



پیام نوریها

public channel



✓ کانال پیام نوریها در سال 95 با هدف تهیه جزوات و نمونه سوالات افتتاح و از همان ابتدای تاسیس کوشیده است با تکیه بر تلاش بی وقفه، کارگروهی و فعالیت های بدون چشمداشت کاربران متمایز خود، قدمی کوچک در راه پیشرفت ارائه خدمات به دانشجویان این مرز و بوم بردارد.

@Payamnoria

[telegram.me/Payamnoria](https://t.me/Payamnoria)

رایگان است و همیشه رایگان میماند



اطلاع از اخبار و دانلود جزوات و نمونه سوالات

[برای ورود به کانال تلگرامی پیام نوریها کلیک کنید](#)

" کانال و خانواده تلگرامی پیام نوریها "

با عضویت در کانال و به آرشیو زیر دسترسی پیدا کنید

✓ تمام نمونه سوالات به روز تا آخرین دوره

✓ جزوات درسی

✓ بیش از ۱۰۰ فلش کارت دروس

✓ اخبار به روز پیام نور

✓ فیلم و فایل آموزشی اختصاصی

✓ انجام انتخاب واحد و حذف و اضافه

✓ پاسخگویی به سوالات دانشجویان

✓ معرفی گروه و انجمن های پیام نوری

✓ طنز و توییت دانشجویی

به یکی از بزرگترین کانال های پیام نوری بپیوندید

[برای ورود به کانال تلگرامی پیام نوریها کلیک کنید](#)



تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰ زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۷۵ تشریحی: ۰ کد آزمون 129140 سری سوال: یک ۱

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی، کسب و کار بین المللی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت، مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۹ - مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین المللی)، مدیریت گرایش کسب و کار بین المللی ۱۲۱۸۵۰۰ - مدیریت ۱۲۴۱۱۳۵ (MBA) بازرگانی (بازاریابی) ۱۲۱۸۱۴۵ - مدیریت کسب و کار

۱(۱۰۱۰) به نظر پیتز دراکر هدف بازاریابی چیست؟

۱(۱۰۱۰) تبلیغ زیاد ۲(۱۰۱۰) فروش فراوان ۳(۱۰۱۰) تخفیف زیاد ۴(۱۰۱۰) فروش کم

۲(۱۰۱۰) اساس مطالعه بازاریابی تطبیقی پیرامون چیست؟

۱(۱۰۱۰) تشابهات بین بازارها ۲(۱۰۱۰) تفاوت‌های بین بازارها ۳(۱۰۱۰) تشابهات و تفاوت‌های بین بازارها ۴(۱۰۱۰) استراتژی بازار

۳(۱۰۱۰) تفاوت عمده میان بازاریابی داخلی و بین المللی در چیست؟

۱(۱۰۱۰) شکل بازاریابی ۲(۱۰۱۰) تبلیغات بازاریابی ۳(۱۰۱۰) تخفیفات بازاریابی ۴(۱۰۱۰) محیط بازاریابی

۴(۱۰۱۰) کدامیک از موارد زیر فرهنگ مادی یک جامعه محسوب می شود؟

۱(۱۰۱۰) ابزارها ۲(۱۰۱۰) مصنوعات ۳(۱۰۱۰) تکنولوژی ۴(۱۰۱۰) هر سه مورد

۵(۱۰۱۰) کدامیک از موارد زیر از نشانه های آشکار اختلاف در فرهنگ یک کشور است؟

۱(۱۰۱۰) مذهب ۲(۱۰۱۰) زبان ۳(۱۰۱۰) عادات ۴(۱۰۱۰) تعلیم و تربیت

۶(۱۰۱۰) کدامیک از عناصر فرهنگ از ارکان اساسی فرهنگ هر کشور است؟

۱(۱۰۱۰) مذهب (دین) ۲(۱۰۱۰) عادات ۳(۱۰۱۰) هنر ۴(۱۰۱۰) زبان

۷(۱۰۱۰) روشهای مذاکرات بازاریابی به چند روش تقسیم می شوند؟

۱(۱۰۱۰) ملایم و خشن ۲(۱۰۱۰) ملایم و منطقی ۳(۱۰۱۰) منطقی و احساسی ۴(۱۰۱۰) ملایم، خشن و منطقی

۸(۱۰۱۰) ارکان مذاکرات بازاریابی چیست؟

۱(۱۰۱۰) هدف، روش و افراد ۲(۱۰۱۰) هدف، افراد و اطلاعات ۳(۱۰۱۰) هدف، راهبرد و تاکتیک ۴(۱۰۱۰) هدف، راهبرد و اطلاعات

