

نام درس: بازاریابی و مدیریت بازار

تعداد سؤال: نسی ۳۰ تکمیلی — تشریحی ۵

رشته تحصیلی: گرایش: مهندسی مدیریت و آبادانی روستاها

زمان امتحان: تستی و تکمیلی ۴۰ دقیقه تشریحی ۳۵ دقیقه

کد درس: ۱۲۱۸۱۷۵

تعداد کل صفحات: ۳

۱. بازاریابی و مدیریت بازار از چه طریقی به رفع نیازها و خواسته‌های افراد کمک می‌کند؟  
الف. فرایند تولید کالا      ب. فرآیند مبادله منابع      ج. فرآیند توزیع محصول      د. فرآیند ارائه خدمات
۲. کدامیک از نیازهای زیر متعلق به تئوری سلسله مراتب نیازهای مازاد می‌باشد؟  
الف. درک و آگاهی      ب. کسب موفقیت      ج. قدر و منزلت      د. عملکرد هیجانی
۳. سیر تکاملی بازارهای امروزی به سوی کدامیک از مبادلات زیر است؟  
الف. مبادله متمرکز      ب. مبادله غیر متمرکز      ج. مبادله تهاوتی      د. خودکفائی
۴. کدام گزینه صحیح است؟  
الف. زمانی که تقاضا منفی است وظیفه بازاریابی، بازاریابی انگیزشی است.  
ب. زمانی که تقاضا صفر است وظیفه بازاریابی، بازاریابی تبدیلی است.  
ج. زمانی که تقاضای پنهان وجود دارد، وظیفه بازاریابی، بازاریابی توسعه‌ای است.  
د. زمانی که تقاضای نامنظم وجود دارد، وظیفه بازاریابی، بازاریابی حفاظتی است.
۵. در کدامیک از بازارهای زیر، فروشنده می‌تواند حتی در درازمدت هم سودی بیش از اندازه معمول کسب کند؟  
الف. انحصار چند جانبه      ب. رقابت انحصاری      ج. انحصار کامل      د. رقابت کامل
۶. آژانس‌های خدمات بازاریابی جزء کدامیک از عوامل تشکیل دهنده محیط خرد مؤسسات می‌باشند؟  
الف. محیط داخلی مؤسسه      ب. مشتریان      ج. واسطه‌های بازاریابی      د. جوامع
۷. کدامیک از موارد زیر جزء مزایای بازاریابی متمرکز می‌باشد؟  
الف. قیمت پایین نسبت به رقبا      ب. هزینه‌های پایین تبلیغات  
ج. استفاده بهتر از فرصت‌های موجود در بازار      د. ایجاد تنوع محض برای مشتریان
۸. میزان مصرف مشتریان در کدامیک از متغیرهای اصلی تقسیم بازار مورد توجه قرار می‌گیرد؟  
الف. متغیرهای روانی      ب. متغیرهای رفتاری      ج. متغیرهای جمعیتی      د. متغیرهای جغرافیایی
۹. اگر بخش بندی بازار باعث افزایش سودآوری و بازده سرمایه‌گذاری نگردد، استفاده از کدام روش بازاریابی مناسب است؟  
الف. بازاریابی انبوه      ب. بازاریابی متفاوت      ج. بازاریابی تمرکزی      د. هیچکدام
۱۰. سخن زیبایی «چند گام بیشتر برداشتن برای کسانی که نقدینگی خود را به شما ارزانی می‌دارند، ارزشمند است» از کیست؟  
الف. کنت بلانچارد      ب. مایکل هامر      ج. پاول هرسی      د. آنتونی رابینز
۱۱. در عوامل مؤثر بر رفتار مصرف کنندگان این عامل جزء کدام عوامل روانی محسوب می‌شود؟  
الف. خرده فرهنگ      ب. شخصیت و تصور شخصی      ج. مرحله زندگی      د. باورها و عقاید
۱۲. کدامیک از موارد زیر در زمره عوامل اجتماعی مؤثر بر رفتار مصرف کنندگان قرار نمی‌گیرد؟  
الف. گروه‌ها      ب. خانواده      ج. نقش و منزلت اجتماعی      د. طبقه اجتماعی
۱۳. از کدامیک از موارد زیر می‌توان به نحو بهتری جهت اندازه‌گیری میزان موفقیت یا شکست مؤسسات بهره گرفت؟  
الف. سهم بازار      ب. میزان تولید      ج. میزان فروش      د. سهم تبلیغات
۱۴. به مجموعه‌ای از مشاهدات غیر مستقل اطلاق می‌شود که بر حسب زمان یا هر کیفیت دیگری مرتب شده باشند.  
الف. روند      ب. سری زمانی      ج. رگرسیون      د. تغییرات دوره‌ای

