



تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

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

سری سوال: یک ۱

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

www.PnuNews.com
www.PnuNews.net

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی (چندبخشی) (۱۲۱۸۰۷۹) - مدیریت بازرگانی (بازاریابی) - بازرگانی بین الملل، مدیریت بازرگانی
بازاریابی، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین الملل)، مدیریت بازرگانی (۱۲۱۸۱۴۵)

۱- در کدام یک از موارد زیر به منظور استفاده از امکانات، کشورهای دارای فرهنگ، زبان، آداب و رسوم، درآمد و صنعت نسبتاً مشابه، در یک گروه قرار می گیرند؟

- ۰۱ بازاریابی داخلی ۰۲ بازاریابی تطبیقی ۰۳ بازاریابی بین المللی ۰۴ بازاریابی مقطعی

۲- کدام یک از گزینه های زیر بیانگر تفاوت عمده بازاریابی داخلی و بازاریابی بین المللی است؟

- ۰۱ میزان درآمدهای جوامع ۰۲ تفاوت های فرهنگی
۰۳ محیط بازاریابی ۰۴ تکنیک های بازاریابی

۳- مدیران بازاریابی، اطلاعات مربوط به فرهنگ مادی را بیشتر از کدام طریق به دست می آورند؟

- ۰۱ تجزیه و تحلیل ۰۲ زبان ۰۳ علم و دانش ۰۴ تجربیات بین المللی

۴- کدام یک از گزینه های زیر علاوه بر اینکه موجب صرفه جویی در هزینه های بسته بندی و تبلیغات می گردد، به شرکت نیز این امکان را می دهد که در اذهان مشتریان، در کشورهای مختلف جهان تصویر واحد و یکسانی ایجاد نماید؟

- ۰۱ استاندارد کردن طرح کالا ۰۲ ایجاد ارتباطات خاص با مشتری
۰۳ استفاده از فنون تجاری ۰۴ استاندارد کردن فعالیت های بازاریابی

۵- کدام گزینه زیر از ارکان مذاکرات بازاریابی می باشد؟

- ۰۱ مصمم ساختن ۰۲ اطلاعات ۰۳ انجام عمل خرید ۰۴ برتر دانستن

۶- در این مرحله از مراحل مذاکره، حرکت به سمت یک توافقنامه از طریق حل مسائل صورت می گیرد؟

- ۰۱ مذاکره تلفیقی ۰۲ مذاکره گسترده ۰۳ مذاکره ملایم ۰۴ پیش مذاکره

۷- نظریه مزیت نسبی توسط کدام یک از افراد زیر مطرح شده است؟

- ۰۱ اسمیت ۰۲ الین ۰۳ ریکاردو ۰۴ دراگر

۸- بر اساس نظریه دوره زندگی کالا و تجارت بین الملل، مرحله چهارم دوره تجارت و تولید در کدام یک از گزینه های زیر بیان شده است؟

- ۰۱ قدرت صادراتی ۰۲ آغاز تولیدات خارجی ۰۳ آغاز رقابت وارداتی ۰۴ آغاز تولیدات داخلی

۹- حجم صادرات جهانی در چه سالی برابر با یک تریلیون دلار بود؟

- ۰۱ ۱۹۶۸ ۰۲ ۱۹۷۶ ۰۳ ۱۹۸۶ ۰۴ ۱۹۸۹



تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

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

سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

www.PnuNews.com
www.PnuNews.net

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی (چندبخشی) (۱۲۱۸۰۷۹ - ، مدیریت بازرگانی (بازاریابی - بازرگانی بین الملل، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین الملل)، مدیریت بازرگانی ۱۲۱۸۱۴۵

۱۰- منبع اصلی اطلاعات برای بانک های خارجی و سایر کشورها و تصمیم گیران دولتی کدام یک می باشد؟

۰۱. تراز پرداخت ها ۰۲. حساب رسمی خزانه ۰۳. حساب جاری ۰۴. حساب سرمایه

۱۱- کدام یک به اقدامات و قوانین دولتی در خصوص تجارت خارجی اشاره دارد؟

۰۱. حمایت از صنایع نوپا ۰۲. تعرفه های گمرکی ۰۳. ملاحظات سیاسی ۰۴. خط مشی بازرگانی

۱۲- کدام یک از گزینه های زیر برای انتخاب یک کشور به عنوان بازار هدف، اهمیت به سزایی برای بازاریابان بین المللی دارد؟

۰۱. میزان صادرات یک کشور ۰۲. سرمایه گذاری خارجی

۰۳. میزان فعالیتهای اقتصادی یک کشور ۰۴. سودآوری

۱۳- اکثر دولت ها از کدام عامل زیر جهت تنظیم فعالیت های اقتصادی خود استفاده می کنند؟

