



748  
C

نام  
نام خانوادگی  
محل امضاء



جمهوری اسلامی ایران  
وزارت علوم، تحقیقات و فناوری  
سازمان سنجش آموزش کشور

اگر دانشگاه اصلاح شود مملکت اصلاح می‌شود.  
امام خمینی (ره)

**آزمون دانش‌پذیری دوره‌های فراگیر «کارشناسی ارشد» دانشگاه پیام نور**

**رشته‌ی مدیریت MBA (کد ۱۴۹)**

تعداد سؤال: ۹۰  
مدت پاسخگویی: ۱۲۰ دقیقه

عنوان مواد امتحانی، تعداد و شماره سؤالات

ردیف	مواد امتحانی	تعداد سؤال	از شماره	تا شماره
۱	تئوری‌های مدیریت (۱)	۳۰	۱	۳۰
۲	مدیریت استراتژیک	۳۰	۳۱	۶۰
۳	زبان تخصصی MBA	۳۰	۶۱	۹۰

**آذر ماه سال ۱۳۹۲**

نمره منفی ندارد.  
استفاده از ماشین حساب مجاز نمی‌باشد.

- ۱- در کدام مرحله از مدیریت بحران از روش‌های منظمی برای یافتن نقاط بحران خیز و ضربه‌پذیر استفاده می‌شود؟  
 (۱) اجرا (۲) پیش‌بینی و ممیزی (۳) تدوین برنامه (۴) تأمین نیروی انسانی
- ۲- کدام مورد جزو بحرانهای سازمانی - اجتماعی داخلی است؟  
 (۱) بروز سوانح طبیعی (۲) استهلاک منابع فنی و اطلاعاتی (۳) شایعه‌سازی برای سازمان (۴) اخذ رشوه توسط کارکنان برای ارائه محصولات و خدمات
- ۳- کدام مانع ارتباطی تفسیر دوره‌ای مفاهیم و معانی خط مشی‌ها، اسناد و رویه‌های مکتوب را ضروری می‌سازد؟  
 (۱) ارزشی (۲) ادراکی و شناختی (۳) زبانی (۴) عدم وضوح علایم
- ۴- هنگام استفاده از کدام سبک ارتباطی باید از ارتباط یک طرفه و پیام‌های موجز استفاده شود؟  
 (۱) تفویضی (۲) دستوری (۳) ترغیبی (۴) حمایتی
- ۵- پیچیدگی و فن آوری به ترتیب جزو کدام دسته از عوامل تعیین‌کننده سبک سازمانی هستند؟  
 (۱) داخلی - داخلی (۲) خارجی - داخلی (۳) داخلی - خارجی (۴) خارجی - خارجی
- ۶- منظور از کدام ساخت، روش‌های غیررسمی و متداول برای ارتباطات میان کارکنان است؟  
 (۱) الگویی (۲) رویه‌ای (۳) تعاملی (۴) فیزیکی
- ۷- طبق نظریه وضعیتی در کدام سبک رهبری، رهبر تصمیم‌ها را تشریح می‌کند و به کارکنان اجازه می‌دهد تا برای رفع ابهام، پرسش کنند؟  
 (۱) تفویضی (۲) تشویقی - استدلالی (۳) دستوری (۴) مشارکتی - حمایتی
- ۸- قدرت منصب، ساختار یافتگی کار و قدرت شخصی متناسب با سبک رابطه‌گرا به ترتیب چگونه می‌باشند؟  
 (۱) خوب - زیاد - ضعیف (۲) قوی - زیاد - ضعیف (۳) خوب - زیاد - قوی (۴) ضعیف - کم - قوی
- ۹- با گسترش حیطه نظارت ارتفاع ساخت سازمانی و خط فرمان به ترتیب چگونه می‌شوند؟  
 (۱) بلندتر - بلندتر (۲) کوتاه‌تر - بلندتر (۳) بلندتر - کوتاه‌تر (۴) کوتاه‌تر - کوتاه‌تر
- ۱۰- توالی وظایف مدیریت چگونه است؟  
 (۱) برنامه‌ریزی، هدایت، سازماندهی، بسیج منابع و کنترل (۲) برنامه‌ریزی، بسیج منابع و کنترل (۳) برنامه‌ریزی، سازماندهی، بسیج منابع، هدایت و کنترل (۴) بسیج منابع، سازماندهی، برنامه‌ریزی، هدایت و کنترل
- ۱۱- در کدام مرحله چرخه حیات محصول راهبرد دفاع مناسب‌تر است؟  
 (۱) افول (۲) رشد (۳) بلوغ (۴) معرفی
- ۱۲- فن گوردن پس از تعدیل چه نامیده شد؟  
 (۱) تحلیل شبکه (۲) هم‌اندیشی غیرمستقیم (۳) هم‌اندیشی مستقیم (۴) هم‌اندیشی رقابتی مستقیم
- ۱۳- در کدام نوع برنامه‌ریزی بر کارهایی تمرکز می‌شود که سازمان در حال حاضر انجام می‌دهد و تلاش می‌شود تا آنها به بهترین صورت انجام پذیرند؟  
 (۱) داخل به خارج (۲) بالا به پایین (۳) خارج به داخل (۴) پایین به بالا
- ۱۴- کدام برنامه‌ریزی مبتنی بر اندیشیدن پیش از عمل است؟  
 (۱) اقتضایی (۲) بر مبنای هدف (۳) اضطراری (۴) بر مبنای استثناء
- ۱۵- در کدام فن برنامه‌ریزی از علایمی همچون گره، خط فعالیت، نشانگر فعالیت و مدت و ... استفاده می‌شود؟  
 (۱) نمودار گانت (۲) مسیر بحرانی (۳) نمودار شبکه (۴) فن ارزشیابی و تجدیدنظر در برنامه

