



تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰  
زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۸۰ تشریحی: ۰  
سری سوال: یک ۱

عنوان درس: بازاریابی تولیدات و خدمات روستایی، بازاریابی محصولات کشاورزی، بازاریابی محصولات کشاورزی و منابع طبیعی، ترویج بازاریابی  
رشته تحصیلی/کد درس: مهندسی کشاورزی (اقتصاد کشاورزی)، مهندسی کشاورزی - اقتصاد کشاورزی ۱۱۲۱۰۲۷ - مهندسی کشاورزی - ترویج و آموزش کشاورزی / کد درس: مهندسی کشاورزی (اقتصاد کشاورزی)، مهندسی کشاورزی - اقتصاد کشاورزی ۱۴۱۱۵۶۳ - مهندسی توسعه روستایی، توسعه روستایی ۱۴۱۲۰۳۵  
مهندسی کشاورزی - اقتصاد کشاورزی، اقتصاد کشاورزی ۱۴۱۳۰۲۳

- ۱- «انتقال اطلاعات از شخصی به شخص یا اشخاص دیگر به منظور آگاهی آنها» چه نام دارد؟  
۱. تبلیغ ۲. آگهی ۳. ترویج ۴. ارتباط
- ۲- مهم ترین و مشکل ترین وظیفه یک بازاریاب، شناخت کدام مورد است؟  
۱. نیازهای فیزیکی ۲. نیازهای اجتماعی ۳. عوامل درونی ۴. نیازهای آینده
- ۳- زمانی که برای کالاها و خدمات عرضه شده تقاضای منفی وجود داشته باشد از کدام نوع بازاریابی استفاده می شود؟  
۱. بازاریابی انگیزشی ۲. بازاریابی توسعه ای ۳. بازاریابی تبدیلی ۴. بازاریابی مجدد
- ۴- کدام یک از عوامل آمیخته بازاریابی به اصلاح اقتصاددانان همیشه آزمایشی است؟  
۱. محصول ۲. قیمت ۳. ترویج ۴. مکان
- ۵- نخستین مرحله از سلسله عملیات کشاورزی کدام است؟  
۱. جمع آوری محصولات ۲. حمل و نقل ۳. بسته بندی و فراوری ۴. درجه بندی محصولات
- ۶- کدام گزینه بعنوان یکی از بنیادی ترین فعالیتهای بازاریابی بوده و از مهمترین مباحث بازاریابی نوین و راهبردی از زیرمجموعه کانال توزیع است که بسیار مورد توجه می باشد؟  
۱. استاندارد سازی محصولات ۲. فراوری محصولات ۳. حمل و نقل ۴. انبارداری محصولات
- ۷- در نظام مبتنی بر بازار آزاد، کدام عامل بعنوان ابزاری برای ایجاد تعادل، نقشی محوری و اساسی ایفا می کند؟  
۱. قیمت ۲. عرضه ۳. تقاضا ۴. دولت
- ۸- هدف اولیه بسته بندی محصولات چیست؟  
۱. سهولت در مبادله محصول در بازار ۲. ایجاد جاذبه برای خریدار ۳. حفاظت در مقابل صدمات ۴. کاهش ضایعات
- ۹- فاصله موجود بین حداقل توان بازار و کدام یک از موارد زیر، حساسیت کلی تقاضا را نسبت به تلاشهای بازاریابی نشان می دهد؟  
۱. بازار تقاضا ۲. میزان تقاضا ۳. اعتبار بازار ۴. توان بالقوه بازار



تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰  
زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۸۰ تشریحی: ۰  
سری سوال: ۱ یک