۹(۱۰۱۰) در کدام مرحله از مذاکره به سمت یک توافقنامه از طریق حل مسائل حرکت می کنیم؟

۱(۱۰۱۰) مذاکره گسترده ۲(۱۰۱۰) پیش مذاکره ۳(۱۰۱۰) تصمیم گیری و اقدام ۴(۱۰۱۰) مذاکره تلفیقی



تعداد سواالت : ۳۰ : تشریحی : ۰ زمان آزمون (دقیقه) : ۷۵ : تشریحی : ۰ کد آزمون 129140 سری سوال : ۱ یک

عنوان درس : بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی، کسب و کار بین المللی

رشته تحصیلی / کد درس : مدیریت صنعتی، مدیریت، مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۹ - مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین المللی)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی) ۱۲۱۸۱۴۵ - مدیریت کسب و کار (MBA) گرایش کسب و کار بین المللی ۱۲۱۸۵۰۰ - مدیریت ۱۲۴۱۱۳۵

۱۰) در کدام کشور با توجه به مقوله فرهنگ نباید درباره بیمه عمر صحبت کرد ؟

۱) ایتالیا (۱۰۱۰) ۲) اسپانیا (۱۰۱۰) ۳) آلمان (۱۰۱۰) ۴) ژاپن (۱۰۱۰)

۱۱) مرکانتی لیستها (طرفداران میراث سیاست بازرگانی) چه چیزی را در راس امور قرار می دادند ؟

۱) منافع اقتصادی کشور (۱۰۱۰) ۲) منافع سیاسی کشور (۱۰۱۰) ۳) منافع فرهنگی کشور (۱۰۱۰) ۴) منافع اجتماعی کشور (۱۰۱۰)

۱۲) کدام دوران تاریخی در ظهور مرکانتی لیستها اهمیت زیادی داشته است ؟

۱) دوران رنسانس (۱۰۱۰) ۲) انقلاب صنعتی (۱۰۱۰) ۳) کشف قاره آمریکا (۱۰۱۰) ۴) جنگهای ناپلئون بناپارت (۱۰۱۰)

۱۳) نظریه مزیت مطلق توسط چه کسی مطرح شد ؟

۱) دیوید ریکاردو (۱۰۱۰) ۲) آدام اسمیت (۱۰۱۰) ۳) هنری فورد (۱۰۱۰) ۴) فردریک تیلور (۱۰۱۰)

۱۴) اینکه شما چیزی را بفروشید که در آن بهترین هستید ، مبتنی بر کدام نظریه است ؟

۱) مزیت نسبی (۱۰۱۰) ۲) مزیت مطلق (۱۰۱۰) ۳) مرکانتی لیسم (۱۰۱۰) ۴) دوره زندگی کالا (۱۰۱۰)

۱۵) تراز پرداختها به چند بخش تقسیم می شود ؟

۱) حساب جاری (۱۰۱۰) ۲) حساب رسمی خزانه (۱۰۱۰) ۳) حساب سرمایه (۱۰۱۰) ۴) هر سه مورد (۱۰۱۰)

۱۶) تراز پرداختها در واقع نمایانگر چیست ؟

۱) قدرت اقتصاد بین الملل یک کشور (۱۰۱۰) ۲) صادرات یک کشور (۱۰۱۰) ۳) واردات یک کشور (۱۰۱۰) ۴) سلامت اقتصاد بین الملل یک کشور (۱۰۱۰)

۱۷) متداول ترین محدودیت وارداتی برای کالای خارجی چیست ؟

۱) تعرفه های گمرکی (۱۰۱۰) ۲) سهمیه ها (۱۰۱۰) ۳) کنترل ارز (۱۰۱۰) ۴) تعرفه های گمرکی نامرئی (۱۰۱۰)



تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰ زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۷۵ تشریحی: ۰ کد آزمون 129140 سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی، کسب و کار بین المللی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت، مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۹ - مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین المللی)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی) ۱۲۱۸۱۴۵ - مدیریت کسب و کار (MBA) گرایش کسب و کار بین المللی ۱۲۱۸۵۰۰ - مدیریت ۱۲۴۱۱۳۵

۱۸(۱۰۱۰) زیر مجموعه های بانک جهانی کدام موارد هستند ؟

- (۱۰۱۰)۱ بانک بین المللی ترمیم و توسعه
(۱۰۱۰)۲ شرکت مالی بین المللی
(۱۰۱۰)۳ موسسه توسعه بین المللی
(۱۰۱۰)۴ هر سه مورد