نام درس: بازاریابی و مدیریت بازار

تعداد سؤال: ۳۰ تکمیلی — تشریحی ۵

رشته تحصیلی: گرایش: مهندسی مدیریت و آبادانی روستاها

زمان امتحان: تستی و تکمیلی ۴۰ دقیقه تشریحی ۳۵ دقیقه

کد درس: ۱۲۱۸۱۷۵

تعداد کل صفحات: ۳

۱۵. در کدامیک از مدل‌های پیش بینی زیر بیشترین وزن به نقطه مرکزی مشاهدات داده می‌شود؟  
الف. مدل میانگین متحرک موزون  
ب. مدل نمو هموار سازی  
ج. مدل نمو هموار هلت - وینترز  
د. مدل پیش بینی باکس و جنکینز
۱۶. از مجموع فعالیت‌های مؤسسات بزرگ و کوچک، انتفاعی و غیر انتفاعی و خصوصی و دولتی هر کشوری تشکیل می‌شود؟  
الف. نظام تجاری  
ب. نظام حقوقی  
ج. نظام بازاریابی  
د. نظام اجرایی
۱۷. داشتن کنترل بیشتر بر روی عملیات مؤسسه از مزایای کدامیک از ساختارهای سازمانی زیر است؟  
الف. پویا  
ب. غیر منسجم  
ج. انعطاف پذیر  
د. غیر قابل تغییر
۱۸. ایجاد احتمالی تعارض و تضاد سازمانی از معایب این نوع سازماندهی می‌باشد:  
الف. مدیریت بازار  
ب. ماتریسی (ماتریکس)  
ج. مدیریت محصول  
د. عملیاتی
۱۹. کدامیک از وظایف مدیریتی زیر، نقش بیشتری در ایجاد پایه‌های منطقی تصمیم گیری مدیران ایفا می‌کند؟  
الف. کنترل و هدایت  
ب. هماهنگی  
ج. سازماندهی  
د. برنامه ریزی
۲۰. کدامیک از موارد زیر به معنی برنامه می‌باشد؟  
الف. اقدام بلند مدت  
ب. اقدام کوتاه مدت ویژه  
ج. اقدام استراتژیک  
د. اقدام رهیافتی
۲۱. کدامیک از موارد زیر، جزء ابزارهای اولیه اعمال هماهنگی محسوب می‌شوند؟  
الف. بودجه‌ها  
ب. ساختارهای سازمانی  
ج. اهداف  
د. موارد الف و ب
۲۲. در یک سیستم ساده بازاریابی، صنعت کدامیک از موارد زیر را از بازار دریافت می‌کند؟  
الف. ارتباطات و کالا  
ب. کالاها و خدمات  
ج. اطلاعات و پول  
د. پول و خدمات
۲۳. کدامیک از موارد زیر، باعث کسب وفاداری بیشتر مشتریان و بیمه شدن مؤسسه در مقابل رقبا می‌شود؟  
الف. طرح برجسته محصول  
ب. بسته بندی زیبا و جذاب  
ج. کیفیت بالای محصول  
د. علائم تجاری معروف و خوشنام
۲۴. مشخص نبودن نتایج تحقیق قبل از اتمام آن، بیانگر کدامیک از ویژگیهای تحقیقات بازاریابی است؟  
الف. نظام یافتگی تحقیقات  
ب. عینی بودن تحقیقات  
ج. جامعیت تحقیقات  
د. کارآیی تحقیقات
۲۵. با این استراتژی، شرکت سعی می‌کند، میزان فروش محصول فعلی خود را در بازارهای فعلی افزایش دهد:  
الف. استراتژی تنوع  
ب. استراتژی توسعه محصول  
ج. استراتژی توسعه بازار  
د. استراتژی نفوذ در بازار
۲۶. موقعیت تجاری یک واحد تجاری استراتژیک بر پایه کدامیک از معیارهای زیر تعیین می‌شود؟  
الف. ظرفیت تولید  
ب. اندازه و حجم واحد  
ج. تعداد و انواع رقبا  
د. میزان حاشیه سود
۲۷. تولید محصول در کدامیک از مراحل تولید و عرضه کالای جدید صورت می‌گیرد؟  
الف. مرحله پنجم  
ب. مرحله چهارم  
ج. مرحله ششم  
د. مرحله هفتم

نام درس: بازاریابی و مدیریت بازار

تعداد سؤال: نسی ۳۰ تکمیلی — تشریحی ۵

رشته تحصیلی: گرایش: مهندسی مدیریت و آبادانی روستاها

زمان امتحان: تستی و تکمیلی ۴۰ دقیقه تشریحی ۳۵ دقیقه

کد درس: ۱۲۱۸۱۷۵

تعداد کل صفحات: ۳

۲۸. کدامیک از ویژگی‌های زیر به دوره زوال و افول محصول تعلق دارد؟

- الف. بالا بودن هزینه‌های تبلیغاتی  
ب. کاهش شدید قیمت فروش  
ج. افزایش بودجه تحقیق و توسعه  
د. کاهش هزینه تولید واحد کالا

۲۹. کدامیک از موارد زیر جزء موانع اصلی خلاقیت به حساب نمی‌آید؟

- الف. ترس از شکست و انتقاد  
ب. عدم اعتماد به نفس  
ج. عدم تمایل به هم‌رنگی  
د. عدم تمرکز ذهنی

۳۰. شعار پس گرفته شدن اجناس فروخته شده، در ارتباط با کدامیک از مبانی خلاقیت و نوآوری می‌باشد؟

- الف. رفاه و سازگاری  
ب. معکوس سازی  
ج. حذف نمودن  
د. جانشین سازی

### سؤالات تشریحی

- شرایط لازم برای انجام یک مبادله را بیان نمایید.
- انواع مدل‌های کیفی پیش بینی فروش را فقط نام ببرید.
- گام‌های اساسی در برنامه ریزی بازاریابی را فقط نام ببرید.
- سیستم‌های چهارگانه یک سیستم بازاریابی را فقط نام ببرید.
- نقاط قوت و مزایای مدل‌های برنامه ریزی استراتژیک را که نقش عمده‌ای در موفقیت مؤسسات دارند ذکر کنید.