



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

عنوان درس: اصول بازاریابی، بازاریابی و مدیریت بازاریابی و مدیریت بازر، بازاریابی و مدیریت بازر

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۰ - مهندسی صنایع (چندبخشی)، مهندسی صنایع، مهندسی صنایع ۱۲۱۸۱۰۶ - مدیریت بازرگانی
- بازاریابی - بازرگانی بین الم، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین الملل)، مدیریت بازرگانی (۱۲۱۸۱۲۲)
مهندسی مدیریت و آبادانی روستاها ۱۲۱۸۱۷۵ - مدیریت صنعتی (چندبخشی) ۱۲۱۸۲۶۹ - مهندسی راه آهن - بهره،
پرداری ۱۳۱۴۰۵۱

۱- کدامیک از گزینه های زیر واحد اندازه گیری بازاریابی به شمار آید؟

۱. کالا ۲. مبادله ۳. معامله ۴. تقاضا

۲- در کدام فلسفه مدیریت بازاریابی، مصرف کنندگان در جستجوی کالایی با بهترین کیفیت و عملکرد می باشند؟

۱. فلسفه تولید ۲. فلسفه کالا ۳. فلسفه فروش ۴. فلسفه بازاریابی

۳- زمانیکه بعضی فصول و زمانهای سال عرضه و تقاضا با هم برابر نباشند از کدام بازاریابی استفاده می شود؟

۱. بازاریابی مجدد ۲. بازاریابی انگیزشی ۳. بازاریابی مقابله ای ۴. بازاریابی همزمانی

۴- کدامیک از فلسفه های بازاریابی به عنوان جدیدترین نگرش در میان نگرش های مختلف بازاریابی می باشد؟

۱. فلسفه تولید ۲. فلسفه فروش ۳. فلسفه بازاریابی اجتماعی ۴. فلسفه بازاریابی

۵- فلیپ کاتلر و گری آرمسترانگ چند نوع بازار را به موسسات معرفی می نمایند؟

۱. ۳ نوع ۲. ۴ نوع ۳. ۵ نوع ۴. ۶ نوع

۶- منغیرهایی از جمله ترکیب خریداران، توانایی خرید، خواسته ها و نیازها مربوط به کدام محیط بازاریابی است؟

۱. محیط سازمانی ۲. محیط بازار ۳. محیط عمومی ۴. محیط ناشناخته

۷- تعریف زیر بیانگر کدامیک از عوامل اصلی محیط کلان موسسه می باشد؟

"از مجموعه قوانین و مقررات، سازمانهای دولتی و گروهها که در یک جامعه مشخص برای افراد و سازمان ها محدودیت ایجاد کرده و تصمیمات بازاریابی را تحت تاثیر قرار می دهد."

۱. نیروهای سیاسی ۲. نیروهای جمعیت شناختی
۳. نیروهای طبیعی ۴. نیروهای فرهنگی

۸- بزرگترین و نیرومندترین کسب و کارها حداکثر چند درصد از سهم بازار را بدست می آورند؟

۱. ۶۰ درصد ۲. ۵۰ درصد
۳. ۴۰ درصد ۴. ۳۰ درصد

۹- در کدام حالت از تقاضا، بازاریابی مقابله ای باید اجرا شود؟

۱. تقاضای ناسالم ۲. تقاضای بیش از حد ۳. تقاضای نامنظم ۴. عدم تقاضا



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

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

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۰ - مهندسی صنایع (چندبخشی)، مهندسی صنایع، مهندسی صنایع ۱۲۱۸۱۰۶ - مدیریت بازرگانی

(بازاریابی - بازرگانی بین الم، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین الملل)، مدیریت بازرگانی ۱۲۱۸۱۲۲ -

مهندسی مدیریت و آبادانی روستاها ۱۲۱۸۱۷۵ - مدیریت صنعتی (چندبخشی) ۱۲۱۸۲۶۹ - مهندسی راه آهن - بهره

پرداری ۱۳۱۴۰۵۱

۱۰- در کدام حالت بازاریابی به دلیل ذوق و سلیقه و ترجیحات متفاوت خریداران، کالاهای تولیدی در کیفیت، ابعاد و اندازه های مختلف عرضه می شود؟