- ۱۶- کدام ویژگی‌ها متناسب با راهبرد تدافعی است؟  
 (۱) خلاق، نوآور، منعطف و غیرمتمرکز  
 (۲) منعطف در برابر نیازهای جاری و فاقد ویژگی‌های ساختاری مشخص  
 (۳) به شدت کنترلی، منعطف، کارآ در تولید و خلاق  
 (۴) به شدت کنترلی، متمرکز، کارآ در تولید و کاهش‌دهنده هزینه سربار
- ۱۷- کدام نوع برنامه‌ها به دو دسته‌ی یکبار مصرف و دائمی تقسیم می‌شوند؟  
 (۱) استراتژیک (۲) خط‌مشی‌ها (۳) تخصصی (۴) عملیاتی
- ۱۸- کدام مورد مشخص‌کننده محدوده‌ای است که تصمیمات آتی باید در داخل آن اتخاذ شود؟  
 (۱) خط‌مشی (۲) برنامه‌ریزی (۳) راهبرد (۴) هدفگذاری
- ۱۹- طبق اصل حیطة نظارت افراد تحت نظارت مدیران عالی نباید بیش از چند نفر باشند؟  
 (۱) ۴ (۲) ۷ (۳) ۵ (۴) ۹
- ۲۰- کدام مورد بر ایجاد هماهنگی میان اجزای درونی سازمان دلالت دارد؟  
 (۱) ترکیب (۲) سازماندهی (۳) تفکیک (۴) هماهنگی
- ۲۱- کدام بحران با به کارگیری واحدهای ستادی برای بررسی، ارزیابی و کنترل فعالیت‌های مدیریت صنفی و گروه‌های محصول به منظور تسهیل در هماهنگی حل می‌شود؟  
 (۱) استقلال (۲) رهبری (۳) کنترل (۴) تشریفات زائد اداری
- ۲۲- در کدام روش توزیع قدرت فرض می‌شود که تغییر در روابط و الگوهای کاری از تغییر در روابط بین افراد ناشی می‌شود؟  
 (۱) آموزش حساسیت (۲) ساختاری (۳) جایگزینی (۴) بحث پیرامون اطلاعات
- ۲۳- کدام ساختار متناسب با محیط ساده و پویا می‌باشد؟  
 (۱) حرفه‌ای (۲) ماشینی (۳) شعبه‌ای (۴) ساده
- ۲۴- کدام مدل با توجه به اثربخشی خود به افراد و ساختارهای ثابت تأکید می‌کند؟  
 (۱) سیستم باز (۲) هدف عقلایی (۳) روابط انسانی (۴) فرایند داخلی
- ۲۵- رابطه تمرکز با تغییر برنامه‌ای چگونه است؟  
 (۱) مستقیم (۲) معکوس (۳) به تکنولوژی بستگی دارد. (۴) رابطه‌ای با هم ندارند.
- ۲۶- اگر یک کارمند در اداره پست به جای اینکه فقط نامه‌ها را براساس نشانی مرتب کند، تحویل نامه‌ها به واحدها و نمبرزدن نامه‌ها نیز به عهده او محول شود کدام گزینه در مورد وی صدق می‌کند؟  
 (۱) توسعه شغلی (۲) طراحی شغل (۳) غنی‌سازی شغلی (۴) کار خودگردان
- ۲۷- تأکید بر انسان به عنوان عضو سازمان و ارتقاء سریع به ترتیب جزو کدام تئوری می‌باشند؟  
 (۱) امریکایی - ژاپنی (۲) ژاپنی - امریکایی (۳) امریکایی - امریکایی (۴) ژاپنی - ژاپنی
- ۲۸- کدام محقق معتقد بود که بوروکراسی رسمیت خیلی زیاد را بوجود می‌آورد که این امر تزلزل در اختیار تصمیم‌گیرندگان را به همراه خواهد داشت؟  
 (۱) آلون گلدنر (۲) فیلیپ سلزنیک (۳) رابرت مرتون (۴) ویکتور تامسون
- ۲۹- مؤسسه یا سازمان کارآفرین نمونه کدام ساختار است؟  
 (۱) بخشی (۲) ادھوکراسی (۳) حرفه‌ای (۴) ساده
- ۳۰- حیطة کنترل در تکنولوژی غیر تکراری چگونه است؟  
 (۱) وسیع (۲) متوسط به پایین (۳) متوسط (۴) متوسط به بالا

