

سری سوال: یک ۱

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۵۰ تشریحی: ۰

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

www.PnuNews.com

www.PnuNews.net

عنوان درس: مدیریت بازاریابی

رشته تحصیلی/ گد درس: مدیریت بازرگانی (چندبخشی) (۱۱۱۵۳۰۱)

۱- زمانی که برای کالاها و خدمات شرکت تقاضای منفی وجود دارد، چه نوع بازاریابی مفید است؟

۴. پرورشی

۳. حافظتی

۲. انگیزشی

۱. تبدیلی

۲- افراد یک شهر به دنبال تله موش هستند تا بتوانند محیط زندگی خود را سالم و بهداشتی نمایند. تله موش و محیط زندگی بهداشتی به ترتیب مصادیق کدام مفاهیم زیر هستند؟

۴. نیاز - کالا

۳. خواسته - نیاز

۲. نیاز - تقاضا

۱. کالا- تقاضا

۳- سازمان هایی که کالا و خدمات را به منظور فروش مجدد و کسب سود خریداری می کنند، چه نوع بازاری را تشکیل می دهند؟

۴. بازار بین المللی

۳. بازار واسطه ای

۲. بازار دولتی

۱. بازار مصرف کننده

۴- ملاحظات سه گانه فلسفه بازاریابی اجتماعی کدامند؟

۲. دولت - جامعه - بین الملل

۴. جامعه - مصرف کنندگان - شرکت

۱. مشتریان - دولت - جامعه

۳. مشتریان - مصرف کنندگان - شرکت

۵- واحد اندازه گیری بازاریابی چیست؟

۴. تقاضا

۳. مبادله

۲. معامله

۱. کالا

۶- مسیر تکاملی بازارهای امروزی به سوی کدامیک از مبادلات زیر است؟

۴. خودکفایی

۳. مبادله غیر مرکز

۲. مبادله متمرکز

۱. مبادله تهاتری

۷- در کدامیک از بازارهای زیر، فروشنده می تواند حتی در دراز مدت هم سودی بیش از اندازه معمول کسب کند؟

۴. انحصار کامل

۳. انحصار چندجانبه

۲. رقابت انحصاری

۱. رقابت کامل

۸- سبک زندگی در کدام یک از متغیرهای اصلی تقسیم بازار مورد توجه قرار می گیرد؟

۴. متغیر رفتاری

۳. متغیر روانی

۲. متغیر جغرافیایی

۱. متغیر جمعیتی

۹- گروههای حفاظت از محیط زیست از جمله این جوامع محسوب می شوند؟

۴. جوامع محلی

۳. جوامع عمومی

۲. جوامع شهری

۱. جوامع رسانه ای

سری سوال: ۱ یک

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۵۰ تشریحی: ۰

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

www.PnuNews.com
www.PnuNews.net

عنوان درس: مدیریت بازاریابی

رشته تحصیلی/ گد درس: مدیریت بازرگانی (چندبخشی) (۱۲۳۵۰۱۱)

- ۱۰- با اتخاذ این استراتژی تعیین بازار هدف، یک شرکت به جای اینکه به دنبال سهم کوچکی از یک بازار بزرگ باشد، تلاش می کند سهم نسبتاً بزرگی از یک یا چند بازار کوچک را دارا باشد.

- ۱. استراتژی بازاریابی متفاوت
- ۲. استراتژی بازاریابی تهاجمی
- ۳. استراتژی بازاریابی متمرکز
- ۴. استراتژی بازاریابی یکسان

- ۱۱- در کدام حالت، مدیران با در نظر گرفتن این حقیقت که انسانها موجودات تنوع طلبی هستند، کالاها را در بسته بندی های مختلف تولید می کنند؟

- ۱. بازاریابی یکنواخت
- ۲. بازاریابی تفکیکی
- ۳. بازاریابی متمرکز
- ۴. بازاریابی انبوه

- ۱۲- تعداد خریداران و میزان پراکندگی مکانی آنان در کدامیک از محیط های زیر بحث می شود؟

- ۱. محیط بازار
- ۲. محیط عمومی
- ۳. محیط ناشناخته
- ۴. محیط سازمانی

- ۱۳- استفاده از استراتژی بازاریابی متمرکز برای کدام یک از شرکت های زیر مناسب تر است؟

- ۱. شرکت های چند ملیتی
- ۲. شرکت های تازه تاسیس و کوچک
- ۳. شرکت های بزرگ و کارآمد
- ۴. شرکت های سهامی عام

- ۱۴- در جعبه سیاه خریداران منظور از محرک های بازاریابی چیست؟

- ۱. عوامل اجتماعی
- ۲. انگیزش
- ۳. صفات مصرف کننده
- ۴. آمیخته های بازاریابی

- ۱۵- از نظر جک ولش، کدامیک از افراد یا گروه های زیر می توانند به کارکنان یک موسسه تضمین شغلی بدهنند؟

