

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۷۰ تشریحی: ۰

سری سوال: یک ۱

عنوان درس: اصول بازاریابی، بازار یابی و مدیریت بازار، بازاریابی و مدیریت بازار، بازاریابی و مدیریت بازار

روش تخصصی/گد درس: مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۰ -، مهندسی صنایع، مهندسی صنایع (چندبخشی) ۱۲۱۸۱۰۶ -، مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی ۱۲۱۸۱۲۲ -، مدیریت صنعتی (چندبخشی) ۱۲۱۸۲۶۹ -، مدیریت راه آهن (بازرگانی بین الملل)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)

بهره برداری ۱۳۱۴۰۵۱

۱- کمبودی که توسط فرد احساس می شود چه نام دارد؟

۴. مبادله

۳. تقاضا

۲. خواسته

۱. نیاز

۲- مدیریت بازاریابی را چه مدیریتی می نامند؟

۴. مدیریت فرآیند بازار

۳. مدیریت فرآیند تقاضا

۲. مدیریت فرآیند توزیع

۱. مدیریت فرآیند تولید

۳- این شیوه بازاریابی، زمانی به کار گرفته می شود که برای کالاهای خدمات عرضه شده شرکت، تقاضای منفی وجود داشته باشد.

۴. بازاریابی انگیزشی

۳. بازاریابی همزمانی

۲. بازاریابی تبدیلی

۱. بازاریابی مقابله ای

۴- پیروان این فلسفه، شناخت و ارضا نیازها و خواسته های مشتریان را در بازارهای هدف بهترین راه نیل به اهداف سازمانی می دانند.

۴. فلسفه اجتماعی

۳. فلسفه بازاریابی

۲. فلسفه فروش

۱. فلسفه کالا

۵- بازارهای بورس و اوراق بهادار جزء کدامیک از طبقه بندی های بازار از نظر نوع فعالیت می باشند؟

۴. پول

۳. کالا و خدمات

۲. کالا و فرآورده

۱. سرمایه

۶- در کدامیک از بازارهای زیر فروشندگان کم بوده و با قیمت ها برخورد تلافی جویانه می شود؟

۲. بازار انحصار کامل

۱. بازار رقابت کامل

۴. بازار انحصار چند جانبه

۳. بازار رقابت انحصاری

۷- به مجموعه شرایطی اطلاق می شود که تصمیمات بازاریابی باید با توجه به آنها اتخاذ گردیده و عملیات بازاریابی نیز با لحاظ نمودن آنها اجرا گردد.

۴. بازاریابی مصرفی

۳. محیط واسطه ای

۲. محیط بازاریابی

۱. تجزیه و تحلیل محیط

۸- در این عکس العمل در برابر محیط بازاریابی، شرکتها دارای دیدگاه مدیریت محیطی هستند و سعی می کنند به جای نظاره گر بودن، با اتخاذ تدبیر پیشگیرانه بر عوامل طبیعی اثر بگذارند.

۴. واکنش عقلائی

۳. واکنش آشکار

۲. واکنش انفعالی

۱. واکنش فعل

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۷۰ تشریحی: ۰

سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: اصول بازاریابی، بازار یابی و مدیریت بازار، بازاریابی و مدیریت بازار، بازاریابی و مدیریت بازار

وشته تحصیلی / گذ درس: مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۰ - ، مهندسی صنایع، مهندسی صنایع (چندبخشی) ۱۲۱۸۱۰۶ - ، مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی ۱۲۱۸۱۲۲ - ، مدیریت بازرگانی (بازاریابی) ۱۲۱۸۲۶۹ - ، مهندسی راه آهن -

بهره برداری ۱۳۱۴۰۵۱

-۹ در کدامیک از گزینه های زیر بازاریاب قسمت های مختلف یک بازار نا متجانس را شناسائی نموده و از بین آنها یک یا چند قسمت را که با توجه به مزیت های استراتژیک شرکت، امکان موفقیت در آن زیاد است برای فعالیت خود انتخاب می کند؟

۱. بازاریابی مت مرکز
۲. بازاریابی تفکیکی
۳. بازاریابی انبوه
۴. بازاریابی یکنواخت

-۱۰ در کدامیک از تقسیم بندی های بازار، مدیران بازاریابی، بازار را بر اساس متغیرهایی مانند: سن، جنس، سبک زندگی، نژاد و ملیت تقسیم بندی می کنند؟