- ۳۱- کدام دیدگاه مسئولیت اجتماعی بر پایه دو اصل خیرخواهی و قیومیت استوار است؟  
 (۱) کارنگی (۲) میلتن فریدمن (۳) حساسیت اجتماعی شرکت (۴) عملکرد اجتماعی شرکت
- ۳۲- کدام گروه استراتژیک شرکت‌هایی با خط تولید محدود هستند که بر بهبود کارایی عملیات فعلی خود تمرکز می‌کنند و دارای نگرش هزینه‌گرایی هستند؟  
 (۱) مدافعان (۲) تحلیل‌گرایان (۳) فرصت‌جویان (۴) واکنش‌گرایان
- ۳۳- کدام مرحله از فرایند هوشمندی رقابتی شامل ارزیابی قابلیت استفاده داده‌هاست که از طریق اثبات صحت ارزش واقعی قابلیت درک و کفایت و اهمیت و به روز بودن اطلاعات صورت می‌پذیرد؟  
 (۱) اکتشاف (۲) توسعه (۳) بهبود (۴) تحویل
- ۳۴- کدام مورد جزو فعالیت‌های پشتیبان در زنجیره ارزش سازمان است؟  
 (۱) خدمات (۲) پشتیبانی داخلی (۳) بازاریابی و فروش (۴) زیر ساخت‌های سازمان
- ۳۵- کدام واحدها را گاهی گریه وحشی می‌نامند؟  
 (۱) سگ (۲) علامت سؤال (۳) ستاره (۴) گاو شیرده
- ۳۶- در صورتی که مزیت رقابتی ضعیف و توان مالی خوب باشد کدام استراتژی مناسب‌تر است؟  
 (۱) تدافعی (۲) تهاجمی (۳) محافظه‌کار (۴) رقابتی
- ۳۷- در کدام نوع مسئولیت سازمان خود را ملزم به انجام آن می‌داند و منبع درونی دارد؟  
 (۱) اخلاقی (۲) قانونی (۳) اقتصادی (۴) فداکارانه
- ۳۸- شروع محتاطانه و تغییر جهت به ترتیب جزو کدام استراتژی‌های هدایتی در سازمان هستند؟  
 (۱) رشد - رشد (۲) کاهش - رشد (۳) ثبات - رشد (۴) ثبات - کاهش
- ۳۹- انعطاف‌پذیری در فرایند تولید و ارائه خدمات ممتاز به مشتریان به ترتیب جزو کدام مورد در رویکرد مبتنی بر منابع شرکت است؟  
 (۱) صلاحیت سازمانی - منابع ناملموس (۲) منابع ناملموس - صلاحیت سازمانی  
 (۳) منابع ناملموس - منابع ناملموس (۴) صلاحیت سازمانی - صلاحیت سازمانی
- ۴۰- طبق چهارچوب جامع تدوین استراتژی، ماتریس استراتژی اصلی و ماتریس SWOT به ترتیب در کدام مراحل قرار می‌گیرند؟  
 (۱) مقایسه - مقایسه (۲) ورودی - مقایسه (۳) مقایسه - تصمیم‌گیری (۴) ورودی - تصمیم‌گیری
- ۴۱- در کدام رویکرد تصمیم‌گیری اخلاقی انتظار می‌رود تصمیم‌گیرنده تأثیر هر گزینه تصمیم را بر تمام گروهها در نظر بگیرد و گزینه‌ای را انتخاب کند که رضایت اکثر افراد را بهینه سازد؟  
 (۱) عدالت (۲) سودگرایانه (۳) فردگرایی (۴) حقوق اخلاقی
- ۴۲- آشکارسازی مسیر و استفاده از سایر ابزارهایی که حرکت رقیبان را آشکار می‌کند و یا آنها را از سر راه برمی‌دارد به کدام تکنیک در هوشمندی رقابتی مربوط می‌شود؟  
 (۱) پیشرو بودن در فناوری (۲) تمرین مقابله با سناریوهای رقابتی متغیر  
 (۳) جلوه‌دادن توانمندی‌های خاص تجاری (۴) جاروب کردن و کنکاش داده‌های گذشته
- ۴۳- کدام استراتژی به معنای تصمیم در جهت انجام هرگونه اقدامی است و صرفاً به شرکت در خروج از یک مشکل موقتی کمک می‌کند؟  
 (۱) اکتساب (۲) توقف (۳) سود (۴) عدم تغییر

