

سری سوال: یک ۱

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

تعداد سوالات: نستی: ۴۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: بازاریابی محصولات کشاورزی

رشته تحصیلی/کد درس: مهندسی کشاورزی - اقتصاد کشاورزی (چندبخشی)، مهندسی کشاورزی (اقتصاد کشاورزی) ۱۱۲۱۰۲۷

۱- وضعیت "الف الف الف الف الف الف نشان دهنده رفتار کدام گروه مصرف کننده است؟

- ۱. وفادار نسبی و موقت
- ۲. وفادار ثابت
- ۳. بسیار با وفا
- ۴. بی وفا

۲- کدامیک از جمله طبقه بندی بازار از نظر موضوع مبادلات می باشد؟

- ۱. بازار بین المللی
- ۲. بازار سرمایه
- ۳. بازار محلی
- ۴. بازار منطقه ای

۳- هنگام تقسیم بازار کدامیک از متغیر های زیر بیشتر از متغیرهای دیگر استفاده می گردد؟

- ۱. روانشناختی
- ۲. جمعیت شناختی
- ۳. رفتاری
- ۴. جغرافیایی

۴- در کدام مرحله از منحنی عمر محصول، معمولاً قیمت به تدریج کاهش می یابد و رقبای ضعیف تر از بازار خارج می شوند؟

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

۵- افزایش یا حفظ مشتریان (خلاقیت یا نوآوری) جزو کدامیک از ابعاد مختلف مارکتینگ است؟

- ۱. بازاریابی
- ۲. بازاریاری
- ۳. بازاریارشناسی
- ۴. بازاریارگرایی

۶- کانون موضوعات بازاریابی چیست؟

- ۱. نیاز های مصرف کننده
- ۲. خواسته های مصرف کننده
- ۳. تقاضا
- ۴. عرضه

۷- استراتژی مدیر بازاریابی در کدام شرایط، وارونه سازی تقاضا می باشد؟

- ۱. تقاضای ناهمزمان
- ۲. تقاضای کند شونده
- ۳. تقاضای منفی
- ۴. فقدان تقاضا

۸- مهم ترین عنصر آمیخته بازاریابی کدامیک است؟

- ۱. محصول
- ۲. قیمت
- ۳. توزیع
- ۴. ترفیع

۹- کدامیک از ویژگی های محصولات کشاورزی می باشد؟

- ۱. فصلی بودن
- ۲. حجم کم
- ۳. رطوبت کم
- ۴. فاسد نشدنی

۱۰- از مزایای ادغام افقی بازار کدام گزینه است؟

- ۱. افزایش هزینه ها
- ۲. سهولت تبلیغ برای محصول
- ۳. کم کردن قدرت چانه زنی
- ۴. کنترل بر منابع تهیه محصول

تعداد سوالات: نستی: ۴۰ تشریحی: ۰ زمان آزمون (دقیقه): نستی: ۶۰ تشریحی: ۰ سری سوال: ۱: یک

عنوان درس: بازاریابی محصولات کشاورزی

رشته تحصیلی/کد درس: مهندسی کشاورزی - اقتصاد کشاورزی (چندبخشی)، مهندسی کشاورزی (اقتصاد کشاورزی) ۱۱۲۱۰۲۷

۱۱- کدامیک از واسطه های بازاریابی، مراکز تولیدی را در امر انبارداری و جابجایی کالا تا رسیدن به مقصد یاری می کنند؟

۱. دلان
۲. واسطه های مالی
۳. واحد های توزیع فیزیکی
۴. واحد های خدمات بازاریابی

۱۲- مشتریان در بازار واسطه ای به چه امری می پردازند؟

۱. خرید محصول جهت مصرف شخصی
۲. بازپروری بیشتر و تغییر و تبدیل محصول
۳. ایجاد خدمات عام المنفعه
۴. فروش مجدد محصول با تحصیل سود

۱۳- در فعالیت های بازاریابی کدامیک از فعالیتها شامل خرید و فروش می باشد؟

۱. فعالیت های فیزیکی
۲. فعالیت های مبادله ای
۳. فعالیت های تسهیلاتی
۴. فعالیت های انبارداری (تبدیلی)

۱۴- پس از تولید محصول نخستین مرحله از سلسله عملیات کشاورزی کدام مورد می باشد؟

۱. جمع آوری محصولات
۲. آماده ساختن محصولات برای مصرف
۳. خدمات بازاریابی
۴. توزیع

۱۵- در خدمات بازاریابی کدام مورد به عنوان نظام مرکبی است که هم وظیفه حفاظتی و هم وظیفه ارتباطی را به عهده دارد؟