۱۹(۱۰۱۰) نقش دولت در اقتصاد و تجارت یک کشور به چه صورت می باشد ؟

- (۱۰۱۰)۱ مداخله کننده
(۱۰۱۰)۲ تنظیم کننده
(۱۰۱۰)۳ مداخله کننده و تنظیم کننده
(۱۰۱۰)۴ عرضه کننده

۲۰(۱۰۱۰) نقش مداخله گرانه دولت در کدام نظام ها حداکثری است ؟

- (۱۰۱۰)۱ سرمایه داری
(۱۰۱۰)۲ کمونیستی
(۱۰۱۰)۳ اسلامی
(۱۰۱۰)۴ ناسیونالیزم

۲۱(۱۰۱۰) کدام ایدئولوژی برای تمام ملت ها مشترک است ؟

- (۱۰۱۰)۱ سرمایه داری
(۱۰۱۰)۲ سوسیالیزم
(۱۰۱۰)۳ ناسیونالیزم (ملی گرایی)
(۱۰۱۰)۴ دموکراسی (مردم سالاری)

۲۲(۱۰۱۰) اعضا شرکت حمل و نقل بین المللی (یاتا) چه شرکت هایی هستند ؟

- (۱۰۱۰)۱ شرکت های خطوط هوایی بین المللی
(۱۰۱۰)۲ شرکت های خطوط دریایی بین المللی
(۱۰۱۰)۳ شرکت های خطوط ریلی بین المللی
(۱۰۱۰)۴ شرکت های خطوط باربری بین المللی

۲۳(۱۰۱۰) فعالیت کدام سازمان بین المللی تنظیم نرخها و کرایه های حمل بین المللی است ؟

- (۱۰۱۰)۱ ایکائو
(۱۰۱۰)۲ یاتا
(۱۰۱۰)۳ صندوق بین المللی پول
(۱۰۱۰)۴ سازمان تجارت جهانی

۲۴(۱۰۱۰) قانونی که چند کشور آن را پذیرفته اند و به صورت عرف از قدیم الایام رایج است ، چه قانونی است ؟

- (۱۰۱۰)۱ قانون کد
(۱۰۱۰)۲ قانون کشوری
(۱۰۱۰)۳ قانون عمومی
(۱۰۱۰)۴ قانون خارجی

۲۵(۱۰۱۰) کدامیک از موارد زیر جز مشکلات تحقیق بازاریابی بین المللی نیست ؟

- (۱۰۱۰)۱ مشکلات فرهنگی
(۱۰۱۰)۲ مشکلات اقتصادی
(۱۰۱۰)۳ مشکلات داده ها
(۱۰۱۰)۴ مشکلات حمل و نقل



تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰ زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۷۵ تشریحی: ۰ کد آزمون 129140 سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی، کسب و کار بین المللی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت، مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۹ - مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین المللی)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی) ۱۲۱۸۱۴۵ - مدیریت کسب و کار (MBA) گرایش کسب و کار بین المللی ۱۲۱۸۵۰۰ - مدیریت ۱۲۴۱۱۳۵

۲۶ (۱۰۱۰) مشکل زبان جز کدام دسته از مشکلات تحقیق بازاریابی بین المللی است؟

- (۱۰۱۰)۱ فرهنگی (۱۰۱۰)۲ اقتصادی (۱۰۱۰)۳ تکنیکی (۱۰۱۰)۴ داده ها

۲۷ (۱۰۱۰) بر اساس تحقیق لورچ و گوگل در خصوص توسعه جغرافیایی و کیفیت تولید، حالت "وضعیت برتر" چه هنگامی ایجاد می شود؟

- (۱۰۱۰)۱ کیفیت تولید و پوشش جغرافیایی بالا (۱۰۱۰)۲ کیفیت تولید پایین و پوشش جغرافیایی بالا
(۱۰۱۰)۳ کیفیت تولید بالا و پوشش جغرافیایی پایین (۱۰۱۰)۴ کیفیت تولید و پوشش جغرافیایی پایین

۲۸ (۱۰۱۰) ریسک و کنترل در کدام روش ورود به بازار جهانی کمتر می باشد؟

- (۱۰۱۰)۱ تولید کالا در خارج (۱۰۱۰)۲ مونتاژ
(۱۰۱۰)۳ مالکیت واحد تولیدی در خارج از کشور (۱۰۱۰)۴ صادرات غیر مستقیم