- ۴۴- کدام استراتژی در شرایطی مفید است که امنیت در بازار برای یک سازمان مهم باشد و به عرضه‌کننده انحصاری شرکت دیگری تبدیل می‌شود؟  
 (۱) واگذاری (۲) حذف محدود (۳) اسارت (۴) تغییر اساسی
- ۴۵- ارتقاء و افزایش عقاید و ایده‌ها، افزایش کارایی سازماندهی و رهبری و امکان تغییر اهداف و کاهش هزینه‌ها از ویژگی‌های کدام مرحله چرخه عمر محصول است؟  
 (۱) بلوغ (۲) افول (۳) رشد (۴) توسعه و معرفی
- ۴۶- ادغام دو تولیدکننده خودرو مثال کدام استراتژی است؟  
 (۱) ادغام افقی (۲) ادغام عمودی پیشرو (۳) ادغام عمودی پسرو (۴) شبه ادغام
- ۴۷- کدام مورد جزو تاکتیک‌های دفاعی است؟  
 (۱) محاصره (۲) جنگ چریکی (۳) عرضه طیف کاملی از محصولات موجود (۴) مانور ایذایی
- ۴۸- کدام مورد ائتلافی است گرم و عمیق که در آن یک شرکت یا واحد تجاری یک موافقت‌نامه همکاری بلند با یک تأمین‌کننده یا توزیع‌کننده بزرگ و کلیدی منعقد می‌کند؟  
 (۱) سرمایه‌گذاری مشترک (۲) اعطای مجوز ساخت یا فروش (۳) کنسرسیوم خدمات متقابل (۴) مشارکت زنجیره ارزش
- ۴۹- مهم‌ترین ادعای کدام مکتب غیرقابل تفکیک بودن طرح‌ریزی از اجرا است؟  
 (۱) هنجاری (۲) سیستمی (۳) توصیفی (۴) ترکیبی
- ۵۰- در کدام تکنیک پیش‌بینی، متخصصان به طور مستقیم و جدا از هم احتمال حوادث را ارزیابی می‌کنند؟  
 (۱) دلفی (۲) عقیده خبره (۳) طوفان مغزی (۴) سناریونویسی پس از فراب‌آورد
- ۵۱- کدام نوع کنترل در مرحله اجرای استراتژی کاربرد داشته و بر اقدامات استراتژیک سازمان نظارت دارد؟  
 (۱) استراتژیک اجرایی (۲) پیش‌نگر (۳) همزمان (۴) پس‌نگر
- ۵۲- کدام مهارت لازم برای اجرای موفق استراتژی عبارت است از توانایی ایجاد یک شبکه از افراد در سرتاسر سازمان که می‌توانند به هنگام بروز مشکل در اجرای استراتژی، به حل آن کمک کنند؟  
 (۱) نظارت (۲) سازماندهی (۳) تخصیص (۴) تعامل
- ۵۳- عبارت: «اگر موفقیت یک شرکت ناشی از پیشگامی آن در تولید یک محصول بی‌نهایت موفق باشد، آن شرکت وسوسه می‌شود تا محصول جدید دیگری تولید کند تا بتواند رشد و موفقیت خود را تضمین و حفظ کند.» بیانگر کدام استراتژی نامناسب است؟  
 (۱) اقدام به عملی شگفت‌آور (۲) پیروی از پیشگام (۳) دست به هرکاری زدن (۴) مسابقه تسلیحاتی
- ۵۴- در کدام تاکتیک تهاجمی بازار مهاجم ممکن است به جای حمله به نقطه قوت رقیب و شاخ به شاخ با او، به بخشی از بازار که رقیب در آنها ضعیف است حمله‌ور شود؟  
 (۱) مانور ایذایی (۲) جنگ چریکی (۳) حمله از جلو (۴) شبیخون
- ۵۵- در کدام نوع ساختار وظایف داخلی حذف شده و سازمان این وظایف را از طریق قراردادهای بلند مدت به متخصصان خارج از سازمان واگذار می‌کند تا هر یک از آنها به عنوان یک واحد تجاری مستقل عمل نمایند؟  
 (۱) ساختار مبتنی بر واحدهای کسب و کار استراتژیک (۲) شبکه‌ای (۳) ماتریسی (۴) بخشی

