



نام نام خانوادگی محل امضاء

صبح چهارشنبه
۸۸/۱۱/۲۸

۲/۲ دفترچه

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

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

آزمون ورودی دوره‌های کارشناسی ارشد نایپیوسته داخل – سال ۱۳۸۹

مجموعه مدیریت – کد ۱۱۴۲

مدت پاسخگویی: ۱۵ دقیقه

تعداد سؤال: ۳۰

عنوان مواد امتحانی، تعداد و شماره سوالات

ردیف	مواد امتحانی	تعداد سؤال	از شماره	تا شماره
۱	بازاریابی	۳۰	۱۶۱	۱۹۰

یهمن ماه سال ۱۳۸۸

استفاده از ماشین حساب مجاز نمی باشد.

- اولين قدم در عرضه واقعی فروش در فرآيند فروش حضوري، کدام است؟
-۱۶۱
 ۱) جلب توجه مشتری ۲) سوق دادن مشتری به خريد ۳) تحريك ميل خريదاران
 بسته‌بندی کالا جزو زیرمجموعه‌های کدام‌يک از آمیخته‌های بازاریابی است?
-۱۶۲
 ۱) قیمت ۲) پیشبرد فروش ۳) مکان توزيع
 هنگام به کارگیری کدام‌يک از استراتئی‌های بازاریابی شرکت‌ها به تفاوت در نیاز خريదاران توجهی نداشته و بازار را به صورت یک مجموعه در نظر می‌گیرند؟
-۱۶۳
- ۱) تطبیقی ۲) یکسان
 کدام مورد از اجزاء تشکیل‌دهنده متغیرهای روان‌شناختی در فرآیند تقسیم بازار می‌باشد?
-۱۶۴
 ۱) میزان وفاداری ۲) شخصیت ۳) منافع موردنظر
 زمانی که تقاضای بازار ناسالم باشد، مدیر بازاریابی بهتر است از چه نوع بازاریابی استفاده نماید?
-۱۶۵
 ۱) تبدیلی ۲) محافظتی ۳) مقابله‌ای
 باورها و عقاید گروههای مرجع مربوط به کدام‌يک از عوامل مؤثر در رفتار مصرف‌کننده است?
-۱۶۶
 ۱) موقعیتی ۲) فرهنگی - اجتماعی ۳) روانی و فردی
 کدام‌يک از تاکتیک‌های حمله به رقبا در بازارهای دارای تکنولوژی برتو، متدالول تر است?
-۱۶۷
 ۱) محاصره ۲) حمله حاشیه‌ای ۳) حمله از رو به رو
 کدام عبارت بیانگر مفهوم قرارداد CIF در تجارت بین‌المللی می‌باشد?
-۱۶۸
 ۱) بهای خرید کالا و تحويل روی عرشه کشتی در مقصد به اضافه کرایه حمل تا مقصد
 ۲) تحويل در عرشه کشتی به اضافه بیمه
 ۳) تحويل در مقصد به اضافه بیمه و کرایه حمل تا مقصد
 ۴) تحويل در مبدأ روی عرشه کشتی به اضافه بیمه و کرایه حمل تا مقصد
 منشاء و رکن اساسی نظام بازاریابی روی کدام عامل استوار است?
-۱۶۹
- ۱) فروشنده‌گان ماهر ۲) قیمت مناسب محصول
 ۳) نیازها و خواسته‌های انسان ۴) بهبود کیفیت محصول
 در شبکه «توسعه و گسترش محصول - بازار»، معروفی یک محصول با مشخصات کاملاً جدید یا بهره‌گیری از تکنولوژی جدید چه نامیده می‌شود?
-۱۷۰
- ۱) گسترش محصول ۲) رشد خارجی ناهمگون ۳) توسعه بازار ۴) نفوذ در بازار
 کدام‌يک از فلسفه‌های مدیریت بازاریابی روی فعالیت‌های چشم‌گیر تبلیغات و ترفیعات برای کسب سود تأکید می‌نماید?
-۱۷۱
 ۱) گرایش تولید ۲) گرایش بازاریابی ۳) گرایش محصول ۴) گرایش فروش
 کدام‌يک از استناد متدالول در امر تجارت بین‌المللی دلالت بر مالکیت خريదار نسبت به کالای خريداری شده دارد?
-۱۷۲
 ۱) بیمه نامه ۲) سیاهه (صورتحساب) بازرگانی ۳) گواهی بازرگانی
 در کدام‌يک از روش‌های قیمت‌گذاری، شرکت‌ها برای صدمه زدن به رقبا قیمت‌های خود را در سطح بسیار پایین معین می‌کنند?
-۱۷۳
- ۱) انطباقی ۲) تنبیه‌ی و تخریبی ۳) بر اساس همکاری ۴) فرصت طلبانه
 زمانی که برای کالاها و خدمات عرضه شده شرکت، تقاضای منفی وجود داشته باشد وظیفه اساسی بازاریابی چه خواهد بود?
-۱۷۴
 ۱) ایجاد تقاضا ۲) تعديل تقاضا ۳) تبدیل تقاضا ۴) حفظ تقاضا
 جهانی فکر کردن و محلی عمل کردن جزو کدام‌يک از نیروهای بازدارنده است?
-۱۷۵
 ۱) فرهنگ سازمانی ۲) کوتاه‌نگری مدیریت ۳) اختلاف موجود بین بازارها ۴) کنترل‌های مالی
 بازاریابی دوباره هنگامی به کار می‌رود که تقاضا برای کالا و خدمات
-۱۷۶
 ۱) سرعت بیشتری از عرضه داشته باشد.
 ۲) سرعت کمتری از عرضه داشته باشد.
 ۳) متزلزل باشد و پیش‌بینی کاهش بیشتری در تقاضاها وجود داشته باشد.
 ۴) فصلی باشد و پیش‌بینی کاهش بیشتری در تقاضاها وجود داشته باشد.
 چنانچه محصول یک شرکت در مرحله رشد از چرخه عمر کالا قرار داشته باشد، باید از چه نوع آگهی‌های تبلیغاتی استفاده نمود?
-۱۷۷
- ۱) آگاهی‌دهنده ۲) ترغیب‌کننده ۳) یادآوری‌کننده
 بروزی «ائز تبلیغات بر سطح فروش» حاکی از چه نوع تحقیقی است?
-۱۷۸
 ۱) آكتیشفی ۲) توصیفی ۳) تحلیلی