۱. بازاریابی تفکیکی ۲. بازاریابی انبوه ۳. بازاریابی نیمه متمرکز ۴. بازاریابی متمرکز

۱۱- توجه کردن به سن، جنسیت، نژاد و میزان درآمد جزء کدام متغیرهای اصلی تقسیم بازار به شمار می آید؟

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

۱۲- به سهم بازار موسسه نسبت به بزرگترین رقیب خود در بازار که اصطلاحاً رهبر نامیده می شود، چه می گویند؟

۱. سهم بازار رقیب ۲. سهم بازار رهبر ۳. سهم بازار مطلق ۴. سهم بازار نسبی

۱۳- به بازاری که در آن افراد علاقه و نیاز به کالا دارند ولی پول کافی برای خرید نداشته باشند چه می گویند؟

۱. بازار فعال ۲. بازار محتمل ۳. بازار بالقوه ۴. بازار پنهان

۱۴- کدامیک از بازاریابی های زیر دلیرانه ترین نوع بازاریابی به شمار می آید؟

۱. بازاریابی واکنشی ۲. بازاریابی پیش بین ۳. بازاریابی نیاز آفرین ۴. بازاریابی مقابله ای

۱۵- کدامیک از محرک های زیر جزء محرک های بازاریابی می باشد؟

۱. قیمت ۲. عوامل تکنولوژیکی ۳. شرایط اقتصادی ۴. شرایط اجتماعی

۱۶- عملی که باعث ایجاد تغییراتی در رفتار شخص می شود چه نام دارد؟

۱. انگیزه ۲. ادراک ۳. یادگیری ۴. باور

۱۷- به تمام یا بخشی از بازار در دسترس واجد شرایط که موسسه برای انجام فعالیتهای بازاریابی انتخاب می کند، چه می گویند؟

۱. بازار در دسترس ۲. بازار در دسترس واجد شرایط

۳. بازار تسخیر شده ۴. بازار هدف

۱۸- کدام گزینه جزء مدل های کمی پیش بینی می باشد؟

۱. روش دلفی ۲. مدل تست بازار

۳. مدل پیش بینی اقتصادسنجی ۴. شبیه سازی آزمایش بازار



سری سوال: ۱ یک

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

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

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

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۰ - مهندسی صنایع (چندبخشی)، مهندسی صنایع، مهندسی صنایع ۱۲۱۸۱۰۶ - مدیریت بازرگانی

(بازاریابی - بازرگانی بین المل، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین الملل)، مدیریت بازرگانی ۱۲۱۸۱۲۲ -

مهندسی مدیریت و آبادانی روستاها ۱۲۱۸۱۷۵ - مدیریت صنعتی (چندبخشی) ۱۲۱۸۲۶۹ - مهندسی راه آهن - بهره

پرداری ۱۳۱۴۰۵۱

۱۹- از کدام روش پیش بینی زیر به عنوان روش نظریه کارشناسی نیز نام برده می شود؟

۱. روش دلفی ۲. مدل تست بازار

۳. مدل پیش بینی اقتصادسنجی ۴. شبیه سازی آزمایش بازار

۲۰- کدامیک از عوامل موثر بیان شده در طراحی سازمان زیرمجموعه اهداف موسسه می باشد؟

۱. رسالت ۲. نوع مشتری

۳. شکل فرایند تصمیم گیری ۴. نوع فروش

۲۱- ساختار ماتریسی از ترکیب کدام ساختارهای سازمانی تشکیل شده است؟

۱. بازار/ محصول ۲. بازار/ جغرافیایی ۳. محصول/ عملیاتی ۴. عملیاتی/ جغرافیایی

۲۲- در تقسیم بندی سطوح سازمانی و برنامه ریزی استراتژیک، مدیریت کلان موسسه در کدام سطح قرار می گیرد؟

۱. سطح اول ۲. سطح دوم ۳. سطح سوم ۴. سطح چهارم

۲۳- از نظر کاتلر در ساختار ماتریسی، قدرت نهایی باید در دست چه کسی باشد؟

۱. مدیر محصول ۲. مدیر بازار ۳. مدیر جغرافیایی ۴. مدیر عملیاتی

۲۴- اگر شرکتی محصولات مختلف با مارک و علائم متعدد تولید نماید، مناسب ترین برنامه بازاریابی که باید انتخاب شود کدام است؟