۲۹ (۱۰۱۰) سنتی ترین راه ورود به بازار بین المللی چیست؟

- (۱۰۱۰)۱ صادر کردن کالا (صادرات مستقیم) (۱۰۱۰)۲ صادرات غیر مستقیم
(۱۰۱۰)۳ مشارکت و سرمایه گذاری مشترک (۱۰۱۰)۴ مونتاژ

۳۰ (۱۰۱۰) در موضوع سیاستهای تولید در بازاریابی بین الملل، در کدام حالت دوره عمر کالا تلاش می شود محصول در بازار نگهداری شود؟

- (۱۰۱۰)۱ معرفی (۱۰۱۰)۲ بلوغ (۱۰۱۰)۳ رشد (۱۰۱۰)۴ نزول

شماره سوال	پاسخ صحیح	وضعیت کلید
1	ب	عادی
2	ج	عادی
3	د	عادی
4	د	عادی
5	ب	عادی
6	الف	عادی
7	د	عادی
8	ب	عادی
9	د	عادی
10	ب	عادی
11	الف	عادی
12	الف	عادی
13	ب	عادی
14	ب	عادی
15	د	عادی
16	د	عادی
17	الف	عادی
18	د	عادی
19	ج	عادی
20	ب	عادی
21	ج	عادی
22	الف	عادی
23	ب	عادی
24	ج	عادی
25	د	عادی
26	الف	عادی
27	الف	عادی
28	د	عادی
29	الف	عادی

عادی	ب	30
------	---	----

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰ زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۷۵ تشریحی: ۰ سری سوال: یک ۱

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی، کسب و کار بین المللی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت، مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۹ - مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی گرایش کسب و کار بین المللی ۱۲۱۸۵۰۰ - مدیریت ۱۲۴۱۱۳۵ (MBA) (بازرگانی بین المللی) ۱۲۱۸۱۴۵ - مدیریت کسب و کار

۱- کدام یک از تاکتیک های زیر لزوماً روش دستیابی به حفظ نیرو در جهت مذاکره می باشد و نمی گذارد طرف مقابل مذاکره به طرز صحیحی موقعیتها را در مذاکره مورد ارزیابی قرار دهد؟

۱. حمله غافلگیرانه
۲. عبور از موانع با یک پرش
۳. اقدام به حمله
۴. ایجاد وقفه در مذاکره

۲- هر مذاکره بر پایه ی کدام مورد زیر استوار است؟

۱. هدف
۲. افراد
۳. اطلاعات
۴. فرآیندها

۳- ابزارها، مصنوعات و تکنولوژی هر جامعه، کدام نوع فرهنگ را تشکیل می دهد؟

۱. فرهنگ مادی
۲. فرهنگ معنوی
۳. فرهنگ عام
۴. فرهنگ خاص

۴- مقررات پولی و مالی مربوط به کدام یک از عوامل محیطی در بازاریابی بین الملل می باشد؟

۱. عوامل اقتصادی
۲. عوامل سیاسی
۳. عوامل فرهنگی
۴. عوامل داخلی

۵- کدام گزینه از آثار وضع تعرفه بر واردات می باشد؟

۱. افزایش حجم تجارت خارجی
۲. افزایش مازاد مصرف کننده
۳. افزایش درآمد دولت
۴. کاهش درآمد دولت

۶- واردات و صادرات طلا در کدام حساب تراز پرداختها ثبت می گردد؟

۱. حساب جاری
۲. حساب سرمایه
۳. حساب دارایی
۴. حساب رسمی خزانه

۷- کدام نظریه برای تشریح علت انجام تجارت و چگونگی توزیع سود حاصله مورد استفاده قرار می گیرد؟

۱. نظریه مزیت مطلق
۲. نظریه مزیت نسبی
۳. نظریه مزیت ملی
۴. نظریه سیکل عمر کالا

۸- کدام مورد زیر در اروپا و آمریکای لاتین یکی از عمده چیزهایی است که اکثراً در رابطه با قیمت تحت کنترل قرار می گیرد؟

۱. صنایع غذایی
۲. صنایع دارویی
۳. صنایع مادر
۴. مسکن

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰ زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۷۵ تشریحی: ۰ سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی، کسب و کار بین المللی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت، مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۹ - مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین المللی) ۱۲۱۸۱۴۵ - مدیریت کسب و کار (MBA) گرایش کسب و کار بین المللی ۱۲۱۸۵۰۰ - مدیریت ۱۲۴۱۱۳۵

۹- سازمان بین المللی استاندارد ISO، چند کمیته فنی دارد که از این طریق در جهت توسعه ی کدام مورد زیر کار می کنند؟