- نفوذ در بازار و معرفی و شناساندن سازمان و محصولات آن، به کدام یک از ابعاد گوناگون بازاریابی اشاره دارد؟
 ۱) بازارگرایی ۲) بازارسازی ۳) بازارستجو ۴) بازارداری
 ۱۷۹-
- از لحاظ تئوری‌های اقتصادی، هدف اصلی فعالیت‌های ترفیعی و تشویقی، تغییر محل و شکل منحنی‌های محصولات شرکت می‌باشد.
 ۱) عرضه و تقاضا ۲) عرضه و درآمد ۳) تقاضا و قیمت ۴) تقاضا و درآمد
 ۱۸۰-
- تخفیف‌های انباشتی و غیرانباشتی جزو کدام دسته از انواع تخفیف‌ها می‌باشند؟
 ۱) مقداری ۲) نقدی ۳) ترفیعی ۴) تجاری
 ۱۸۱-
- ارائه غیرشخصی محصولات، خدمات و ایده‌ها به وسیله مسؤول شناخته شده دلالت بر کدام یک از اجزای آمیخته ترفیع و تشویق دارد؟
 ۱) آگهی ۲) روابط عمومی ۳) پیشبرد فروش ۴) فروش شخصی
 ۱۸۲-
- کدام ویژگی‌ها جزو خصوصیات اصلی خدمات، نمی‌باشد؟
 ۱) ناملموس بودن ۲) تفکیک ناپذیری ۳) مشابه بودن و پیوستگی ۴) عدم ذخیره‌سازی
 ۱۸۳-
- الگوهای نهادی جزو کدام یک از عناصر محیط بازاریابی می‌باشند؟
 ۱) رقابتی ۲) تکنولوژیکی ۳) سیاسی، قانونی و اقتصادی ۴) اجتماعی و فرهنگی
 ۱۸۴-
- کدام یک از چهاربخش ماتریس گروه مشاورین بoustون در برگیرنده واحدهایی است که شرکت باید بکوشد تا این واحدها را منحل کند یا تغییر دهد؟
 ۱) گاوهای شیرده ۲) ستاره‌ها ۳) علامت سوال ۴) سگها
 ۱۸۵-
- استراتژی «حملیت و توجه مجدد» (در روش جنرال الکتریک)، متناسب آن دسته از واحدهای خودگردان شرکت است که در منطقه موقعیت رقابتی و جذابیت بازار قرار دارند.
 ۱) قوی - زیاد ۲) قوی - کم ۳) ضعیف - زیاد ۴) ضعیف - کم
 ۱۸۶-
- فرآیند تصمیم‌گیری خرید مصرف‌کننده به ترتیب شامل کدام مرحله‌هاست؟
 ۱) تشخیص مسئله، ارزیابی گزینه‌ها، جستجوی اطلاعات، تصمیم خرید و رفتار پس از خرید
 ۲) جستجوی اطلاعات، ارزیابی گزینه‌ها، تشخیص مسئله، تصمیم خرید و رفتار پس از خرید
 ۳) تشخیص مسئله، جستجوی اطلاعات، ارزیابی گزینه‌ها، تصمیم خرید و رفتار پس از خرید
 ۴) جستجوی اطلاعات، تشخیص مسئله، ارزیابی گزینه‌ها، تصمیم خرید و رفتار پس از خرید
 ۱۸۷-
- منتظر از عبارت «بازار رخنه شده»، چیست؟
 ۱) گروه مصرف‌کنندگانی که هیچ محدودیتی برای خرید کالا / خدمت ندارند.
 ۲) جمع کل خریدارانی که علاقه، درآمد کافی و دسترسی به محصول دارند.
 ۳) گروه مصرف‌کنندگانی که از شرکت مورد نظر یا رقبا کالا / خدمت خریده‌اند.
 ۴) قسمتی از بازار که شرکت آمیخته بازاریابی خود را به آن گروه عرضه می‌کند.
 ۱۸۸-
- درجهای که یک محصول با انتظارات مشتری و مشخصات ارائه شده تطابق دارد، را چه می‌نامند؟
 ۱) ارزش ۲) کیفیت ۳) تصویر ذهنی ۴) بازارگرایی
 ۱۸۹-
- کدام یک از موارد زیر برای ارزیابی کیفی اثربخشی تبلیغات مورد استفاده قرار می‌گیرد؟
 ۱) افزایش یا کاهش محبوبیت نام و علامت تجاری ۲) ذهنیت مثبت یا منفی نسبت به کالا یا شرکت
 ۳) افزایش یا کاهش رضایت مصرف‌کننده
 ۱۹۰-

PardazeshPub.com