۱. تقسیم جغرافیایی
۲. تقسیم جمعیتی
۳. تقسیم روانی
۴. تقسیم رفتاری

-۱۱ در کدامیک از استراتژی های بازاریابی، بدون در نظر گرفتن تفاوت بخش های مختلف بازار، کالاهای تولیدی خود را در سطح وسیعی به طور یکسان عرضه می کنند؟

۱. استراتژی بازاریابی غیر تفکیکی
۲. استراتژی بازاریابی مت مرکز
۳. استراتژی بازاریابی تفکیکی
۴. استراتژی بازاریابی متفاوت

-۱۲ هنگامی که رقبا بازار را تقسیم بندی نکرده و از بازاریابی غیر تفکیکی استفاده می نمایند، استفاده از کدام بازاریابی مفید خواهد بود؟

۱. بازاریابی یکسان
۲. بازاریابی هدف
۳. بازاریابی تفکیکی
۴. بازاریابی غیر تفکیکی

-۱۳ جمله " خشنودی مشتریان کافی نیست، تماشاگران شیفته بیافرینند" از کدام نویسنده است؟

۱. بلانچارد
۲. دراکو
۳. پیتر دراکر
۴. مازلو

-۱۴ در کدام نوع بازاریابی، محصولی به بازار عرضه می شود که کسی متقاضی آن نبوده است؟

۱. بازاریابی واکنشی
۲. بازاریابی پیش بین
۳. بازاریابی نیاز آفرین
۴. بازاریابی محتمل

-۱۵ تعدادی از افراد که دارای ارزشها، سلیقه ها و رفتارهای مشابه و مشترکی هستند چه می گویند؟

۱. فرهنگ
۲. طبقه اجتماعی
۳. خرد فرهنگ
۴. عوامل اجتماعی

-۱۶ مرحله زندگی جزء کدامیک از عوامل فردی موثر در رفتار خریداران است؟

۱. نقش و منزلت اجتماعی
۲. شخصیت

۳. سبک و شیوه زندگی
۴. عوامل شخصی

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

سربی سوال: ۱ یک زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۷۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: اصول بازاریابی، بازار یابی و مدیریت بازار، بازاریابی و مدیریت بازار، بازاریابی و مدیریت بازار

وشته تحصیلی/ گذ درس: مدیریت صنعتی ۱۳۱۸۰۷۰ - ، مهندسی صنایع، مهندسی صنایع (چندبخشی) ۱۳۱۸۱۰۶ - ، مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین الملل)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی) ۱۳۱۸۱۲۲ - ، مدیریت صنعتی (چندبخشی) ۱۳۱۸۲۶۹ - ، مهندسی راه آهن -

بهره برداری ۱۳۱۴۰۵۱

۱۷- پیش بینی اضافی تقاضا، برای موسسه کدامیک از گزینه های زیر را به همراه خواهد داشت؟

- ۱. افزایش سود شرکت
- ۲. رضایت مشتریان
- ۳. سرمایه گذاری برای توسعه
- ۴. دادن تخفیفات نقدی بیش از حد

۱۸- به تمام یا بخشی از بازار در دسترس واحد شرایط که موسسه برای انجام فعالیت های بازاریابی انتخاب می کند چه می گویند؟

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

۱۹- کدامیک از مدلها زیر جزء مدلهاست که پیش بینی کمی می باشد؟

- ۱. مدل دلفی
- ۲. مدل پیش بینی با درصد تغییر
- ۳. مدل بررسی قصد خریداران
- ۴. مدل شبیه سازی آزمایشی

۲۰- در کدامیک از مدلها پیش بینی فروش، بر روابط احتمالی موجود بین یک متغیر وابسته یا پاسخ با یک یا چند متغیر مستقل یا پیش بینی تاکید می شود؟

- ۱. مدل نمو هموار ملت- ونیترز
- ۲. مدل پیش بینی باکس و جنکینز
- ۳. مدل دلفی
- ۴. مدل پیش بینی اقتصاد سنجی

۲۱- ارزشها و باورهای یک شرکت کدام است؟

- ۱. برنامه
- ۲. خط مشی
- ۳. رسالت
- ۴. استراتژی

۲۲- کدامیک از موارد زیر نوع روابط بین افراد داخل سازمان و نحوه عمل ها و عکس العمل های آنها را نسبت به همدیگر نشان می دهد؟