۰۱. قدرت مالیاتی ۰۲. افزایش واردات

۰۳. تجارت جهانی ۰۴. همکاری های بین المللی

۱۴- هدف پیمان های مالیاتی کدام است؟

۰۱. افزایش نرخ مالیات ۰۲. کاهش نرخ مالیات

۰۳. ثبات نرخ مالیات ۰۴. اجتناب از مالیات مضاعف

۱۵- ایجاد استانداردهای جهانی برای تجهیزات هواپیمایی و مسافرتهاى هوایی بین المللی از وظایف اصلی کدام یک از سازمان های زیر است؟

۰۱. آی - تی - یو ۰۲. ایکائو ۰۳. یاتا ۰۴. ISO

۱۶- کدام یک از گزینه های زیر، اولین مشکل در تحقیقات بازاریابی بین المللی به شمار می آید؟

۰۱. کمبود زمان و شناخت بازارهای جهانی ۰۲. کمبود دانش و شناخت بازارهای جهانی

۰۳. کمبود زمان و شناخت بازارهای داخلی ۰۴. کمبود دانش و شناخت بازارهای داخلی

۱۷- مرحله اول در برنامه ریزی فروش عبارت است از :

۰۱. جمع آوری اطلاعات بازاریابی ۰۲. داشتن اطلاعات کامل از اوضاع بازار

۰۳. تعیین بازار هدف ۰۴. شناخت اطلاعات مورد نیاز MIS



تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

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

سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

www.PnuNews.com
www.PnuNews.net

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی (چندبخشی) ۱۲۱۸۰۷۹ - ، مدیریت بازرگانی (بازاریابی - بازرگانی بین الملل، مدیریت بازرگانی)
(بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین الملل)، مدیریت بازرگانی ۱۲۱۸۱۴۵

۱۸- گام سوم و مهم در MIS عبارت است از :

۱. تعیین بازار فروش و هدف خارجی
۲. تنظیم یک سیستم منظم جمع آوری اطلاعات
۳. پردازش اطلاعات جمع آوری شده
۴. جمع آوری اطلاعات از طریق نظارت برای بازاریابی

۱۹- در کدام یک از روش های زیر، اثرات متغیر مستقل بر متغیر وابسته مطالعه می شود؟

۱. تجزیه و تحلیل رگرسیون
۲. تکنیک حداقل مجذورات
۳. تجزیه و تحلیل مقایسه ای
۴. سری های زمانی

۲۰- در این حالت شرکت دارای کیفیت تولید بالا و در عین حال پوشش منطقه ای و عدم تمرکز جغرافیایی بالا می باشد؟

۱. حالت ضعیف
۲. وضعیت با برتری موقعیت جغرافیایی
۳. وضعیت با برتری تولید
۴. وضعیت برتر

۲۱- کدام گزینه زیر بر شکل گیری استراتژی بازاریابی بین المللی اثر می گذارد؟

۱. عامل فرهنگی
۲. عامل بازار
۳. عامل سیاسی
۴. عامل اقتصادی

۲۲- سنتی ترین راه ورود به بازار بین المللی عبارت است از :

۱. تبلیغات
۲. استفاده از آژانس های بازرگانی
۳. صادر کردن کالا
۴. فرانشیز

۲۳- از کدام یک از روش های زیر می توان برای کاهش معایب روش اعطای مجوز تولید استفاده کرد؟

۱. اعطای امتیاز به شرکت های درجه دوم
۲. نامحدود کردن محصول و ناحیه فروش آن
۳. ثبت علائم تجاری، حق نشر و حق اختراع محصول به نام امتیاز گیرنده
۴. اعطای امتیاز به شرکت های درجه اول

۲۴- کدام یک از گزینه های زیر از عوامل تشویق استراتژی غیر یکسان نمودن تولید کالا می باشد؟

۱. تحریک مصرف کنندگان
۲. آزمایش بازار
۳. درجه سواد و بی سواد
۴. تولید و عرضه کالا در بازار



سری سوال: ۱ یک

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

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

www.PnuNews.com
www.PnuNews.net

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی (چندبخشی) ۱۲۱۸۰۷۹ -، مدیریت بازرگانی (بازاریابی - بازرگانی بین الملل، مدیریت بازرگانی)
(بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین الملل)، مدیریت بازرگانی ۱۲۱۸۱۴۵

۲۵- کدام یک از عوامل مؤثر در تغییر کالا در بازارهای مختلف می باشد؟

۱. مسائل فنی
۲. سلیقه مشتری
۳. شرایط استفاده مختلف
۴. نقش دولت ها

۲۶- هنگامی که یک سازمان با یک کالا وارد بازار می شود به گزینش کدام یک از استراتژی های زیر اقدام می کند؟

۱. تخصیص
۲. محصول
۳. صادرات
۴. تفکیکی

۲۷- رابرت آریس (شیمی دان) چه تعداد علامت تجاری را طی یک پیمان نامه در ماناکو به ثبت رسانید؟

