

تعداد سوالات: تستی: ۴۵ تشریحی: ۰

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۶۰ تشریحی: ۰

سری سوال: یک ۱

درس: بازاریابی محصولات کشاورزی

رشته تحصیلی/کد درس: مهندسی کشاورزی (اقتصاد کشاورزی)، مهندسی اقتصاد کشاورزی (چندبخشی) ۱۱۲۱۰۲۷

۱- خصوصیت نمونه گیری سهمیه ای چیست؟

۱. انتخاب نمونه ها بر اساس ویژگی های خاص آنهاست
۲. نمونه ها به راحتی در دسترس هستند
۳. نمونه ها بر اساس نظر محقق انتخاب می شوند
۴. نمونه ها بر اساس حوزه هایی که پارامترهای آنها دولت تعیین می کند انتخاب می شوند

۲- کدامیک از روابط زیر صحیح است؟

$$GMM = Q.(P_W - P_F) \quad ۰۲$$

$$GMM = Q.(P_R + P_F) \quad ۰۱$$

$$GMM = Q.(P_W + P_F) \quad ۰۴$$

$$GMM = Q.(P_R - P_F) \quad ۰۳$$

۳- کدام نمایشگاه جهت شناسایی مخترعین برگزار می شود؟

۱. نمایشگاه تخصصی
۲. عمومی بازارگاهی
۳. اختصاصی
۴. اکسپو

۴- در کدام استراتژی یک بازیکن پس از انتخاب استراتژی بازیکن دیگر با اطلاع کامل نسبت به او انتخاب خود را انجام می دهد؟

۱. استراتژی تعادلی
۲. استراتژی حداقل حداکثر حداقل
۳. در بازیهای مکرر
۴. بازیهای پی در پی

۵- کدام گزینه از اهداف بلند مدت بورس کالای کشاورزی در ایران می باشد؟

۱. اصلاح ساختار بازار سنتی
۲. جلوگیری از نوسانات شدید قیمت
۳. کاهش ریسک قیمت
۴. افزایش سرعت انتقال اطلاعات

۶- کدام یک تحقیق علی می باشد؟

۱. پرسش نامه
۲. مصاحبه گروهی
۳. روش آزمایشی
۴. مصاحبه در منازل

۷- وابستگی منفی میان عدم اطمینان تقاضا و خدمات حمل و نقل سبب ایجاد چه مساله ای می باشد؟

۱. کم شدن کشش عرضه بازار
۲. بیشتر شدن کشش عرضه بازار
۳. معکوس شدن کشش عرضه بازار
۴. منفی شدن کشش عرضه بازار

تعداد سوالات: تستی: ۴۵ تشریحی: ۰

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۶۰ تشریحی: ۰

سری سوال: ۱ یک

درس: بازاریابی محصولات کشاورزی

رشته تحصیلی/کد درس: مهندسی کشاورزی (اقتصاد کشاورزی)، مهندسی اقتصاد کشاورزی (چندبخشی) ۱۱۲۱۰۲۷

۸- کدامیک از قواعد تصمیم گیری بد بینانه تر است و محافظه کارانه تر است؟

۱. حداکثر حداکثرها
۲. بیشترین احتمال
۳. حداکثر ارزش مورد انتظار
۴. حداکثر حداقل ها

۹- کدام یک از مزیت های بازار بورس کالاهای کشاورزی نیست؟

۱. انتقال ریسک
۲. شفافیت قیمت
۳. بازار انحصاری
۴. تغییر الگوی کشت

۱۰- HEDGERها در بازار آینده چه کسانی هستند؟

۱. کشاورزان
۲. صنایع تبدیلی
۳. انتقال دهندگان ریسک بازارهای آتی به نقدی
۴. افرادی که مایل به کسب سود در این بازارها هستند

۱۱- کدام یک جزء گران ترین روشهای تحقیق است؟

۱. مصاحبه تلفنی
۲. نظر خواهی از طریق پست
۳. حضوری
۴. مصاحبه در مراکز خرید

۱۲- کدام گزینه جزء ریسکهای شخصی نمی باشد؟

۱. ریسک مالی
۲. ریسک شهرت و اعتبار
۳. ریسک روحی
۴. ریسک شغلی

۱۳- کدام گزینه از ویژگیهای تحقیق توصیفی بازار نمی باشد؟

۱. تهیه اطلاعات از منابع غیر رسمی
۲. عدم بیان روابط علی و معلولی
۳. انعطاف ناپذیری
۴. تحقیق به کمک پانل، ارسال پرسشنامه یا تلفن