- ۱. ساختار سازمانی
- ۲. قوانین
- ۳. خط مشی
- ۴. انعطاف پذیری

۲۳- در بازاری که نیازها، خواسته ها و ترجیحات مشتریان آنها با هم فرق اساسی دارند از کدام ساختار سازمانی استفاده می شود؟

- ۱. عملیاتی
- ۲. مبتنی بر بازار
- ۳. جغرافیائی
- ۴. مدیریت محصول

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

سربی سوال: ۱ یک زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۷۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: اصول بازاریابی، بازار یابی و مدیریت بازار، بازاریابی و مدیریت بازار، بازاریابی و مدیریت بازار

وشته تحصیلی/ گذ درس: مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۰ - ، مهندسی صنایع، مهندسی صنایع (چندبخشی) ۱۲۱۸۱۰۶ - ، مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین الملل)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی) ۱۲۱۸۱۲۲ - ، مدیریت صنعتی (چندبخشی) ۱۲۱۸۲۶۹ - ، مهندسی راه آهن -

بهره برداری ۱۳۱۴۰۵۱

- ۴۴- کدامیک از برنامه های بازاریابی زیر برای شرکتهای بزرگی که محصولات با مارکها و علائم تجاری متعددی تولید می کنند مناسب تر است؟

- ۱. برنامه بازاریابی خطوط تولیدی کالا
- ۲. برنامه بازاریابی انتخاب بخش خاصی از بازار
- ۳. برنامه بازاریابی هر مشتری
- ۴. برنامه بازاریابی علامت تجاری

- ۴۵- فرآیند برنامه ریزی در کدام سطح باعث انسجام تصمیمات مختلف و معینی خواهد شد که در مورد هر محصول باید اتخاذ شود؟

- ۱. مدیریت عالی
- ۲. مدیریت میانی
- ۳. مدیریت عملیاتی
- ۴. مدیریت تولید

- ۴۶- کدام گزینه مرتبط با این موضوع است که خدمات فنا پذیر بوده و عمر کوتاهی دارند؟

- ۱. غیر قابل ذخیره بودن
- ۲. قابلیت استاندارد کمتر
- ۳. تاثیر پذیری از طرز تفکرات عرضه کننده
- ۴. تأثیر پذیری از مشتریان

- ۴۷- کدامیک از موارد زیر به اظهار تمایل افراد برای محصولی خاص که به وسیله قدرت خرید پشتیبانی می شود دلالت دارد؟

- ۱. ارض
- ۲. ارزش
- ۳. خواسته
- ۴. تقاضا

- ۴۸- نوعی از تصمیم گیری که در آن مدیران بازاریابی نیازهای بازار، توان مالی خریداران و سطح کیفی محصولات رقبا را در نظر می گیرند کدام است؟

- ۱. تصمیم گیری در مورد ویژگی های محصول
- ۲. تصمیم گیری در مورد طرح کالا
- ۳. تصمیم گیری در مورد ویژگی های محصول
- ۴. تصمیم گیری در مورد طرح کالا

- ۴۹- کدامیک از گزینه های زیر در صورت اقتضاء منافع عمومی در امر قیمت گذاری دخالت می نماید؟

- ۱. واسطه های فروش
- ۲. دولت
- ۳. مدیران اجرائی
- ۴. سرمایه گذاران

- ۵۰- مشخص نبودن نتایج تحقیق قبل از اتمام آن، بیانگر کدام ویژگی تحقیقات بازاریابی است؟

- ۱. نظام یافتنگی
- ۲. عینی بودن
- ۳. جامعیت
- ۴. کارآئی

- ۵۱- اولین و مهمترین مرحله در اجرای هر نوع طرح تحقیقاتی کدام است؟

- ۱. اهداف تحقیق
- ۲. تعیین نیازها
- ۳. پردازش اطلاعات
- ۴. تعریف مسئله

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰ سری سوال: ۱ یک

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۷۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: اصول بازاریابی، بازار یابی و مدیریت بازار، بازاریابی و مدیریت بازار، بازاریابی و مدیریت بازار

روش تحصیلی/ گذ درس: مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۰ - ، مهندسی صنایع، مهندسی صنایع (چندبخشی) ۱۲۱۸۱۰۶ - ، مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی ۱۲۱۸۱۲۲ - ، مدیریت بازرگانی (بازاریابی) ۱۲۱۸۲۶۹ - ، مهندسی راه آهن -