**عنوان درس:** بازاریابی تولیدات و خدمات روستایی، بازاریابی محصولات کشاورزی، بازاریابی محصولات کشاورزی و منابع طبیعی، ترویج بازاریابی  
**رشته تحصیلی/کد درس:** مهندسی کشاورزی (اقتصاد کشاورزی)، مهندسی کشاورزی - اقتصاد کشاورزی ۱۱۲۱۰۲۷ - مهندسی کشاورزی - ترویج و آموزش کشاورزی، ترویج و آموزش کشاورزی ۱۴۱۱۵۶۳ - مهندسی توسعه روستایی، توسعه روستایی ۱۴۱۲۰۳۵ - مهندسی کشاورزی - اقتصاد کشاورزی، اقتصاد کشاورزی ۱۴۱۳۰۲۳

۱۰- کدام گزینه به مجموعه ای از مصرف کنندگان اطلاق می شود که نسبت به یک کالای خاص علاقمندند، دارای درآمد نیز هستند و به آن کالا دسترسی نیز دارند؟

۱. بازار بالقوه ۲. بازار در دسترس ۳. بازار هدف ۴. بازار تسخیر شده

۱۱- در کدام یک از انواع بازارها معاملات تضمینی انجام می شود و نوعی بازار سلف به شمار می روند؟

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

۱۲- یکشنبه بازارها و دوشنبه بازارها که در آن تولیدکنندگان محصول خود را به بازار عرضه می کنند جزو کدام یک از انواع بازارهاست؟

۱. بازار سر مزرعه ۲. بازار خرده فروشی ۳. بازار تولید به مصرف ۴. بازار مدت دار

۱۳- کسب اطلاعات از کدام یک از منابع، معمولاً سریع تر و کم هزینه تر از اطلاعاتی است که از سایر منابع تهیه می شوند؟

۱. منابع داخلی ۲. سرویسهای اطلاعاتی بازاریابی

۳. تحقیقات بازاریابی ۴. اخبار بازاریابی

۱۴- مهمترین اثر سیستمهای اطلاعاتی غیر متمرکز چیست؟

۱. دستیابی مستقیم مدیران به اطلاعات ۲. دستیابی غیر مستقیم مدیران به اطلاعات

۳. گستردگی اطلاعات ۴. کمک به تصمیم گیری

۱۵- اولین مرحله از فرآیند تحقیقات بازاریابی کدام است؟

۱. تهیه طرح تحقیق ۲. تعریف مشکل ۳. اجرای طرح تحقیق ۴. گزارش یافته ها

۱۶- مهمترین رشته فعالیت یک کار تجاری چیست؟

۱. عملیات بازاریابی ۲. تحقیقات بازاریابی ۳. اخذ اطلاعات ۴. تخمین تقاضا

۱۷- در کدام یک از روشهای نمونه گیری، همه افراد، مکانها و اشیاء جامعه دارای احتمال یا شانس مساوی برای انتخاب شدن هستند؟

۱. نمونه گیری طبقه بندی شده ۲. نمونه گیری تصادفی ساده

۳. نمونه گیری خوشه ای ۴. نمونه گیری منطقه ای



تعداد سوالات: تستی: ۴۰، تشریحی: ۰، زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۸۰، تشریحی: ۰، سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: بازاریابی تولیدات و خدمات روستایی، بازاریابی محصولات کشاورزی، بازاریابی محصولات کشاورزی و منابع طبیعی، ترویج بازاریابی رشته تحصیلی/کد درس: مهندسی کشاورزی (اقتصاد کشاورزی)، مهندسی کشاورزی - اقتصاد کشاورزی ۱۱۲۱۰۲۷ - مهندسی کشاورزی - ترویج و آموزش کشاورزی، ترویج و آموزش کشاورزی ۱۴۱۱۵۶۳ - مهندسی توسعه روستایی، توسعه روستایی ۱۴۱۲۰۳۵ - مهندسی کشاورزی - اقتصاد کشاورزی، اقتصاد کشاورزی ۱۴۱۳۰۲۳

۱۸- گران ترین نوع تحقیق کدام است؟

۱. نظرخواهی از طریق پست
۲. مصاحبه تلفنی
۳. نظرخواهی حضوری
۴. مصاحبه گروهی

۱۹- در کدام یک از انواع تحقیق، رابطه علت و معلولی بین دو پدیده کشف و اندازه گیری می شود؟