۱۴- کدام گزینه جزو نمونه گیری احتمالی نمی باشد؟

۱. خوشه ای
۲. قضاوتی
۳. طبقه بندی شده
۴. تصادفی

۱۵- در کدام یک از بازارهای زیر حاشیه بازاریابی کمتر می باشد؟

۱. بازار رقابتی
۲. بازار انحصاری
۳. رقابت انحصاری
۴. انحصار چند جانبه

۱۶- در کدام الگو تقاضای مصرف کننده عامل تعیین کننده در ارتباط بین قیمتهای خرده فروشی و سر مزرعه است؟

۱. الگوی حاشیه بازاریابی
۲. الگوی اضافه بها
۳. الگوی حاشیه نسبی
۴. الگوی هزینه بازاریابی

تعداد سوالات: تستی: ۴۵ تشریحی: ۰

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۶۰ تشریحی: ۰

سری سوال: ۱ یک

درس: بازاریابی محصولات کشاورزی

رشته تحصیلی/کد درس: مهندسی کشاورزی (اقتصاد کشاورزی)، مهندسی اقتصاد کشاورزی (چندبخشی) ۱۱۲۱۰۲۷

۱۷- بسته بندی و تبدیل کنندگان جزو کدام دسته از واسطه ها هستند؟

۱. واسطه های تجاری ۲. واسطه های عامل ۳. دلان ۴. سفته بازها

۱۸- کدام دسته از عمده فروشان علاوه بر نقش واسطه ای جزو منابع اعتباری برای کشاورزان هم می باشند؟

۱. تجار حق العمل کار ۲. تعاونیها ۳. سلف خران ۴. خریداران محلی

۱۹- کدام یک از خدمات بازاریابی بعنوان یک نظام مرکب است؟

۱. جمع آوری ۲. بسته بندی ۳. حمل و نقل ۴. تبدیل

۲۰- اکسپو به کدام گروه از نمایشگاهها اطلاق می شود؟

۱. نمایشگاه های بین المللی ۲. نمایشگاه های سنگ و سرامیک
۳. نمایشگاه های غیر بازرگانی ۴. نمایشگاه های مواد غذایی

۲۱- کدام دسته از واسطه های بازاریابی در امر انبارداری و جابجایی کالا تا مقصد فعالیت دارد؟

۱. دلان ۲. واحدهای توزیع فیزیکی
۳. واحدهای خدمات بازاریابی ۴. واسطه های مالی

۲۲- مشتریان در بازار واسطه ای به چه امری می پردازند؟

۱. خرید محصول جهت مصرف شخصی ۲. بازروری و تغییر و تبدیل محصول
۳. فروش مجدد محصول با تحصیل سود ۴. ایجاد خدمات عام المنفعه

۲۳- کدام دسته از هزینه ها جزو عمده هزینه های بازار رسانی است؟

۱. حمل و نقل ۲. تبلیغات ۳. انبارداری ۴. تبدیل

۲۴- عملیات ضد بازاریابی در رویارویی با کدام نوع تقاضا انجام می شود؟

۱. تقاضای بیش از حد ۲. تقاضای نامتعادل ۳. تقاضای کند شونده ۴. تقاضای ناسالم

۲۵- در کدامیک از گرایشهای بازاریابی لازم است برای فروش و تبلیغات و ترفیعات فعالیتهای چشم گیری انجام شود؟

۱. گرایش محصول ۲. گرایش بازاریابی ۳. گرایش فروش ۴. گرایش تولید

۲۶- در بازاریابی کدام ویژگی جستجو می شود؟

۱. حضور در صحنه مبادلات ۲. افزایش سهم بازار
۳. خلاقیت و نوآوری ۴. تحقیقات بازاریابی

تعداد سوالات: تستی: ۴۵ تشریحی: ۰

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۶۰ تشریحی: ۰

سری سوال: ۱ یک

درس: بازاریابی محصولات کشاورزی

رشته تحصیلی/کد درس: مهندسی کشاورزی (اقتصاد کشاورزی)، مهندسی اقتصاد کشاورزی (چندبخشی) ۱۱۲۱۰۲۷