۱. برنامه بازاریابی خطوط تولید کالا ۲. برنامه بازاریابی بخش خاصی از بازار

۳. برنامه بازاریابی هر مشتری ۴. برنامه بازاریابی علامت تجاری

۲۵- تصمیمات بازاریابی در چه سطحی از مدیریت اتخاذ می شود؟

۱. مدیریت عالی و میانی ۲. مدیریت میانی و عملیاتی

۳. مدیریت میانی و سرپرستان ۴. مدیریت عالی و عملیاتی

۲۶- در این بخش از یک برنامه عملیاتی بازاریابی، اهداف و تعاریف اصلی طرح و برنامه به طور مختصر شرح داده می شود؟

۱. خلاصه اجرایی و جدول محتویات ۲. موقعیت فعلی بازاریابی

۳. برنامه های کاری ۴. اهداف



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

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

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۰ - مهندسی صنایع (چندبخشی)، مهندسی صنایع، مهندسی صنایع ۱۲۱۸۱۰۶ - مدیریت بازرگانی

(بازاریابی - بازرگانی بین الم، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین الملل)، مدیریت بازرگانی ۱۲۱۸۱۲۲ -

مهندسی مدیریت و آبادانی روستاها ۱۲۱۸۱۷۵ - مدیریت صنعتی (چندبخشی) ۱۲۱۸۲۶۹ - مهندسی راه آهن - بهره

بررداری ۱۳۱۴۰۵۱

۲۷- نتیجه نهایی بازاریابی روابط چیست؟

- ۰۱ برنامه ریزی بازاریابی ۰۲ شبکه بازاریابی ۰۳ کانال های بازاریابی ۰۴ آمیخته های بازاریابی

۲۸- در این نوع رقابت یک شرکت همه شرکت هایی را که محصول یا گروهی از محصولات مشابه را تولید می کنند به عنوان رقیب خود می شناسد؟

- ۰۱ رقابت مارک ۰۲ رقابت صنعت ۰۳ رقابت فرم ۰۴ رقابت عمومی

۲۹- کدامیک از بخش های یک موسسه، مسولیت دوگانه (پایین نگه داشتن هزینه - بالا بردن درآمدها) را به عهده دارد؟

- ۰۱ بخش تولید ۰۲ بخش برنامه ریزی ۰۳ بخش بازاریابی ۰۴ بخش کنترل

۳۰- قیمت گذاری بالاتر نسبت به رقبا، در کالاهایی با کیفیت مشابه، چه تاثیری بر رقابت خواهد داشت؟

- ۰۱ تشدید رقابت ۰۲ کاهش رقابت ۰۳ خروج رقبا ۰۴ رقابت را به حد صفر می رساند.

۳۱- "شرایط اعتباری" زیرمجموعه کدامیک از آمیخته های بازاریابی به شمار می آید؟

- ۰۱ محصول ۰۲ مکان توزیع ۰۳ پیشبرد فروش ۰۴ قیمت

۳۲- در سیکل عمر کالاها در مرحله بلوغ، مدیران بازاریابی بهتر است از کدام استراتژی بازاریابی برای نفوذ بیشتر در بازار استفاده نمایند؟

- ۰۱ استراتژی متمرکز ۰۲ استراتژی تفکیکی ۰۳ استراتژی یکسان ۰۴ استراتژی غیرتفکیکی

۳۳- منظور از عینی بودن تحقیقات بازاریابی چیست؟

- ۰۱ منظم بودن روش جمع آوری اطلاعات ۰۲ تصمیم گیری درست محقق ۰۳ تاثیر نپذیرفتن از ذهنیت های شخصی محقق ۰۴ شناخت مسئله یا فرصت

۳۴- کدامیک از تکنیک های زیر به تکنیک ایفای نقش معروف است؟

- ۰۱ تکنیک تکمیل ۰۲ تکنیک تشریح ۰۳ تکنیک تداعی عکس ۰۴ تکنیک ارتباط

۳۵- موجودی برداری عینی کالا توسط مشاهده گر از منزل افراد مورد نظر بیانگر کدام روش جمع آوری در حالت مشاهده است؟