- ۱. مدیران استراتژیک
- ۲. مشتریان
- ۳. بازرگانان
- ۴. هیات مدیره

- ۱۶- کدامیک از موارد زیر می تواند شاخص خوبی جهت اندازه گیری میزان موفقیت یا شکست موسسات باشد؟

- ۱. میزان تولید
- ۲. میزان تبلیغات
- ۳. سهم بازار
- ۴. میزان فروش

- ۱۷- به ارزشها و باورهای یک موسسه که چارچوب کاری آن را نشان می دهد، اطلاق می گردد؟

- ۱. راهبرد
- ۲. چشم انداز
- ۳. برنامه
- ۴. رسالت

- ۱۸- مهمترین عنصر برای خرید یک محصول کدام است؟

- ۱. خواسته و نیاز
- ۲. علاقه واشتیاق
- ۳. پول و امکانات
- ۴. جذابیت محصول

سری سوال: ۱ یک

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۵۰ تشریحی: ۰

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

www.PnuNews.com

www.PnuNews.net

عنوان درس: مدیریت بازاریابی

رشته تحصیلی/ گد درس: مدیریت بازرگانی (چندبخشی) (۱۱۱۲۳۵۰)

-۱۹- کدامیک از مشکلات زیر مربوط به برآورد کمتر از میزان واقعی تقاضا می باشد؟

- ۲. ضعف در تحویل به موقع کالا
- ۴. دادن تخفیفات نقدی اجباری
- ۱. تراکم موجودی های جنسی
- ۳. افزایش نامطلوب هزینه ها

-۲۰- به بازاری اطلاق می شود که در آن افراد مشتاق خرید کالا هستند ولی پول کافی ندارند؟

- ۴. بازار پنهان
- ۳. بازار بالقوه
- ۲. بازار محتمل
- ۱. بازار فعال

-۲۱- در سلسله مواد اهداف یک شرکت تولیدی، افزایش فروش، مربوط به کدام مرحله است؟

- ۴. رسالت شرکت
- ۳. استراتژی بازاریابی
- ۲. اهداف حرفه ای
- ۱. اهداف بازاریابی

-۲۲- بررسی محیط و مهیا سازی آن، بیانگر کدامیک از آمیخته های بازاریابی خدمات می باشد؟

- ۴. فرآگرد
- ۳. محل توزیع
- ۲. شواهد عینی
- ۱. محصول

-۲۳- کدامیک از موارد زیر جزو نیروهای خارجی در عوامل موثر در طراحی سازمان می باشد؟

- ۴. نوع منابع انسانی
- ۳. نوع فروش
- ۲. تنوع بازارها
- ۱. نوع مشتری

-۲۴- مدل تست بازار در پیش بینی فروش برای کدامیک از موارد زیر مناسب تر است؟

- ۲. برای محصولات بی دوام
- ۴. برای محصولات جدید
- ۱. برای محصولات قدیمی
- ۳. برای محصولات بی کشش

-۲۵- کدامیک از موارد زیر، جزو ابزارهای اولیه اعمال هماهنگی محسوب می شود؟

- ۴. منابع انسانی
- ۳. استراتژی ها
- ۲. ساختارهای سازمانی
- ۱. اهداف

-۲۶- کدامیک از موارد زیر، جزو ویژگیهای خاص خدمات می باشد؟

- ۲. غیرقابل ذخیره بودن
- ۴. کیفیت بالا داشتن
- ۱. عدم تاثیر پذیری از افکار
- ۳. قابلیت سودآوری بیشتر

-۲۷- کدامیک از عناصر خط مشی محصول به دلیل اهمیت آن، بعضی موقع به عنوان پنجمین P بازاریابی یاد می شود؟

- ۴. طراحی محصول
- ۳. کیفیت کالا
- ۲. نام تجاری محصول
- ۱. بسته بندی کالا

-۲۸- به کدامیک از موارد زیر نمی توان واژه محصول را اطلاق نمود؟

- ۴. سازمان ها
- ۳. کanal ها
- ۲. مکان ها
- ۱. اشخاص

سری سوال: ۱ یک

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۵۰ تشریحی: ۰

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

www.PnuNews.com

www.PnuNews.net

عنوان درس: مدیریت بازاریابی

رشته تحصیلی/ گد درس: مدیریت بازرگانی (چندبخشی) (۱۱۰۵۱۲۳)

۲۹- کدام ویژگی زیر باعث می شود که بیمه در زمرة خدمات قرار گیرد؟

۱. قابلیت استاندارد کمتر

۱. گذرا و موقتی بودن

۴. تاثیر پذیری از خریدار و فروشنده

۳. غیرقابل ذخیره بودن

۳۰- کدامیک از موارد زیر از اجزاء تشکیل دهنده آمیخته "پیشبرد فروش" می باشد؟

۴. نام تجاری

۳. شرایط اعتباری

۲. میزان تخفیفات

۱. روابط عمومی