- ۵۶- اگر میزان تغییرات لازم کم و میزان سازگاری زیاد باشد رابطه مناسب میان استراتژی و فرهنگ کدام خواهد بود؟  
 (۱) تغییر در رسالت و هنجارهای اصلی  
 (۲) حداکثرسازی هم افزایی  
 (۳) اجتناب از فرهنگ داخلی  
 (۴) تغییر استراتژی
- ۵۷- کدام نوع کنترل در سه سطح بخشی، وظیفه‌ای و فردی به کار می‌رود؟  
 (۱) فرهنگی  
 (۲) بازار  
 (۳) ستاده‌ای  
 (۴) اداری
- ۵۸- اگر اثر بخشی عملکرد گذشته زیاد و میزان تغییرات لازم کم باشد کدام رابطه بین استراتژی و رهبری بوجود می‌آید؟  
 (۱) ترکیب انتخابی  
 (۲) تعویض  
 (۳) بازآموزی  
 (۴) ثبات
- ۵۹- در کدام یک از مراحل توسعه بین‌المللی شرکت، واحد یا بخش فروش خود را همراه با ادارات مورد نیاز، در سایر کشورها ایجاد کند تا واسطه‌گری‌ها را از میان برداشته و کنترل بهتر بر روی بازاریابی داشته باشد؟  
 (۱) شرکت محلی  
 (۲) شرکت چند ملیتی با تأکید چند محلی  
 (۳) شرکت محلی با بخش صادرات  
 (۴) شرکت اساساً محلی با بخش بین‌المللی
- ۶۰- اگر پتانسیل فعالیت برای ایجاد مزیت رقابتی کم و کل ارزش افزوده فعالیت بر کالاها و خدمات شرکت نیز کم باشد کدام مورد مناسب خواهد بود؟  
 (۱) ادغام عمودی کامل  
 (۲) برون سپاری کامل  
 (۳) ادغام عمودی ناقص  
 (۴) برون سپاری ناقص