۲۷- کدام نوع بازاریابی برای جامعه مفیدتر و سازنده تر است؟

۱. بازاریابی مکان ۲. بازاریابی ایده ۳. بازاریابی خدماتی ۴. بازاریابی راهبردی

۲۸- یافتن بازار هدف و بخش بندی بازارها جزو کدام یک از ابعاد مختلف مارکتینگ است؟

۱. بازاریابی ۲. بازارشناسی ۳. بازار سازی ۴. بازار گردی

۲۹- اولین قدم در بازار یابی کدام یک از مراحل تکامل بازار یابی بوده است؟

۱. مرحله ارتباطات اولیه ۲. مرحله خود کفایی ۳. پایاپای ساده ۴. بازارهای محلی

۳۰- در کدام مرحله از منحنی عمر محصول رقبا ضعیف تر از بازار خارج می شوند؟

۱. رشد ۲. مصرفی ۳. افول ۴. بلوغ

۳۱- در کدام مرحله از منحنی عمر محصول فروش به کندی افزایش می یابد و سودی وجود ندارد؟

۱. مصرفی ۲. رشد ۳. افول ۴. بلوغ

۳۲- کدام یک از منابع کسب اطلاعات برای یک خریدار از کارایی بالاتری برخوردار است؟

۱. منابع تجاری ۲. شخصی ۳. عمومی ۴. تجربی

۳۳- سومین سطح برنامه ریزی راهبردی شرکتهای بزرگ کدام گزینه است؟

۱. مدیریت کلان ۲. مدیریت محصول ۳. مدیریت قسمتها ۴. مدیریت جداگانه قسمتها

۳۴- برای کدام محصول دولت دخالتی در بازار ندارد؟

۱. چغندر قند ۲. محصولات جالیزی ۳. دانه های روغنی ۴. محصولات فراوری شده

۳۵- کدامیک از جمله طبقه بندی بازار از نظر موضوع مبادلات نمی باشد؟

۱. بازارهای تجاری ۲. بازار سرمایه ۳. بازار پول ۴. بازارهای فرضی

۳۶- معاملات کدام بازار فروشنده را در مقابل نوسانات قیمتی آینده بیمه می کند؟

۱. بازار بورس ۲. بازار عمده فروشی ۳. بازار مدت دار ۴. بازار خرده فروشی

تعداد سوالات: تستی: ۴۵ تشریحی: ۰

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۶۰ تشریحی: ۰

سری سوال: ۱ یک

درس: بازاریابی محصولات کشاورزی

رشته تحصیلی/کد درس: مهندسی کشاورزی (اقتصاد کشاورزی)، مهندسی اقتصاد کشاورزی (چندبخشی) ۱۱۲۱۰۲۷

۳۷- ادغام بازارها به چه منظوری انجام می شود؟

۱. کاهش هزینه های بازاریابی
۲. بزرگتر شدن بازارها
۳. جذب بیشتر مصرف کنندگان
۴. کاهش هزینه تبلیغات

۳۸- وضعیت "الف ب ب الف ب" نشان دهنده رفتار کدام گروه مصرف کننده است؟

۱. بسیار وفادار
۲. وفادار نسبی و موقت
۳. وفادار ثابت
۴. بی وفا

۳۹- نمایندگی ها، یکدیگر را و حق العمل کارها جزو کدام دسته از اجزای بازار هستند؟

۱. تولید کنندگان
۲. عوامل واسطه ای
۳. خریداران
۴. عوامل خدماتی

۴۰- بهترین وسیله برای تقسیم بازار بنا بر عقیده اغلب بازاریابان، کدام است؟

۱. استفاده از متغیرهای جغرافیایی
۲. استفاده از متغیرهای روان شناختی
۳. استفاده از متغیرهای رفتاری
۴. استفاده از متغیرهای جمعیت شناختی

۴۱- هنگام تقسیم بازار از کدام گروه از متغیرها بیشتر استفاده می شود؟

۱. جغرافیایی
۲. روان شناختی
۳. جمعیت شناختی
۴. رفتاری

۴۲- کدام بازار در جهت رفع نیازهای فوری اشخاص، بازرگانان یا تولیدکنندگان به منابع مالی است؟

۱. بازارهای تجاری
۲. بازار پول
۳. بازار سرمایه
۴. بازار ارز

۴۳- کدامیک در طبقه بندی بازارها از نظر وضع جغرافیایی نمی باشد؟

۱. بازار محلی
۲. بازار زمینی
۳. بازار منطقه ای
۴. بازار بین المللی

۴۴- کدامیک از معیارهای تقسیم بازار نمی باشد؟

۱. متمایز بودن نیازهای خریداران در هر قسمت
۲. متفاوت بودن نیازهای خریداران در قسمتهای گوناگون
۳. سادگی و هزینه تقسیم بازار به قسمتهای گوناگون
۴. قابلیت افزایش سود و بازار سرمایه گذاری

۴۵- در صورت عدم وجود کدام عامل عملاً بازاری شکل نخواهد گرفت؟

۱. تمایل به رفع نیاز
۲. پول
۳. مردم
۴. کالا