



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

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

۱- «شناخت آنچه مردم یا بازار می خواهند و می جویند و تأمین و تهیه کالاها و خدمات مورد نیاز آنها و برآوردن نیازها و دستیابی به اهداف سازمان» تعریف کدام یک از گزینه های زیر می باشد؟

۰۱. مدیریت بازاریابی ۰۲. بازاریابی ۰۳. بازاریابی بین المللی ۰۴. فرایند بازاریابی

۲- «اعتقادات یا باورهای عمومی» و «مقررات پولی و مالی» به ترتیب به کدامیک از عوامل بازاریابی مربوط می شود؟

۰۱. فرهنگی - سیاسی ۰۲. فرهنگی - فرهنگی ۰۳. سیاسی - سیاسی ۰۴. سیاسی - اقتصادی

۳- وقتی از فاصله تکنولوژی در اروپا و آسیا بحث می شود در واقع منظور اصلی، اختلاف در کدامیک از گزینه های زیر می باشد؟

۰۱. تعلیم و تربیت دو منطقه ۰۲. فرهنگ اقتصادی دو منطقه
۰۳. زبان و عادات دو منطقه ۰۴. فرهنگ مادی دو منطقه

۴- "خریداران بالقوه مصمم هستند در آینده کالا را انتخاب نمایند، لیکن در اجرای تصمیم خویش تعلل می ورزند". در اینجا هدف ارتباطات کدامیک از گزینه های زیر است؟

۰۱. ایجاد شناخت و آگاهی نسبت به کالا ۰۲. تشویق خریداران نسبت به امر خرید
۰۳. مطرح ساختن نیاز به کالا و برشمردن فواید آن ۰۴. علاقه مند کردن مشتریان به استفاده از کالا

۵- برای استفاده موثر از کدام یک از تاکتیکهای فرآیند مذاکره، لازم است زمانی که توانایی گرفتن نیروی حرکت طرف مقابل مذاکره و حفظ آن وجود دارد این اقدام صورت گیرد؟

۰۱. ایجاد وقفه در مذاکره ۰۲. عبور از موانع با یک پرش
۰۳. اقدام به حمله ۰۴. حمله غافلگیرانه

۶- در بحث ترکیب و تشکیلات تجارت جهانی، کدام گزینه از دلایل متغیر بودن قیمت سهام در بازار می باشد؟

۰۱. توسعه مواد خام ۰۲. کاهش خودکفایی کشاورزی در کشورهای صنعتی
۰۳. تنوع و کیفیت محصولات ۰۴. رشد تولید در مقایسه با تولیدات اولیه در سطح جهان

۷- «سرمایه گذاری در اوراق بهادار و اسناد» و «دریافت و پرداختهای انتقالی» به ترتیب جزء کدام یک از اقلام عمده در حسابهای تراز پرداختها می باشد؟

۰۱. حساب جاری - حساب سرمایه ۰۲. حساب سرمایه - حساب سرمایه
۰۳. حساب جاری - حساب جاری ۰۴. حساب سرمایه - حساب جاری



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

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

۸- متداولترین محدودیت وارداتی برای کالاهای خارجی در سیستم بازرگانی بین المللی کدام یک از گزینه های زیر است؟

۱. کنترل ارز ۲. قوانین اداری ۳. تعرفه ۴. گمرک نامرئی

۹- کدام یک از گزینه های زیر از دلایل عدم توفیق مناطق آزاد در برخی کشورها می باشد؟

۱. ثبات سیاسی قدرت مرکزی آن کشور
۲. کمبود نیروی کار ماهر و بازده اندک نیروی انسانی
۳. مکان یابی درست مناطق
۴. فضای مساعد فرهنگی اجتماعی حقوقی درون اقتصاد ملی

۱۰- کدام یک از انواع گروه بندی های بازار بین المللی ، اتحادیه حقوق گمرکی است که نیروی کار و سرمایه به آسانی قابل مبادله است؟

۱. منطقه آزاد تجاری ۲. اتحادیه اقتصادی ۳. اتحادیه سیاسی ۴. بازار مشترک

۱۱- در کدام یک از مراحل توسعه اقتصادی روستو، صنعت در کشور شروع به پیشرفت کرده و الگوی تولید و مصرف شکسته شده و تولید و مصرف کالاهای صنعتی جایگزین آنها می گردد؟

۱. مرحله قبل از جهش ۲. مرحله بلوغ
۳. مرحله جهش ۴. مرحله تولید انبوه

۱۲- کدام یک از گزینه های زیر از شاخص های بی ثباتی در محیط سیاسی سازمان می باشد؟

۱. اختلافات فرهنگی و قومی ۲. عدم تغییر در رژیم
۳. تداوم سیاستهای دولتی ۴. سطح پایین روابط بین الملل

۱۳- « چیزی که از قدیم و به صورت سنت، تا به حال رواج داشته و بر اساس آن عمل می شود و تا حدی نیروی قانونی دارد » و « چیزی که به تصویب رسیده و جاری است » به ترتیب چه نامیده می شود؟