زبان تخصصی MBA

**PART A: Vocabulary**

**Directions:** Choose the word or phrase (1), (2), (3), or (4) that best completes each sentence. Then mark the answer on your answer sheet.

- 61- The reason I didn't do well in my exams is that I just didn't have ----- time to prepare.  
 1) famous                      2) cohesive                      3) durable                      4) adequate
- 62- Some people think the economy will improve soon, but many experts remain ----- about this.  
 1) psychographic              2) favorable                      3) skeptical                      4) available
- 63- We have received letters of application from several ----- candidates.  
 1) promotional                  2) dramatic                      3) prospective                  4) previous
- 64- The television company has lost a large part of its ----- since it changed its programming.  
 1) communication              2) audience                      3) responsibility                  4) element
- 65- The company needs to return to ----- extremely soon.  
 1) differentiation                  2) procedure                      3) profitability                  4) limitation
- 66- Vitamins should not be used as a ----- for a healthy diet.  
 1) development                  2) strategy                      3) competition                  4) substitute
- 67- College Board officials said that difficulties arise more from ----- than from ethnic differences.  
 1) socioeconomic                  2) integral                      3) sensitive                      4) specific
- 68- The ----- of many professions are now able to work in any EC country without having to take traditional examinations.  
 1) practitioners                  2) competitors                  3) marketplaces                  4) services

- 69- The data was analyzed according to neighborhoods, but other key ----- like credit rating, job history, saving and marital status were ignored altogether.  
 1) manufacturers      2) variables      3) discounts      4) efforts
- 70- The president blamed the rise in unemployment on the ----- economic recession.  
 1) specialized      2) global      3) indirect      4) fake

### PART B: Cloze Test

**Directions:** Read the following passage and decide which choice (1), (2), (3), or (4) best fits each space. Then mark the correct choice on your answer sheet.

During the 1980s, many companies began taking a broader perspective of marketing communication and seeing the need for a more strategic integration of promotional tools. The decade (71) ----- by the rapid development of areas such as sales promotion, direct marketing, and public relations, (72) ----- began challenging advertising's role as dominant form of marketing communication. These firms began moving toward the process of integrated marketing communications (IMC), which involves coordinating the various promotional elements and (73) ----- marketing activities that communicate with a firm's customers. As marketers embraced the concept of integrated marketing communications, they began asking their ad agencies to coordinate the use of a variety of promotional tools (74) ----- relying primarily on media advertising. (75) ----- companies also began to look beyond traditional advertising agencies and use other types of promotional specialists to develop and implement various components of their promotional plans.