۱. ۳۳۰
۲. ۳۰۰
۳. ۲۶۰
۴. ۲۳۰

۲۸- کدام یک از گزینه های زیر، یکی از انواع روش های توزیع بر اساس بازار مصرف می باشد؟

۱. توزیع انحصاری
۲. توزیع خدمات
۳. توزیع مصرفی
۴. توزیع صنعتی

۲۹- زبان، مقرات دولتی و اطلاعات مصرف کننده جزء مهم ترین عوامل کدام یک از گزینه های زیر است؟

۱. اندازه بسته
۲. انتخاب مارک
۳. برچسب زنی
۴. نوع بسته

۳۰- جهت ایجاد یک واحد خرده فروشی به کدام یک از عوامل زیر باید دقت کرد؟

۱. عوامل بازاریارنده
۲. ارائه خدمات بعد از فروش
۳. دادن ضمانت های مربوط به کالا
۴. حجم تولید

۳۱- کدام نوع تبلیغات در مرحله بلوغ کالا اهمیت بسیاری دارد و منظور از آن این است که مصرف کننده را به تفکر در مورد کالا

وآدار می کند و کالا را در ذهن مصرف کننده زنده نگه می دارد؟

۱. تبلیغات اطلاعی
۲. تبلیغات یادآوری
۳. تبلیغات احتیاطی
۴. تبلیغات ترغیب کننده

۳۲- شعارهای تبلیغاتی به چه منظوری طرح می شوند؟

۱. تحرک پذیری
۲. اختصاصی بودن
۳. تکرار دائمی
۴. بالا بردن سطح فروش

۳۳- این نوع بازار برای اولین بار توسط اقتصاد دان انگلیسی به نام چمبردن مطرح شد؟

۱. بازار رقابت خالص
۲. انحصار خالص
۳. بازار چند قطبی
۴. رقابت انحصاری

۳۴- بر اساس ماتریس BCG، در کدام حالت کالا در مرحله رشد بوده و شرکت به منابع مالی برای توسعه کالا نیاز دارد؟

۱. علامت ستاره
۲. علامت سوال
۳. علامت گاو شیرده
۴. علامت سگ



تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

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

سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

www.PnuNews.com
www.PnuNews.net

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی (چندبخشی) ۱۲۱۸۰۷۹ -، مدیریت بازرگانی (بازاریابی - بازرگانی بین الملل، مدیریت بازرگانی)
(بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین الملل)، مدیریت بازرگانی ۱۲۱۸۱۴۵

۳۵- در کدام یک از روشهای قیمت گذاری بر اساس توزیع، قیمت تنظیم شده در فاکتور عبارت است از بهاء کالا، حق بیمه و هزینه حمل کالا تا مقصد تعیین شده توسط خریدار می باشد؟

۱. قیمت بر اساس CIF
۲. قیمت بر اساس C&F
۳. قیمت بر اساس فوب
۴. قیمت بر اساس اف - ا - اس

۳۶- کدام یک از تعاریف دامپینگ توسط پروفیسور ژاکوب بیان شده است؟

۱. فروش کالا در خارج از کشور به قیمتی کمتر از بهای فروش آن در بازار داخلی.
۲. تعیین قیمت های متفاوت برای یک کالا از طرف تولید کننده در بازارهای مختلف جهان
۳. دامپینگ عبارت است از وجود قیمت های چندگانه در بازار
۴. فروش کالا در بازار خارجی به قیمتی کمتر از قیمت تمام شده.

۳۷- با توجه به دسته بندی معاملات متقابل، در این نوع معاملات، قیمت گذاری بر اساس ترکیبی از پرداخت نقدی و غیر نقدی می باشد؟

۱. معاملات بای بک
۲. خرید متقابل
۳. معاملات پایاپای
۴. تجارت جبران متقابل

۳۸- کدام نوع دامپینگ زیر به منظور ورود به یک بازار تازه و یا به منظور حفظ اعتلای موقعیت موجود، افزایش سطح اشتغال، تحصیل ارز و حصول سلطه های اقتصادی و سیاسی اعمال می شود؟

۱. دامپینگ وارونه
۲. دامپینگ تناوبی
۳. دامپینگ اتفاقی
۴. دامپینگ مستمر

۳۹- کدام یک از گزینه های زیر هسته اصلی سازماندهی را تشکیل می دهد؟

۱. آرمان های مورد نظر شرکت
۲. رسالت سازمان
۳. تعیین ساختار سازمانی
۴. امکانات و منابع مالی شرکت

۴۰- بسیاری از شرکت های بین المللی برای تسهیل سازماندهی، برنامه ریزی و کنترل فعالیت های بین المللی از این ساختار استفاده می کنند؟

۱. ساختار سازمانی بر مبنای وظیفه
۲. ساختار سازمانی ماتریسی
۳. ساختار سازمانی ترکیبی
۴. ساختار سازمانی بر مبنای ناحیه