۱. تحقیق تجربی
۲. تحقیق اکتشافی
۳. تحقیق توصیفی
۴. تحقیق میدانی

۲۰- به اعتقاد مدیران «درست انجام دادن کارها» و «انجام دادن کارهای درست» به ترتیب چه نام دارند؟

۱. اجرا - خط مشی
۲. خط مشی - اجرا
۳. مدیریت - سازماندهی
۴. سازماندهی - مدیریت

۲۱- رایج ترین و متداول ترین شکل سازمان بازاریابی چیست؟

۱. سازمان جغرافیایی
۲. سازمان عملیاتی
۳. سازمان دایره بازاریابی
۴. سازمان مدیریت محصول

۲۲- شرکتها برای بررسی منتقدانه از عملکرد کلی بازاریابی خود به کدام کنترل نیاز دارند؟

۱. کنترل تولید
۲. کنترل مدیریت محصول
۳. کنترل بازاریابی
۴. کنترل استراتژیک

۲۳- کدام نوع بازاریابی، ابزار اساسی بازاریابی مستقیم به حساب می آید؟

۱. بازاریابی با کاتالوگ
۲. بازاریابی از راه دور
۳. بازاریابی تلویزیونی
۴. بازاریابی الکترونیکی

۲۴- خرده فروشان معمولاً دلایل موفقیت خود را در کدام عامل مهم می دانند و سه بار روی آن تأکید می کنند؟

۱. تبلیغات
۲. مکان
۳. ترکیب کالاها و خدمات
۴. انتخاب بازار هدف مناسب

۲۵- کدام گزینه قسمت اعظم خرده فروشی را تشکیل می دهد؟

۱. خرده فروشی فروشگاه
۲. خرده فروشی بازاری
۳. خرده فروشی سازمانی
۴. خرده فروشی اختصاصی



تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰  
زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۸۰ تشریحی: ۰  
سری سوال: ۱ یک

**عنوان درس:** بازاریابی تولیدات و خدمات روستایی، بازاریابی محصولات کشاورزی، بازاریابی محصولات کشاورزی و منابع طبیعی، ترویج بازاریابی  
**رشته تحصیلی/کد درس:** مهندسی کشاورزی (اقتصاد کشاورزی)، مهندسی کشاورزی - اقتصاد کشاورزی ۱۱۲۱۰۲۷ - مهندسی کشاورزی - ترویج و آموزش کشاورزی، ترویج و آموزش کشاورزی ۱۴۱۱۵۶۳ - مهندسی توسعه روستایی، توسعه روستایی ۱۴۱۲۰۳۵ - مهندسی کشاورزی - اقتصاد کشاورزی، اقتصاد کشاورزی ۱۴۱۳۰۲۳

۲۶- کدام گزینه بزرگترین گروه عمده فروشان را تشکیل می دهند؟

۱. عمده فروشان تجاری
۲. دلان
۳. شعبات فروش تولیدکنندگان
۴. کارگزاران

۲۷- کدام گزینه جزو عمده فروشان با خدمات کامل محسوب می شوند؟

۱. توزیع کنندگان صنعتی
۲. عمده فروشان نقدی
۳. واسطه های فرمایشی
۴. تعاونی های تولیدکنندگان

۲۸- کدام نوع کالاها بدون برنامه ریزی قبلی یا صرف انرژی برای یافتن آنها خریداری می شوند و معمولاً همه جا در دسترسند؟

۱. کالاهای ضروری
۲. کالاهای اضطراری
۳. کالاهای اختصاصی
۴. کالاهای محرک

۲۹- کدام دسته از کالاها، کالاهای مصرفی هستند که یا مصرف کننده از وجود آن بی اطلاع است یا اطلاع دارد، اما در باره خرید آن فکر نکرده است؟

