

تعداد سؤالات: تستی: ۴۰ تشریحی: --

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۸۰ تشریحی: --

نام درس: بازاریابی بین الملل

رشته تحصیلی / کد درس: مدیریت بازرگانی (تجميع) ۱۲۳۵۰۱۴

مجاز است.

استفاده از:

۱. عبارتست از مجموعه‌ای از ابزارهای مداخله در بازار که به صورت وابسته به هم عمل می‌کند، به طوری که تاثیر لازم یا مورد نظر را در بازار می‌گذارد.

الف. بازاریابی ب. بازاریابی بین‌المللی ج. آمیخته بازار د. سیاست‌های مالی

۲. عبارتست از مجموعه‌ای از فعالیت‌های انسانی و اقتصادی هدایت شده در جهت ارضای نیازها و خواسته‌های افراد جامعه از طریق فراگردهای مبادله.

الف. مدیریت بازاریابی ب. آمیخته بازار ج. مدیریت کیفیت د. بازاریابی

۳. چارچوب مقایسه رابطه بازاریابی با محیط آن در دو یا چند کشور است، اشاره به کدامیک از موارد زیر است؟

الف. بازاریابی تطبیقی ب. بازاریابی بین‌المللی

ج. تجارت جهانی د. تفاوت‌های محیطی

۴. تفاوت عمده بازاریابی داخلی و بین‌المللی در کدام یک از عوامل زیر نهفته است؟

الف. محیط بازاریابی ب. تکنیک‌های بازاریابی

ج. ابزارهای بازاریابی د. آمیخته بازاریابی

۵. عناصر مزیت استراتژیک در کدام گزینه درج گردیده است؟

الف. رقابت در سطح شرکت - رقابت در سطح ناحیه - رقابت در سطح صنعت - رقابت در سطح کشور

ب. کانال‌های توزیع - کانال‌های تولید - کانال‌های فروش - مدیریت فروش

ج. بخش‌های استراتژیک شرکت - مهارت‌های انسانی - تجارت انسانی - مهارت‌های بازاریابی

د. سیستم کارآمد تحقیقات بازاریابی - تبلیغات موثر - کانال‌های توزیع - استراتژی قیمت‌گذاری - روش‌های موثر بسته‌بندی

۶. به عقیده مرکانتی لیست‌ها در چه صورتی یک کشور می‌تواند از تجارت سود ببرد؟

الف. هنگامی که تمرکز خود را بر تجارت طلا بگذارد.

ب. هنگامی که ارزش صادرات آن کشور از وارداتش بیشتر باشد.

ج. هنگامی که بتواند روحیه ملی‌گرایی را در مردم آن کشور تقویت نماید.

د. هنگامی که بازارهای داخلی بیش از بازارهای خارجی توجه کند.

۷. براساس این نظریه سود حاصل از تجارت بین‌المللی از تخصص‌ها و تفاوت‌هایی ناشی می‌شود که به لحاظ فراوانی نسبی منابع تولید، منابع اولیه، سرمایه، تکنولوژی و ... باعث ایجاد مزیت در برخی مناطق نسبت به برخی مناطق دیگر می‌گردد.

الف. نظریه مرکانتیلیسم ب. نظریه مزیت نسبی

ج. نظریه دوره زندگی کالا د. نظریه مزیت مطلق

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: —

نام درس: بازاریابی بین الملل

رشته تحصیلی / گد درس: مدیریت بازرگانی (تجميع) ۱۴۰۱۳۳۵

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۸۰ تشریحی: --

استفاده از:

مجاز است.

۸. حساب صادرات و واردات از اقلام کدام دسته از صورتحساب های تراز پرداخت ها به شمار می رود؟

الف. حساب جاری ب. حساب سرمایه ج. حساب رسمی خزانه د. حساب عمرانی

۹. این پدیده به اقدامات و قوانین دولتی در خصوص تجارت خارجی اشاره دارد.

الف. قانون گذاری ب. سیاست های مالی ج. خط مشی بازرگانی د. برنامه ریزی استراتژیک

۱۰. سود یا زیان منسوب به کدامیک از نهادهای زیر به شمار می‌رود؟

الف. هیئت وزیران

ج. اتاق‌های تجارت و بازرگانی کشور

۱۱. در این گونه عوارض گمرکی، قیمت کالا مبنای اخذ عوارض می باشد.

الف. عوارض گمرکی مختلط

ج. عوارض گمرکی مقداری

۱۲. این ابزارها حد مشخص و مطلق را برای مقدار کالا و گروهای مشخصی که می‌توانند وارد کشور کنند تعیین می‌کند.