۱. قانون نامه - منشور ۲. قانون نامه - عرف ۳. عرف - منشور ۴. عرف - قانون نامه

۱۴- برچسب کالا بیشتر تابع کدام یک از گزینه های زیر است؟

۱. بسته بندی ۲. مقررات قانونی ۳. قیمت گذاری ۴. آداب فرهنگی



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

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

۱۵- کدام یک از گزینه های زیر از ارکان سیستم اطلاعاتی بازاریابی می باشد؟

۰۱. ارائه راه حل برای مشکلات بازاریابی
۰۲. استفاده از تکنیکهای داخلی
۰۳. روش جمع آوری اطلاعات بازاریابی
۰۴. برنامه ریزی اطلاعات بازاریابی

۱۶- در کدام یک از روشهای جمع آوری اطلاعات، جستجوی نسبتا محدود برای اطلاعات خاص و به صورت غیر رسمی انجام می شود؟

۰۱. نظاره گری
۰۲. تحقیق
۰۳. راهنمایی
۰۴. تجسس

۱۷- در کدام یک از حالتهاى مختلف توسعه جغرافیایی، شرکت دارای کیفیت تولید بالا و در عین حال پوشش منطقه ای و عدم تمرکز جغرافیایی بالا می باشد؟

۰۱. وضعیت با برتری تولید
۰۲. وضعیت برتر
۰۳. وضعیت با برتری موقعیت جغرافیایی
۰۴. وضعیت ضعیف

۱۸- کدام یک از روشهای ورود به بازار خارجی دارای ریسک کمتری بوده ولی به کنترل بیشتری نیاز دارد؟

۰۱. سرمایه گذاری مشترک
۰۲. تولید کالا در خارج
۰۳. صادرات غیر مستقیم
۰۴. مونتاژ

۱۹- در کدام یک از استراتژیهای ورود به بازار جهانی، شرکت به طور فعال در گیر بازارهای بین المللی نمی شود و محصولات شرکت توسط دیگران به بازار خارجی صادر می شود؟

۰۱. فروش داخلی
۰۲. نمایندگان فروش خارجی
۰۳. صادرات غیر مستقیم
۰۴. بازاریابی غیرمستقیم

۲۰- کدام یک از گزینه های زیر مانند شرکتهای مدیریت صادرات به صورت حق العمل کاری اما در مقیاس کوچکتری عمل می کنند؟

۰۱. دلالان و نمایندگان صادرات
۰۲. شرکتهای تجاری
۰۳. فروش به وسیله فروشندگان دیگر
۰۴. سرمایه گذاری مشترک

۲۱- کدام یک از گزینه های زیر از دلایل اصلی مالکیت یک واحد تولیدی در خارج توسط شرکتهای بین المللی می باشد؟

۰۱. افزایش سهم بازار
۰۲. انتقال تولید به داخل به دلیل کاهش هزینه
۰۳. افزایش سطح سرمایه گذاری
۰۴. ایجاد فعالیتهای بازرگانی جدید



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

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

۲۲- کدام یک از استراتژیهای ورود به بازار جهانی، کار تولیدی کاملی نیست اما ارزش افزوده عمده ای در بازار محلی ایجاد می کند؟

۱. فروش داخلی
۲. عملیات مونتاژدر خارج
۳. بازاریابی مستقیم
۴. ساخت یک شرکت جدید

۲۳- هدف بازاریابی بین المللی در دوره عمر کالا چیست؟

۱. به مرحله بلوغ رساندن محصول در بازار
۲. به مرحله معرفی رساندن محصول در بازار
۳. به مرحله رشد رساندن محصول در بازار
۴. پیش بینی دوره عمر مصرفی کالا

۲۴- کدام یک از گزینه های زیر از دلایل استراتژی یکسان سازی تولید کالا در بازاریابی بین المللی می باشد؟

۱. نیازمندی به برنامه توسعه محصول جدید
۲. فعالیت از طریق صادرات
۳. عدم صرفه جویی اقتصادی در هزینه های تحقیق و توسعه
۴. شرایط استفاده گوناگون

۲۵- «تولید قطعات محصول و محصولات قبلی و بعدی آن» و «عرضه محصولات مشابه به بازار فروش» به ترتیب چه نامیده می شود؟

۱. تنوع عمودی - تنوع افقی
۲. تنوع عمودی - تخصیص عمودی
۳. تنوع افقی - تفکیک افقی
۴. تنوع افقی - تنوع عمودی

۲۶- «فروشنده ساکت» لقب کدام یک از گزینه های زیر می باشد؟

۱. بسته بندی
۲. مارک تجاری
۳. علائم بازرگانی
۴. برند

۲۷- در بحث حمل کالا، اگر مبنای معامله، تحویل کالا در مبدأ باشد، چه تفاوتی بین دو اصطلاح Delivery و Shipment وجود خواهد داشت؟

۱. رابطه مستقیم وجود دارد.
۲. طول مدت حمل کالا از مبدأ تا مقصد
۳. رابطه معکوس وجود دارد.
۴. هیچ تفاوتی بین این دو اصطلاح وجود ندارد.