- 71- 1) was characterized      2) characterizing      3) being characterized      4) characterized
- 72- 1) which      2) where      3) when      4) what
- 73- 1) one another      2) others      3) another      4) other
- 74- 1) other than      2) rather      3) rather than      4) to
- 75- 1) The number of      2) Many number      3) Numbered as      4) A number of

### PART C: Reading Comprehension

**Directions:** Read the following passage and answer the questions by choosing the best choice (1), (2), (3), or (4). Then mark the correct choice on your answer sheet.

#### Passage 1:

An advantage of publicity over other forms of promotions is its credibility. Consumers generally tend to be less skeptical toward favorable information about a product or service when it comes from a source they perceive as unbiased. For example, the success (or failure) of a new movie is often determined by the reviews it receives from film critics, who are viewed by many moviegoers as objective evaluators. Another advantage of publicity is its low cost, since the company is not paying for time or space in a mass medium such as TV, radio, or newspapers, which an organization may incur some costs in developing publicity items or maintaining a staff to do so, these expenses will be far less than those for the other promotional programs.

Publicity is not always under the control of an organization and is sometimes unfavorable. Negative stories about a company and/or its products can be very damaging. For example, recently the packaged food industry has received a great deal of negative publicity regarding the nutritional value of their products as well as their marketing practices, particularly to young people. Companies such as Kraft Food's General Mills, PepsiCo, and others have been the target of criticism by consumer activists who have argued that these companies contribute to the obesity problem in the United States by advertising unhealthy foods to children. McDonald's also had to deal with the negative publicity that was generated by the success of the documentary film Super Size Me, in which filmmaker Morgan Spurlock chronicled his decline in health while eating all of his meals at McDonald's for 30 days in row.

- 76- According to the reading what makes publicity superior to other promotional formats is that -----.
- 1) it has more credit when administered to the viewers
  - 2) it is more favorable in terms of appearance
  - 3) it is much more easily believed by the audience
  - 4) it guarantees much more success
- 77- Based on the information in the reading, in what situation do consumers show skepticism towards the information they receive?
- 1) when it is favorable about a product
  - 2) when they can easily perceive it
  - 3) when it receives a lot of reviews
  - 4) when the information is prejudiced
- 78- It can be inferred from the reading that -----.
- 1) Publicity usually appears in costly advertising media
  - 2) publicity does not require any maintenance
  - 3) companies which use publicity tend to avoid TV commercials
  - 4) consumers trust ads which are not very expensive
- 79- Why does the author mention the example of General Mills in paragraph 2?
- 1) To give an example of the situation when publicity is out of a company's control.
  - 2) To emphasize on the unhealthy nature of packaged foods.
  - 3) To establish that publicity can change a favorable image into an unfavorable one.
  - 4) To compare publicity with promotion.
- 80- The word "chronicled" near the end of the second paragraph is closest in meaning to -----.
- 1) overwhelmed
  - 2) recorded
  - 3) attributed
  - 4) confirmed

### Passage 2:

Recently there has been concern that some marketers have not been spending enough money on advertising to allow leading brands to sustain their competitive edge. Advertising proponents have been calling for companies to protect their brand equity and franchises by investing more money in advertising instead of costly trade promotions. Some companies, recognizing the important competitive advantage strong brand provide, have been increasing their investments in them. Hallmark and McDonald's are just two of many examples, Hallmark used tie-ins and product placements in the movie Polar Express, as well as in-theater advertising and consumer promotions, to go along with their traditional media advertising as part of its estimated \$138 million advertising and promotional budget, in an attempt to enhance its brand equity. Capital One has also increased its marketing efforts.