۱. کالاهای مقایسه ای
۲. کالاهای ناخواسته
۳. کالاهای راحتی
۴. کالاهای اختصاصی

۳۰- قسمتی از علامت تجاری که ادا کردنی نیست، ولی می توان با آن کالا را شناسایی کرد چه نام دارد؟

۱. نام تجاری
۲. مارک تجاری
۳. نشان تجاری
۴. برند تجاری

۳۱- بازاریابان از کدام یک از عوامل زیر در کنار P4 دیگر، بعنوان پنجمین P عناصر بازاریابی یاد می کنند؟

۱. قیمت
۲. مکان
۳. بسته بندی
۴. توزیع

۳۲- کدام یک از مراحل منحنی عمر محصول، اغلب مشکل ترین مرحله برای شرکت است؟

۱. مرحله افول
۲. مرحله بلوغ
۳. مرحله رشد
۴. مرحله معرفی

۳۳- شرکتهایی اغلب با ظرفیت مزاد روبرو می شوند یا با شرایط رقابتی بسیار جدی روبرو می شوند کدام عامل را بعنوان مهم ترین و اصلی ترین هدف خود انتخاب می کنند؟

۱. بقا
۲. به حداکثر رساندن سود جاری
۳. رهبری سهم بازار
۴. رهبری کالا از نظر کیفیت



تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰ زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۸۰ تشریحی: ۰ سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: بازاریابی تولیدات و خدمات روستایی، بازاریابی محصولات کشاورزی، بازاریابی محصولات کشاورزی و منابع طبیعی، ترویج بازاریابی رشته تحصیلی/کد درس: مهندسی کشاورزی (اقتصاد کشاورزی)، مهندسی کشاورزی - اقتصاد کشاورزی ۱۱۲۱۰۲۷ - مهندسی کشاورزی - ترویج و آموزش کشاورزی، آموزش کشاورزی، ترویج و آموزش کشاورزی ۱۴۱۱۵۶۳ - مهندسی توسعه روستایی، توسعه روستایی ۱۴۱۲۰۳۵ - مهندسی کشاورزی - اقتصاد کشاورزی، اقتصاد کشاورزی ۱۴۱۳۰۲۳

۳۴- کدام گزینه به ترتیب حد پایین و حد بالای قیمت فروش را نشان می دهد؟

۱. هزینه - تابع بازار و تقاضا
۲. تابع بازار و تقاضا - هزینه
۳. درآمد - تابع بازار و عرضه
۴. تابع بازار و عرضه - درآمد

۳۵- آسان ترین شیوه قیمت گذاری کدام است؟

۱. قیمت گذاری بر اساس ذهنیت خریدار
۲. قیمت گذاری بر اساس هزینه تمام شده
۳. قیمت گذاری بر اساس شرایط رقابتی
۴. قیمت گذاری با ارائه پیشنهاد

۳۶- تخفیفی که فروشنده برای اعضای کانال توزیع کالای خود نظیر خرده فروشان در نظر می گیرد کدام است؟

۱. تخفیفات نقدی
۲. تخفیفات مقداری
۳. تخفیفات عملیاتی
۴. تخفیفات فصلی

۳۷- کدام یک از کانالهای توزیع را غالباً تولید کنندگان کوچک مواد غذایی، دارویی و فلز آلات استفاده می کنند؟

۱. کانال 1
۲. کانال 2
۳. کانال 3
۴. کانال 4

۳۸- از میان روشهای حمل و نقل، کدام یک دارای بالاترین میزان مزایاست؟

۱. راه آهن
۲. راه آبی
۳. راه زمینی با کامیون
۴. راه هوایی

۳۹- بهترین بازار برای محصولات کشاورزی در کشورهای در حال توسعه کدام است؟

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

۴۰- کدام گزینه جزو ریسکهای شخصی به شمار نمی رود؟

۱. ریسک مالی
۲. ریسک شغلی
۳. ریسک اعتماد
۴. ریسک روحی