- ۰۱ روش ممیزی ۰۲ مشاهده شخصی ۰۳ تحلیل محتوا ۰۴ ارتباط



تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰ زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۶۰ تشریحی: ۰

سری سوال: ۱ یک

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

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۰ - مهندسی صنایع (چندبخشی)، مهندسی صنایع، مهندسی صنایع ۱۲۱۸۱۰۶ - مدیریت بازرگانی

(بازاریابی - بازرگانی بین الم، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین الملل)، مدیریت بازرگانی ۱۲۱۸۱۲۲ -

مهندسی مدیریت و آبادانی روستاها ۱۲۱۸۱۷۵ -، مدیریت صنعتی (چندبخشی) ۱۲۱۸۲۶۹ -، مهندسی راه آهن - بهره

پرداری ۱۳۱۴۰۵۱

۳۶- این سیستم بازاریابی از طریق نظارت و بررسی مستمر فعالیت های بخش بازاریابی و ارزیابی نتایج و مقایسه آنها با نتایج مورد انتظار، به مدیران کمک می نماید؟

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

۳۷- در ماتریس موقعیتی بازار - محصول، زمانیکه شرکت سعی می کند محصول فعلی خود را در بازارهای جدیدتری به فروش برساند، از کدام استراتژی استفاده کرده است؟

۱. نفوذ در بازار
۲. توسعه بازار
۳. توسعه محصول
۴. تنوع

۳۸- حیطة رقابت و مزیت رقابتی مفاهیم کلیدی کدام مدل بازاریابی می باشند؟

۱. مدل موقعیتی بازار - محصول
۲. مدل گروه مشاوران بوستون
۳. مدل تجزیه تجاری جنرال الکتریک
۴. مدل استراتژی عمومی پورتر

۳۹- این تعریف از خلاقیت مربوط به کیست؟

خلاقیت یعنی توانایی ربط و وصل موضوعات در هر حوزه و زمینه ای.

۱. اریک فرم
۲. جرج سیدل
۳. آبراهام مازلو
۴. مایکل دل

۴۰- کدامیک از گزینه های زیر جزء موانع موجود بر سر راه خلاقیت به شمار می آید؟

۱. بزرگ نمایی
۲. جانشین سازی
۳. حذف نمودن
۴. تمایل به هم رنگی



سری سوال: ۱ یک

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

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: اصول بازاریابی، بازاریابی و مدیریت بازر، بازاریابی و مدیریت بازر، بازاریابی و مدیریت بازر

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۰ - مهندسی صنایع (چندبخشی)، مهندسی صنایع، مهندسی صنایع ۱۲۱۸۱۰۶ - مدیریت بازرگانی

(بازاریابی - بازرگانی بین المل، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین الملل)، مدیریت بازرگانی ۱۲۱۸۱۲۲ -

سلامتی و تعجیل در فرج آقا امام زمان (عج) صلوات

وضعیت کلید	پاسخ صحیح	شماره سوال	وضعیت کلید	پاسخ صحیح	شماره سوال
عادی	الف	۲۱	عادی	ج	۱
عادی	الف	۲۲	عادی	ب	۲
عادی	ب	۲۳	عادی	د	۳
عادی	د	۲۴	عادی	ج	۴
عادی	الف	۲۵	عادی	ج	۵
عادی	الف	۲۶	عادی	ب	۶
عادی	ب	۲۷	عادی	الف	۷
عادی	ب	۲۸	عادی	د	۸
عادی	ج	۲۹	عادی	الف	۹
عادی	الف	۳۰	عادی	الف	۱۰
عادی	د	۳۱	عادی	ب	۱۱
عادی	ب	۳۲	عادی	د	۱۲
عادی	ج	۳۳	عادی	ب	۱۳
عادی	ب	۳۴	عادی	ج	۱۴
عادی	الف	۳۵	عادی	الف	۱۵
عادی	د	۳۶	عادی	ج	۱۶
عادی	ب	۳۷	عادی	د	۱۷
عادی	د	۳۸	عادی	ج	۱۸
عادی	ب	۳۹	عادی	الف	۱۹
عادی	د	۴۰	عادی	الف	۲۰