۲۸- کدامیک از گزینه های زیر به صورت سمبل، علامت و غیره به ثبت می رسد و حق قانونی استفاده از آن فقط به ثبت کننده آن تعلق دارد؟

۱. علائم تجاری
۲. مارک تجاری
۳. نام تجاری
۴. طرح تجاری



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

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

۲۹- مشکلات فرهنگی استفاده از مارک چه زمانی بروز می کند؟

۱. زمانی که مارک مفهوم نامطلوب در کشور میزبان نداشته باشد.
۲. مارک در کشور به ثبت نرسیده باشد.
۳. زمانی که در کشوری نام متداول کالا قابل تلفظ نباشد.
۴. تفاوت بین مارکهای شرکت و مارکهای ثانوی

۳۰- براساس کدام یک از گزینه های زیر شرکت به جنبه های بازاریابی برچسب زنی بیشتر از مسائل قانونی و زبانی آن علاقمند است؟

۱. جهت تسهیل سیستم مصرفی
۲. برچسب زنی راهی جهت ارتباط با مصرف کننده است.
۳. جهت حداقل کردن هزینه
۴. برچسب زنی راهی جهت ارتباط با تولید کننده است.

۳۱- کدام یک از گزینه های زیر در ارتباط با خدماتی که در توزیع ارائه می شود در نواحی جغرافیایی محدودتری مؤثر است؟

۱. نگهداری و انبارداری کالا
۲. روش مونتاژ
۳. پیشبرد فروش
۴. انتقال فیزیکی کالا

۳۲- کم هزینه ترین شیوه توزیع کدام یک از گزینه های زیر می باشد؟

۱. توزیع از طریق کارگزار
۲. فروش مستقیم به خرده فروشان که در حجم زیاد خریدار نمایند.
۳. توزیع از طریق نمایندگی فروش
۴. فروش از طریق عمده فروشان که در حجم زیاد خریدار نمایند.

۳۳- به کلیه فعالیتهای فروش کالا و خدمات به افراد یا سازمانهایی که آن را برای فروش و یا استفاده بازرگانی خریداری می نمایند، چه می گویند؟

۱. خرده فروشی
۲. توزیع وسیع
۳. عمده فروشی
۴. توزیع برگزیده

۳۴- در کدام یک از انواع خرده فروشی می توان از رکورد فروش و افزایش موجودی انبار و راکد بودن سرمایه جلوگیری کرد و کالاهای خارج از فصل امکان فروش را پیدا می کنند؟

۱. حراج در خرده فروشی
۲. فروشگاه های بزرگ
۳. فروشگاه های ارزان
۴. دستگاه های خودکار



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

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

۳۵- برای حمل « مایعاتی نظیر آبمیوه، روغن نباتی و مواد شیمیایی » و « ماشین آلات و صفحات شیشه » به ترتیب از کدام نوع از کانتینرها استفاده می شود؟

۰۱. بغل دار- صفحه ای
۰۲. صفحه ای - تانکر
۰۳. تانکر- صفحه ای
۰۴. تانکر- روباز

۳۶- کدام یک از انواع تبلیغات در مرحله رقابت مؤثر است و بعضا به صورت تبلیغات مقایسه ای اجرا می شوند؟

۰۱. تبلیغات اطلاعی
۰۲. تبلیغات ترغیب کننده
۰۳. تبلیغات یادآوری
۰۴. تبلیغات مهیج

۳۷- کدام یک از وسایل ارتباط جمعی در امر تبلیغات، دارای مزیت سهولت انتخاب شونده و نداشتن رقیب همزمان و محدودیتهایی مثل گران بودن می باشد؟

۰۱. تلفن
۰۲. مجلات
۰۳. رادیو
۰۴. تلویزیون

۳۸- هنگامیکه فقط عده خاصی مورد نظر باشند و علاقه ای به تبلیغ همه مردم وجود نداشته باشد، استفاده از چه نوع عنوانی در آگهی مناسب است؟

۰۱. خبری
۰۲. مصور
۰۳. آمرانه
۰۴. انتخابی

۳۹- کدام یک از انواع دامپینگ با تباری بنگاههای یک یا چند کشور از طریق کارتل اعمال می شود؟

۰۱. گروهی
۰۲. ارزی و عمومی
۰۳. تدافعی
۰۴. تهاجمی

۴۰- در فرایند برنامه ریزی استراتژیک، راهی که سبب جذب و رضایت بازار مقصد به منظور رسیدن به هدفهای سازمان می گردد، چه نامیده می شود؟

۰۱. برنامه های تاکتیکی
۰۲. مأموریت سازمانی
۰۳. تحلیل موقعیت
۰۴. استراتژی بازاریابی