹- علت متداول تر بودن روش تقسیم بازار بر اساس متغیر جمعیتی نسبت به سایر روش ها چیست؟

۱. سهولت اندازه گیری متغیرهای مربوطه ۰۲. نقش تعیین کننده آنها در میزان مصرف مشتری ۰۳. هزینه های خیلی پایین این روش ۰۴. موارد الف و ب صحیح است

۱۰- در کدامیک از مراحل سیکل عمر کالا بهتر است از استراتژی غیر تفکیکی استفاده شود

۱. مرحله معرفی ۰۲. مرحله رشد ۰۳. مرحله بلوغ ۰۴. مرحله افول

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۴۵ تشریحی: ۰

سری سوال: ۱ یک

درس: بازاریابی و مدیریت بازار

رشته تحصیلی/کد درس: مهندسی مدیریت و آبادانی روستاها (چندبخشی) ۱۲۱۸۱۷۵

۱۱- مهمترین عنصر برای خرید یک محصول کدام است؟

۱. پول وامکانات ۲. خواسته و نیاز ۳. شور و اشتیاق ۴. جذابیت محصول

۱۲- تبلیغ انواع بیمه های عمر در راستای توجه به کدامیک از نیاز های افراد صورت می گیرد؟

۱. نیازهای فیزیولوژیکی ۲. نیازهای اجتماعی
۳. نیازهای تامین و امنیت ۴. نیازهای خودیابی

۱۳- در فرمول تعیین سهم بازار الفا (α) نشان دهنده کدامیک از موارد زیر است

۱. درصد اثر بخشی فعالیتها ۲. میزان کشش سهم بازار
۳. میزان فعالیتهای بازاریابی ۴. ترکیب بازار

۱۴- مرحله ی دوم در فرایند مدل پیش بینی باکس و جنگینز کدام است؟

۱. مرحله ی کاربرد ۲. مرحله ی تخمین پارامترها
۳. مرحله تعیین مدل ۴. مرحله بازخورد

۱۵- کدامیک از روشهای پیش بینی زیر نسبت به بقیه پر هزینه می باشد؟

۱. تست بازار ۲. شبیه سازی تست بازار
۳. استفاده از نظر متخصصان ۴. استفاده از نظر مدیران

۱۶- در پیش بینی به روش اتکا به روندها کدامیک از موارد زیر اهمیت ویژه ای پیدا می کند؟

۱. توجه به برنامه ریزی میان مدت ۲. توجه به هدف گذاری میان مدت
۳. توجه به برنامه ریزی کوتاه مدت ۴. توجه به داشتن جهت بلند مدت

۱۷- در سلسله مراتب اهداف یک شرکت تولیدی کاهش هزینه ها مربوط به کدامیک از مراحل زیر است؟

۱. استراتژی بازاریابی ۲. اهداف حرفه ای
۳. اهداف بازاریابی ۴. توجه به داشتن جهت بلند مدت

۱۸- این مورد از مزایای اصلی سازمان بر مبنای مدیریت محصول می باشد؟

۱. واکنش به موقع به مشکلات بازاریابی محصول ۲. استفاده بهینه از منابع انسانی
۳. مقابله اصولی با رقبا ۴. پایین آمدن هزینه های اداری

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۴۵ تشریحی: ۰

سری سوال: ۱ یک

درس: بازاریابی و مدیریت بازار

رشته تحصیلی/کد درس: مهندسی مدیریت و آبادانی روستاها (چندبखشی) ۱۲۱۸۱۷۵

۱۹- سومین گام اساسی در یک برنامه ریزی کدامیک از موارد زیر است؟

۱. تعیین اهداف
۲. ایجاد هماهنگی
۳. تحلیل جریانها
۴. توسعه استراتژیها

۲۰- کدامیک از ویژگیهای زیر باعث می شود که بیمه در زمره خدمات قرار گیرد

۱. تاثیر پذیری از خریدار و فروشنده
۲. قابلیت استاندارد کمتر
۳. غیر قابل ذخیره بودن
۴. گذرا و موقتی بودن

۲۱- به یک مجموعه بی نظیر که نتیجه نهایی بازاریابی روابط است، اطلاق می شود

۱. کانال بازاریابی
۲. شبکه بازاریابی
۳. زنجیره عرضه
۴. کانال فروش

۲۲- در بازاریابی، بانکها و موسسات بیمه در زمره کدامیک از کانال های زیر قرار می گیرند؟

۱. کانال های ارتباطی
۲. کانال های توزیع فیزیکی
۳. کانال های توزیع خدماتی
۴. کانال های فروش

۲۳- در این دیدگاه از رقابت یک شرکت فقط شرکتهایی را به عنوان رقیب قلمداد می کند که کالا های مشابه با قیمتهای مشابه عرضه می کنند؟

۱. رقابت عمومی
۲. رقابت مارک
۳. رقابت صنعت
۴. رقابت نرم

۲۴- کدامیک از تکنیک های زیر در زیر مجموعه روش مصاحبه های عمقی قرار می گیرد

۱. تکنیک ارتباطی
۲. تکنیک تکمیل
۳. تکنیک تجزیه و تحلیل سمبلیک
۴. تکنیک تشریح

۲۵- در روش گروه های متمرکز اگر نمونه انتخابی نماینده واقعی جامعه آماری نباشد چه مشکلی ایجاد می شود؟

۱. مشکل نظارت
۲. مشکل تعمیم
۳. بی نظمی اطلاعات
۴. کاربرد نادرست

۲۶- با استفاده از این تکنیک مصاحبه گر می تواند به شبکه مفاهیم مصرف کننده دست پیدا کند؟

۱. تکنیک تداعی عکسها
۲. تکنیک تجزیه و تحلیل نمادین
۳. تکنیک تکمیل
۴. تکنیک مصاحبه نردبانی

۲۷- در یک مدل موقعیتی بازار- محصول، پر مخاطره ترین استراتژی کدام است

۱. توسعه محصول
۲. توسعه بازار
۳. تنوع
۴. نفوذ در بازار

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۴۵ تشریحی: ۰

سری سوال: ۱ یک

درس: بازاریابی و مدیریت بازار

رشته تحصیلی/کد درس: مهندسی مدیریت و آبادانی روستاها (چندبخشی) ۱۲۱۸۱۷۵

۲۸- مناسبترین استراتژی بازاریابی برای واحد استراتژیکی که در پایین ترین مربع سمت راست ماتریس جنرال الکترونیک قرار گرفته است، کدام است؟

۱. استراتژی حذف
۲. استراتژی سرمایه گذاری
۳. استراتژی حمایت
۴. استراتژی برداشت سود

۲۹- بیشترین میزان سود محصول در کدامیک از مراحل زیر ایجاد می شود؟

۱. مرحله ایجاد
۲. مرحله معرفی
۳. مرحله رشد
۴. مرحله بلوغ
- ۳۰- به کاربرد یک چیز جدید ایجاد شده به کدامیک از مفاهیم زیر اطلاق می شود.
۱. خلاقیت
۲. نوآوری
۳. کارایی
۴. اثر بخشی

www.Sanjesh3.com