۱. تبدیل
۲. حمل و نقل
۳. بسته بندی
۴. فرآوری

۱۶- کدام گروه از نمایشگاه ها به نام اکسیو معروف است؟

۱. نمایشگاه های غیر بازرگانی
۲. نمایشگاه های بین المللی
۳. نمایشگاه های اختصاصی
۴. نمایشگاه های مواد غذایی

۱۷- کدامیک از واسطه ها بیشتر به دنبال مخاطرات تغییر قیمت می باشند؟

۱. دلان
۲. واسطه های عامل
۳. واسطه های سوداگر و سفته باز
۴. واسطه های تجاری

۱۸- کدام گروه از عمده فروش ها شامل افرادی هستند که محصولات کشاورزی را به اصطلاح "سر زمین یا سر درخت قبل از برداشت، می خردند"؟

۱. میدان داران
۲. سلف خران
۳. تعاونی ها
۴. تجار حق العمل کار



تعداد سوالات: نستی: ۴۰ تشریحی: ۰. زمان آزمون (دقیقه): نستی: ۶۰ تشریحی: ۰. سری سوال: ۱: یک

عنوان درس: بازاریابی محصولات کشاورزی

رشته تحصیلی/کد درس: مهندسی کشاورزی - اقتصاد کشاورزی (چندبخشی)، مهندسی کشاورزی (اقتصاد کشاورزی) ۱۱۲۱۰۲۷

۱۹- کدامیک از عوامل خرده فروشی از حربه های ضد رکود و عامل افزایش گردش سرمایه است؟

۱. حراجی ها ۲. نمایندگان رسمی ۳. سوپرمارکت ها ۴. پیله وران

۲۰- کدامیک از واسطه ها هیچگونه مالکیتی بر کالا و عنوان آن ندارند؟

۱. واسطه های تجاری ۲. واسطه های سوداگر
۳. واسطه های سفته باز ۴. واسطه های عامل

۲۱- کدامیک از عوامل موثر بر حاشیه بازاریابی با حاشیه بازاریابی نسبت معکوس دارد؟

۱. فساد پذیری ۲. میزان رقابت در بازار
۳. فاصله ۴. مالیات پرداختی

۲۲- کدامیک از الگو های حاشیه بازاریابی به نام الگوی اضافه بها معروف است؟

۱. مارک آپ ۲. حاشیه نسی ۳. هزینه بازاریابی ۴. انتظارات عقلایی

۲۳- کدامیک از الگو های حاشیه بازاریابی دینامیک (پویا) می باشد؟

۱. هزینه بازاریابی ۲. حاشیه نسی ۳. مارک-آپ ۴. انتظارات عقلایی

۲۴- این نوع کارآیی عبارت است از استعداد بازار در تخصیص بهینه منابع و هماهنگ سازی تولید و مصرف؟

۱. کارآیی قیمتی ۲. کارآیی عملیاتی
۳. کارآیی عملیاتی بهبود یافته ۴. کارآیی صنعتی

۲۵- بررسی اثر تغییر رنگ در افزایش یا کاهش تقاضا جزو کدامیک از انواع تحقیق در بازاریابی می باشد؟

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

۲۶- کدامیک از روش های زیر جزو نمونه گیری احتمالی می باشد؟

۱. سهمیه ای ۲. ساده ۳. قضاوتی ۴. خوشه ای

۲۷- در مراحل تحقیقات بازاریابی، مشکل ترین و پر هزینه ترین مراحل کدام مورد است؟

۱. جمع آوری اطلاعات ۲. تهیه گزارش
۳. تهیه فرم های اطلاعاتی ۴. پردازش اطلاعات

سری سوال: ۱ یک

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

تعداد سوالات: نستی: ۴۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: بازاریابی محصولات کشاورزی

رشته تحصیلی/کد درس: مهندسی کشاورزی - اقتصاد کشاورزی (چندبخشی)، مهندسی کشاورزی (اقتصاد کشاورزی) ۱۱۲۱۰۲۷

۲۸- کدام گزینه زیر از خصوصیات تحقیقات اکتشافی می باشد؟

۱. نمونه انتخاب شده، بزرگ و نماینده واقعی کل جامعه است.
۲. فرایند تحقیق انعطاف پذیر است.
۳. اطلاعات مورد نیاز کاملا روشن و صاف است
۴. اطلاعات جمع شده بیشتر جنبه کمی دارد.