(بازرگانی بین الملل)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی) ۱۲۱۸۱۲۲ - ، مدیریت صنعتی (چندبخشی) ۱۲۱۸۲۶۹ - ، مهندسی راه آهن -

بهره برداری ۱۳۱۴۰۵۱

۳۲- تحقیقات بازاریابی به چند دسته تقسیم می شوند؟

۱. دو دسته اکتشافی و قطعی
۲. دو دسته پرسشنامه ای و قطعی
۳. دو دسته کتابخانه ای و اکتشافی

۳۳- در کدام سیستم با تهیه برنامه های استراتژیک یا راهبردی و برنامه های کوتاه مدت و سالانه، مهمترین و بارز ترین وظیفه مدیران را مورد حمایت و پشتیبانی قرار می دهد؟

۱. سیستم اطلاعات بازاریابی
۲. سیستم برنامه ریزی بازاریابی
۳. سیستم سازمانی بازاریابی

۳۴- در این سیستم موسسات هم سطحی که کالاهای متفاوتی تولید می کنند به منظور استفاده بهینه از منابع بازاریابی با هم متعدد می شوند

۱. سیستم بازاریابی چند کاناله
۲. سیستم بازاریابی عمودی
۳. سیستم بازاریابی سنتی
۴. سیستم بازاریابی افقی

۳۵- در این استراتژی مربوط به مدل پورتر، واحد استراتژیک بازار هدف وسیعی را برای خود انتخاب نموده و کالاهای خدمات کاملاً برجسته و ممتازی را در آنها عرضه می کند که جزو درخواستهای قشر وسیعی از مردم هستند.

۱. استراتژی تغییر تدریجی
۲. استراتژی رهبری جهت
۳. استراتژی متمن کر
۴. استراتژی کانون قیمت

۳۶- این واحد استراتژیک سعی می کند با توصل به تخفیفات دوره ای قیمت و پیدا کردن سبک ها و گزینه های جدید، مشتریان خود را به خرید های مجدد و چندباره تشویق کند.

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

۳۷- عرضه یک محصول کاملاً جدید و ناشناخته به بازار به طوریکه در هیچ یک از بازارهای داخلی وجود نداشته، به کدامیک از موارد زیر اطلاق می شود؟

۱. نوآوری نسبی
۲. نوآوری مطلق
۳. نوآوری خلاقیت
۴. نوآوری اثربخشی

۳۸- در کدام روش، مدیران بازاریابی سعی می کنند اطلاعات لازم را از خریداران و سایر مخاطبان در مورد کل عمر مصرفی کالا به دست بیاورند؟

۱. روش مشکل زدایی
۲. روش زنجیره مصرف
۳. روش دلخواه
۴. روش آزمایش

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

سربی سوال: ۱ یک زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۷۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: اصول بازاریابی، بازار یابی و مدیریت بازار، بازاریابی و مدیریت بازار، بازاریابی و مدیریت بازار

روش تحصیلی/ گذ درس: مدیریت صنعتی ۱۳۱۸۰۷۰ - ، مهندسی صنایع، مهندسی صنایع (چندبخشی) ۱۳۱۸۱۰۶ - ، مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین الملل)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی) ۱۳۱۸۱۲۲ - ، مدیریت صنعتی (چندبخشی) ۱۳۱۸۲۶۹ - ، مهندسی راه آهن -

بهره برداری ۱۳۱۴۰۵۱

-۳۹- در کدام مرحله از مراحل تولید محصول جدید شرکتها سعی می کنند با استفاده از توان بالای افراد خلاق در درون یا بیرون موسسه به ایده های جدید دست یابند؟

- ۱. ایجاد ایده ها
- ۲. غربال نمودن ایده ها
- ۳. پرورش و آزمون ایده ها
- ۴. تعیین استراتژی بازاریابی

-۴۰- کدامیک از موارد زیر از ویژگی های مرحله رشد دوره عمر محصول می باشد؟

- ۱. بالا بودن قیمت کالا
- ۲. بالا بودن هزینه های تبلیغاتی
- ۳. کاهش هزینه تولید
- ۴. کم بودن رقبا

آخرین اخبار پیام نور

جدید ترین نمونه سوالات پیام نور

WWW.PNU-CLUB.COM