Competitors' marketing programs have a major impact on a firm's marketing strategy, so they must be analyzed and monitored. The reactions of competitors to a company's marketing and promotional strategy are also very important. Competitors may cut price, increase promotional spending, develop new brands, or attack one another through comparative advertising. One of the more intense competitive rivalries is the battle between Coca-Cola and Pepsi.

- 81- **It can be understood from the reading that -----.**
- 1) nowadays marketers' main concern is promotion of brands which sell better
  - 2) marketers tend to advertise for leading brands with strong image
  - 3) nowadays marketers, due to financial problems, do not advertise as they are supposed to
  - 4) marketers nowadays are more costly than efficient
- 82- **According to the reading, supporters of advertising expect marketers to -----.**
- 1) sustain their competitive edge by investing more money in advertizing
  - 2) enter investment business and strengthen themselves
  - 3) call companies which can protect the equity of brands
  - 4) increase brand value in stock market
- 83- **According to the reading, Hallmark is an example of a company which -----.**
- 1) abandoned traditional ads and embarked on modern advertising
  - 2) has created a strong brand within the shortest time
  - 3) has recently focused on investing in building a strong brand
  - 4) enjoys the competitive advantage its brand provides
- 84- **According to the reading, Hallmark did all of the following EXCEPT -----.**
- 1) Increasing its promotional budget by 138 million dollars
  - 2) Selling toys based on cartoon characters
  - 3) Having its products used by actors and actresses
  - 4) Advertising in movie theaters
- 85- **The word "they" in the second paragraph refers to -----.**
- 1) marketing strategies
  - 2) programs
  - 3) competitors
  - 4) firms

### Passage 3:

A product is not just a physical object; it is a bundle of benefits or values that satisfies the needs of consumers. The needs may be purely functional, or they may include social and psychological benefits. For example, the campaign for Michelin tires stresses the quality built into Michelin tires (value) as well as their performance and durability (function). The term product symbolism refers to what a product or brand means to consumers and what they experience in purchasing and using it. For many products, strong symbolic features and social and psychological meaning may be more important than functional utility. For example, designer clothing such as Versace, Gucci, and Prada is often purchased on the basis of its symbolic meaning and image, particularly by teenagers and young adults. Advertising plays an important role in developing and maintaining the image of these brands.

Product planning involves decisions not only about the item itself, such as design and quality, but also about aspects such as service and warranties as well as brand name and package design. Consumers look beyond the reality of the product and its ingredients. The product's quality, branding, packaging, and even the company standing behind it all contribute to consumers' perceptions. In an effective IMC program, advertising, branding, and packaging are all designed to portray the product as more than just a bundle of attributes. All are coordinated to present an image or positioning of the product that extends well beyond its

physical attributes. Think for a minute about the ads for Nike; the product benefits and attributes are usually not even mentioned --- yet information about the brand is communicated effectively.

- 86- **It can be understood from the reading that -----.**  
1) products satisfy consumers because they are both functional and psychological  
2) a product comprises of both physical and non-physical attributes  
3) physical objects are not always a combination of values  
4) a bundle of benefits is enough to make a product popular
- 87- **Based on the information in the reading, we can conclude that the good network coverage by Nokia phones is an example of -----.**  
1) value                      2) function                      3) bundle benefit                      4) psychological benefit
- 88- **It can be inferred from the reading that functionality -----.**  
1) is generally considered less important than social and psychological meaning  
2) has a direct relationship with symbolic features of a product  
3) refers to the high quality which characterizes a product  
4) is what consumers seek in strong brands
- 89- **Based on the reading we can understand that young people -----.**  
1) encourage advertisers to emphasize on value and function equally  
2) are more influenced by symbolic meaning and image of a product  
3) are the target of advertisements which highlight functionality  
4) tend to add more symbolic meaning to new brands
- 90- **According to the reading, all of the following shape consumers' perception of products except -----.**  
1) packaging                      2) reputation                      3) ingredients                      4) quality