۲۹- در کدامیک از قواعد تصمیم گیری، برای هر استراتژی روی بدترین پیامد ممکن متمرکز می کند و سایر پیامدها را نادیده می گیرد؟

۱. حداکثر حداقل ها
۲. حداکثر حداکثر ها
۳. اصل دلیل ناکافی
۴. حداکثر کردن ارزش مورد انتظار

۳۰- کدام مورد زیر از ابزار های کاهش ریسک می باشد؟

۱. حمایت از تولید تک محصولی
۲. انعطاف ناپذیری فعالیت ها
۳. تنوع
۴. تمام موارد صحیح می باشد

۳۱- "الگوی تار عنکبوتی در بازار محصولات کشاورزی" خطر ایجاد کدام ریسک را بسیار پر اهمیت جلوه گر می سازد؟

۱. ریسک قیمت ها
۲. ریسک مالی
۳. ریسک تولیدی
۴. ریسک معاملات

۳۲- کدام روش زیر برای شکل گیری انتظارات شامل یک مقیاس ساده تغییرپذیری اختلاف بین پایین ترین و بالاترین پیامد ممکن می باشد؟

۱. ضریب تغییرات
۲. میانگین ها
۳. انتظار ریاضی
۴. دامنه

۳۳- کدامیک از ویژگی های عمومی بخش کشاورزی یکی از دلایل تعدد واسطه ها در بازاریابی می باشد؟

۱. ماهیت زیستی تولید
۲. فسادپذیری
۳. قانون بازده نزولی
۴. نوسانات زیر قیمت

۳۴- ابتدایی ترین مزیت شرکت تعاونی برای راهکار های بهبود بازاریابی محصولات کشاورزی چیست؟

۱. کاهش قدرت چانه زنی
۲. افزایش هزینه های بازاریابی
۳. بهبود عملیات بازاریابی
۴. فقدان عملیات بازاریابی



تعداد سوالات: نستی: ۴۰ تشریحی: ۰ زمان آزمون (دقیقه): نستی: ۶۰ تشریحی: ۰ سری سوال: ۱: یک

عنوان درس: بازاریابی محصولات کشاورزی

رشته تحصیلی/کد درس: مهندسی کشاورزی - اقتصاد کشاورزی (چندبخشی)، مهندسی کشاورزی (اقتصاد کشاورزی) ۱۱۲۱۰۲۷

۳۵- کدام مورد از مزیت های بازار بورس کالای کشاورزی جز پنجمین "عامل آمیخته بازاریابی شناخته می شود؟

۱. بسته بندی مناسب
۲. درجه بندی مناسب
۳. استاندارد کردن
۴. انبارداری مناسب

۳۶- بهترین روش برای تحول در بخش کشاورزی از نظر اقتصاددانان کدام روش زیر است؟

۱. توسعه بسته بندی
۲. توسعه بازار مالی
۳. توسعه استاندارد کردن کالا
۴. توسعه سرمایه گذاری

۳۷- کدامیک از قرارداد های مبادله در بازار بورس کالای کشاورزی ایران معاملات نسبی سنتی را به معاملات نقدی تبدیل می کند؟

۱. قرارداد های اعتباری
۲. قرارداد های نقدی
۳. قرارداد های نسبی
۴. تمام موارد صحیح می باشد

۳۸- بر اساس کدام یک از راهبرد ها در بازاریابی، شرکت می کوشد توزیع کنندگان، عرضه کنندگان مواد اولیه و یا شرکت های رقیب را تحت تاثیر و کنترل خود در آورد؟

۱. راهبرد یکپارچگی
۲. راهبرد تمایز
۳. راهبرد رهبری در هزینه ها
۴. راهبرد تمرکز

۳۹- در کدام استراتژی، یک استراتژی محافظه کارانه است با فرض عقلایی عمل کردن یک موسسه توسط موسسه دیگر اتخاذ می گردد؟

۱. استراتژی تعادلی
۲. استراتژی حداکثر حداقل
۳. استراتژی مسلط
۴. استراتژی حداقل حداقل

۴۰- کدام مورد زیر به عنوان عمومی ترین راهبرد برای بکار گیری نظریه بازی ها مورد استفاده قرار می گیرد؟

۱. راهبرد تمرکز
۲. راهبرد یکپارچگی
۳. راهبرد تمایز
۴. راهبرد نفوذ در بازار