۱. 114 کمیته فنی - استاندارد بین المللی

۲. 90 کمیته فنی - استاندارد ملی

۳. 120 کمیته فنی - استاندارد محلی

۴. 80 کمیته فنی - استاندارد منطقه ای

۱۰- براساس مبانی خرد اقتصادی تجارت بین الملل، میزان اثربخشی یک بلوک تجاری به کدام عامل زیر بستگی دارد؟

۱. تولید ملی

۲. درآمد ملی

۳. کشش عرضه

۴. کشش تقاضا

۱۱- هدف اصلی کدام اتحادیه ،نوسازی کشورهای کمونیست اروپای غربی و برقراری همکاری های تجاری و اقتصادی بین این کشورها و شوروی سابق بود؟

۱. اتحادیه اقتصادی

۲. اتحادیه سیاسی

۳. اتحادیه گمرکی

۴. بازار مشترک

۱۲- در کدام یک از حالات مختلف توسعه جغرافیایی، شرکت در تعداد زیادی از بازارهای جهانی با کیفیت پایین حضور دارد؟

۱. وضعیت برتر

۲. وضعیت با برتری تولید

۳. وضعیت با برتری موقعیت جغرافیایی

۴. حالت ضعیف

۱۳- کدام یک از تکنیک های زیر روابط بین دو یا چند متغیر را مورد مطالعه قرار می دهد؟

۱. تکنیک رگرسیون

۲. تکنیک حداقل مجذورات

۳. پیش بینی تقاضا

۴. سری های زمانی

۱۴- اطلاعاتی که براساس مقررات و قوانین یک کشور اعم از کشور مبدأ و مقصد به وجود می آید را چه می نامند؟

۱. اطلاعات عمومی

۲. اطلاعات منابع

۳. اطلاعات دستوری

۴. اطلاعات بازار

۱۵- زمانی که شرکت بین المللی قادر نیست شرکتی را که برای فروش مناسب باشد پیدا نموده یا شرکت مزبور حاضر به فروش نیست، در این صورت شرکت بین المللی اقدام به چه کاری می کند؟

۱. خرید یک شرکت خارجی

۲. سرمایه گذاری

۳. اجاره

۴. ساخت یک شرکت جدید

۱۶- کدام گزینه از روشهای صادرات مستقیم می باشد؟

۱. قرارداد مدیریت

۲. دلان

۳. شرکت های تجاری

۴. فروش داخلی

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰ زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۷۵ تشریحی: ۰ سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی، کسب و کار بین المللی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت، مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۹ - مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین المللی) ۱۲۱۸۱۴۵ - مدیریت کسب و کار (MBA) گرایش کسب و کار بین المللی ۱۲۱۸۵۰۰ - مدیریت ۱۲۴۱۱۳۵

۱۷- در کدام حالت، ورود به بازارهای جهانی بدون سرمایه گذاری مستقیم امکان پذیر است ولی امکان کنترل در بازارهای خارجی محدود است؟

۱. صادرات مستقیم ۲. صادرات غیر مستقیم ۳. اعطای امتیاز ۴. توزیع کنندگان

۱۸- در کدام مرحله از عمر کالا قیمت پایین است و هزینه ها زیاد است؟

۱. معرفی ۲. رشد ۳. بلوغ ۴. نزول

۱۹- کدام گزینه به منزله قلب کوششهای بازاریابی است و خریدار و فروشنده را به هم می رساند؟

۱. فروش ۲. بازاریابی ۳. تولید ۴. تبلیغ

۲۰- کدام گزینه از معایب سرمایه گذاری مشترک می باشد؟

۱. ریسک کمتر در مشارکت ۲. ریسک بیشتر در مشارکت ۳. ورود سریع به بازارها ۴. تحقیق و توسعه کمتر

۲۱- دلیل عمده برای مارک یکسان جهانی زدن بر کالا کدام است؟

۱. عدم تقلید ۲. صرفه جویی ناشی از مقیاس ۳. فروش بیشتر ۴. ترفیع بیشتر

۲۲- در کدام استراتژی بازاریابی، بخش معینی از بازار هدف در نظر گرفته می شود؟

۱. استراتژی تفکیکی ۲. استراتژی تخصیص ۳. استراتژی تنوع ۴. استراتژی ترکیب

۲۳- تشخیص و ارزشیابی استاندارد کردن محصول و تصمیم گیری درباره ی درجه یکنواختی محصول وظیفه کیست؟