الف. عوارض ب. سهمیه‌ها ج. سوسپاندا د. مالیات

۱۳. این سازمان درصدد است سیستم گمرک تدریجی را به نفع صدور کالاهای صنعتی از کشورهای کمتر توسعه یافته برقرار کند؟

الف. سازمان تجارت جهانی

ج. سازمان آنکتاد د. سازمان اكو

۱۴. در این مرحله از مدل توسعه روستو، صنعت در کشور شروع به پیشرفت کرده و الگوی تولید و مصرف سنتی شکسته شده و تولید و مصرف کالاهای صنعتی جایگزین آنها می‌گردد.

الف. مرحله قبل از جهش ب. مرحله بلوغ ج. مرحله جهش د. مرحله تولید انبوه

۱۵. این گروه از صنایع، صناعی هستند که محصولات آنها برای تولید سایر محصولات مورد استفاده قرار می‌گیرد مانند صنایع ذوب فلزات.

الف. صنایع مادر ب. صنایع پیشرفته

ج. صنایع یا تکنولوژی بالا

۱۶. عبارت است از طراحی موثر، تحویل به موقع و کاربرد اطلاعات در یک سازمان بازرگانی

الف. سیستم اقتصادی بازاریابی ب. سیستم مالی بازاریابی

ج. سیستم مدیریت و طراحی بازاریابی

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: —

نام درس: بازاریابی بین الملل

رشته تحصیلی / گد درس: مدیریت بازرگانی (تجميع) ۱۴۰۱۳۳۵

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۸۰ تشریحی: --

مجاز است.

استفاده از:

۲۵. در این استراتژی، تولیدکننده اصلی با یک شرکت خارجی قرارداد می‌بندد که محصول شرکت اصلی را بر اساس مفاد قرارداد، در خارج تولید نماید.

الف. بازار یابی مستقیم

ب. مونتاز

ج. تولید قرار دای

د. شرکت‌های مدیریت صادرات

۲۶. وسیله‌ای هستند که طی آن کالاها از تولیدکننده به مصرف‌کننده می‌رسند.

الف. کانال‌های فروش

ب. کانال‌های توزیع

ج. کانال‌های خرده‌فروشی

د. کانال‌های انطباق

۲۷. کدام یک از گزینه‌های زیر جزء مهمترین کانال‌های توزیع محصولات صنعتی در شرکت‌های فاقد بخش فروش، می‌باشد؟

الف. تولیدکننده - خرده فروش - مصرف کننده

ب. تولیدکننده - کارگزار - عمده فروش - خریده فروش - مصرف کننده

ج. تولیدکننده - مصرف کننده

د. تولیدکننده - کارگزار - استفاده کننده

۲۸. در این روش از توزیع، تولیدکننده تعدادی خردهفروش و عمدهفروش را انتخاب کرده و کالای عمدهفروشان را به خردهفروشان توزیع می‌کند.

الف. توزيع وسيع

ب. توزیع انحصاری

ج. توزیع برگزیده

د. توزیع مستقیم

۲۹. این نوع از خرده‌فروشی از مزیت خرید کلان برخوردار است و از انبارهای مشترک استفاده می‌کند.

الف. سویر مارکت

ب. مراکز خرید

ج. فروشگاه زنجیره‌ای

د. فروشگاه ارزان

۳۰. تبلیغات مثبت چه اثری بر منحنی تقاضای کالاها و خدمات دارد؟

الف. منحنی تقاضا را به سمت چپ و داخل انتقال می دهد

ب. منحني تقاضا را به سمت راست و بيرون انتقال مي دهد

ج. هیچ اثری بر منحنی تقاضا ندارد

د. باعث صعودی شدن منحنی تقاضا برای کالا و خدمات عادی می‌گردد

تعداد سؤالات: تستی: ۴۰ تشریحی: --

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۸۰ تشریحی: --

نام درس: بازاریابی بین الملل

رشته تحصیلی / کُد درس: مدیریت بازرگانی (تجميع) ۱۲۳۵۰۱۴

--

مجاز است.

استفاده از:

۳۹. در این نوع از معاملات متقابل تمام یا بخشی از هزینه خرید کالای سرمایه‌ای باید صرف خرید تجهیزات یا محصولات تولیدی آن کالای سرمایه‌ای شود.

الف. خرید متقابل ب. معاملات پایایی ج. تجارت جبران متقابل د. معاملات بای بک

۴۰. متداولترین محدودیت وارداتی برای کالاهای خارجی در سیستم بازرگانی بین‌المللی می باشد؟

الف. تعرفه گمرکی ب. تراز تجاری ج. لیست کالاهای ممنوعه د. مالیات بر واحد

www.Sanjesh3.com