۱. مدیران اجرایی ۲. مدیران سرپرستی ۳. مدیران ارشد ۴. مدیران بازاریابی

۲۴- در کدام روش تولید کننده تعدادی خرده فروش و عمده فروش را انتخاب کرده و کالای عمده فروشان را به خرده فروشان توزیع می کند؟

۱. توزیع وسیع ۲. توزیع برگزیده ۳. توزیع انحصاری ۴. توزیع گسترده

۲۵- کانالهای اصلی توزیع کدامند؟

۱. محصولات مصرفی، صنعتی و عمده ۲. محصولات صنعتی، مصرفی و خرده ۳. محصولات صنعتی، مصرفی و خدمات ۴. محصولات کشاورزی و صنعتی

سری سوال: ۱ یک

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۷۵ تشریحی: ۰

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی، کسب و کار بین المللی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت، مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۹ - مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین المللی) ۱۲۱۸۱۴۵ - مدیریت کسب و کار (MBA) گرایش کسب و کار بین المللی ۱۲۱۸۵۰۰ - مدیریت ۱۲۴۱۱۳۵

۲۶- در ارتباط با دفعات حمل کالا، اینکه محموله در چند مرحله حمل بشود یا نشود به چه عاملی بستگی دارد؟

۱. شرایط بازار ۲. نوع بسته بندی ۳. عوامل تکنولوژی ۴. نیاز خریدار

۲۷- بازاری که برای اولین بار توسط اقتصاددان انگلیسی بنام چمبردن مطرح شد چه نام دارد؟

۱. رقابت خالص ۲. انحصار خالص ۳. رقابت انحصاری ۴. بازار چند قطبی

۲۸- برای تنظیم آگهی بازرگانی قبل از هر چیز باید کدام مورد زیر مشخص شود؟

۱. روش ۲. ماهیت ۳. هدف ۴. کاربرد

۲۹- کدام گزینه وسیله تسریع حرکت کالا و خدمات از نقطه تولید به نقطه مصرف است که فروش جمعی نیز نامیده می شود؟

۱. تبلیغات بازرگانی ۲. فروش زیاد ۳. واسطه گری ۴. بازاریابی

۳۰- کدام نوع دامپینگ از طریق تغییر در شرایط تولید و بر اثر کاهش دستمزد و یا افزایش شدید ساعات کار در شرایط به نسبت ثابت دستمزدها با توجه به ضوابط بین المللی شکل می گیرد؟

۱. دامپینگ ارزی ۲. دامپینگ اجتماعی ۳. دامپینگ وارونه ۴. دامپینگ تهاجمی

شماره سوال	پاسخ صحیح	وضعیت کلید
1	ب	عادی
2	ج	عادی
3	الف	عادی
4	ب	عادی
5	ج	عادی
6	د	عادی
7	ب	عادی
8	ب	عادی
9	الف	عادی
10	د	عادی
11	ب	عادی
12	ج	عادی
13	الف	عادی
14	ج	عادی
15	د	عادی
16	الف	عادی
17	ب	عادی
18	الف	عادی
19	ج	عادی
20	ب	عادی
21	ب	عادی
22	ب	عادی
23	د	عادی
24	ب	عادی
25	ج	عادی
26	د	عادی
27	ج	عادی

گالال و خانوادہ پیام نور
مرجع حائز نمونہ سوالات و جزوات پیام نور
@Payamnorla

عادی	ج	28
عادی	الف	29
عادی	ب	30

سری سوال: یک ۱

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

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی، کسب و کار بین المللی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی، مدیریت ۱۲۱۸۰۷۹ - مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین - گرایش کسب و کار بین المللی ۱۲۱۸۵۰۰ (MBA) المللی)، مدیریت بازرگانی ۱۲۱۸۱۴۵ - مدیریت کسب و کار مدیریت ۱۲۴۱۱۳۵

۱- کدام گزینه دوره عمر کالا را به ترتیب نشان می دهد؟

۱. رشد- بلوغ- افول - نزول
۲. بلوغ- رشد- افول- جهش
۳. معرفی- رشد- بلوغ- نزول
۴. معرفی- بلوغ- افول- خروج

۲- کدام گزینه از مزایای استراتژی یکسان سازی تولید کالا در بازاریابی بین المللی می باشد؟

۱. بیشتر شدن هزینه تولید
۲. کم شدن هزینه تولید
۳. افزایش حق انتخاب مشتری
۴. کاهش تقاضا

۳- کدام گزینه به معنای عرضه محصول جدید در بازار فروش است؟

۱. تفکیک محصول
۲. ادغام
۳. تنوع محصول
۴. ترکیب محصول

۴- شرکتی که می خواهد محصولی جدید معرفی کند، یا به بازاری جدید وارد شود، ترجیح می دهد به جای استفاده از نیروی فروش خود از کدام گزینه زیر استفاده کند؟

۱. کارگزاران
۲. خرده فروش
۳. عمده فروش
۴. مصرف کننده

۵- به جریان انداختن کالاها بین تولید کنندگان و خرده فروشان نقش اصلی کدام گزینه زیر می باشد؟

۱. خریدار
۲. عمده فروش
۳. سوپرمارکت ها
۴. مراکز خرید

۶- خطوطی که عضو اتحادیه حمل و نقل دریایی می باشند، چه نامیده می شوند؟

۱. خطوط مستقل
۲. کشتی های اتفاقی
۳. خطوط کنفرانس
۴. خطوط هوایی

۷- در کدام یک از انواع خرده فروشی، امکان بررسی و معاینه فیزیکی کالاها میسر است و لذا انگیزه بیشتری در خرید ایجاد می کند؟

۱. فروشگاههای زنجیره ای
۲. مراکز خرید
۳. فروشگاههای بزرگ
۴. سوپرمارکت ها

۸- کدام نوع تبلیغات در مرحله رقابت موثر است؟

۱. تبلیغات اطلاعی
۲. تبلیغات یادآوری
۳. تبلیغات ترغیب کننده
۴. تبلیغات گسترده

۹- مهمترین و حساسترین قسمت آگهی کدام گزینه زیر است؟

۱. عنوان
۲. متن
۳. ختام
۴. هدف

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰ زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۶۰ تشریحی: ۰ سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی، کسب و کار بین المللی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی، مدیریت ۱۲۱۸۰۷۹ - مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین المللی)، مدیریت بازرگانی ۱۲۱۸۱۴۵ - مدیریت کسب و کار (MBA) گرایش کسب و کار بین المللی ۱۲۱۸۵۰۰ - مدیریت ۱۲۴۱۱۳۵

۱۰- سرمایه گذاری خارجی در بسیاری از کشورها از جمله ایران بر اساس قانون حداکثر چند درصد می باشد؟

۱. 40 درصد ۲. 50 درصد ۳. 60 درصد ۴. 49 درصد

۱۱- مهمترین عنصر برنامه بازاریابی کدام می باشد؟

۱. بسته بندی ۲. محصول ۳. تبلیغ ۴. قیمت

۱۲- ایجاد ارتباط بین شرکت و سهامداران به کارکنان و مسئولین قانونگذار و شخصیت‌های اجتماعی، وظیفه کدامیک از گزینه های زیر است؟

۱. فروشندگان ۲. تولیدکنندگان ۳. بازاریابان ۴. روابط عمومی

۱۳- متغیری که در اختیار محقق بازاریابی است و می توان ویژگی ها و مقادیر آن را دستکاری کرد، چه نامیده می شود؟

۱. متغیر میانجی ۲. متغیر وابسته ۳. متغیر علی ۴. متغیر مستقل

۱۴- عوامل موثر در شکل گیری استراتژی بازاریابی کدامند؟

۱. عوامل بازار- توسعه جغرافیایی- رقابت- عوامل شرکت
۲. عوامل بازار- جغرافیایی- سیاسی
۳. عوامل اقتصادی- سیاسی
۴. عوامل فرهنگی- اجتماعی

۱۵- کدام یک از روشهای زیر ریسک کمتری برای ورود به بازارهای جهانی دارد؟

۱. صادرات غیر مستقیم ۲. مونتاژ ۳. صادرات مستقیم ۴. فرانشیز

۱۶- در کدام نوع قرارداد، تولید به عهده شرکت خارجی و بازاریابی و فروش کالا به عهده شرکت اصلی است؟

۱. قرارداد مدیریت ۲. تولید براساس قرارداد ۳. اعطای مجوز ۴. سرمایه گذاری مشترک

۱۷- کدام موسسه به منظور مساعدت با کشورهای که وضعیت تراز پرداختهای آنها اجازه وام گرفتن با شرایط معمولی را به آنها می دهد، به وجود آمده است؟

۱. موسسه توسعه بین المللی
۲. شرکت مالی بین المللی
۳. بانک بین المللی ترمیم و توسعه
۴. آنکتاد

۱۸- کدام یک از عوامل زیر ثروت طبیعی کشور را تشکیل داده و امکانات بالقوه برای تولیدات صنعتی فراهم می نماید؟

۱. عوامل زیر بنایی ۲. وضعیت طبیعی کشور ۳. درآمد ۴. توسعه اقتصادی

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

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

سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی، کسب و کار بین المللی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی، مدیریت ۱۲۱۸۰۷۹ - مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین المللی)، مدیریت بازرگانی ۱۲۱۸۱۴۵ - مدیریت کسب و کار (MBA) گرایش کسب و کار بین المللی ۱۲۱۸۵۰۰ - مدیریت ۱۲۴۱۱۳۵

۱۹- در کدام یک از کشورهای زیر، شرکت فقط می تواند با یک سازمان تجاری دولتی معامله کند؟

۱. کشورهای ناسیونالیزم
۲. کشورهای کمونیستی
۳. کشورهای مستقل
۴. کشورهای امپریالیسم

۲۰- کدام یک از محیطهای زیر می تواند موجب ایجاد میدانی از واکنش مردمی و دولتی از مصادره گرفته تا اعتصاب، تحریم و مالیاتها و آیین نامه های تبعیض شود؟

۱. یک محیط سیاسی مخالف یا متخاصم
۲. یک محیط با ثبات
۳. یک محیط سیاسی موافق
۴. یک محیط اقتصادی

۲۱- کدامیک از سازمانهای زیر مقرراتی را برای ارتباطات بین المللی از طریق رادیو، تلفن و تلگراف تشکیل می دهد؟

۱. ITU
۲. یونسکو
۳. یاتا
۴. ایکائو

۲۲- قانون اصلی بازار مشترک، کدام معاهده می باشد؟

۱. معاهده ژنو
۲. معاهده روم
۳. معاهده پاریس
۴. معاهده مونین

۲۳- مهمترین عنصر تشکیل دهنده ی تحقیق در هر زمینه ای کدام است؟

۱. داده
۲. اطلاعات
۳. دانش
۴. حکمت

۲۴- کدام گزینه عبارتست از تعیین بازار فروش و امکان دستیابی به سهم پیش بینی شده بازار.

۱. استراتژی بازاریابی
۲. سیاستهای بازاریابی
۳. ابزارهای بازاریابی
۴. برنامه ریزی بازاریابی

۲۵- هدف اصلی از پردازش اطلاعات در شناخت سه بازار اصلی است، آن سه بازار کدامند؟

۱. بازار فعلی-بازار پنهان-بازار بالقوه
۲. بازار بالقوه-بازار در دسترس-بازار هدف
۳. بازار بالقوه-بازار پنهان-بازار هدف
۴. بازار پنهان-بازار هدف-بازار بالفعل

۲۶- کدام گزینه زیر از دلایل متغیر بودن قیمت سهام در بازار می باشد؟

۱. توسعه مواد طبیعی
۲. خودکفایی ملی
۳. قیمت نفت
۴. توسعه مواد مصنوعی

۲۷- کدام یک از موارد زیر جزو دلایل اقتصادی حمایت گرایی یا خط مشی بازرگانی می باشد؟

۱. دفاع ملی
۲. موارد ضد دامپینگ
۳. ملاحظات سیاسی اجتماعی
۴. امنیت ملی

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

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

سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی، کسب و کار بین المللی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی، مدیریت ۱۲۱۸۰۷۹ - مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین المللی)، مدیریت بازرگانی ۱۲۱۸۱۴۵ - مدیریت کسب و کار (MBA) گرایش کسب و کار بین المللی ۱۲۱۸۵۰۰ - مدیریت ۱۲۴۱۱۳۵

۲۸- برقراری موانع تعرفه ای در مقایسه با حالت آزاد، منجر به کدام مورد زیر می شود؟

۱. کاهش درآمد دولت
۲. کاهش حجم تجارت خارجی
۳. افزایش مازاد مصرف کننده
۴. افزایش حجم تجارت خارجی

۲۹- ابزارها، مصنوعات و تکنولوژی هر جامعه کدام گزینه زیر را تشکیل می دهد؟

۱. زبان
۲. فرهنگ مادی
۳. هنر
۴. مذهب

۳۰- در کدام نوع بازاریابی به منظور استفاده از امکانات، کشورهای دارای فرهنگ، زبان، آداب و رسوم، درآمد و صنعت نسبتاً مشابه، در یک گروه قرار می گیرند؟

۱. بازاریابی ترغیبی
۲. بازاریابی تطبیقی
۳. بازاریابی تشویقی
۴. بازاریابی تکمیلی

1	ج
2	ب
3	ج
4	الف
5	ب
6	ج
7	د
8	ج
9	الف
10	د
11	ب
12	د
13	د
14	الف
15	الف
16	ب
17	الف
18	ب
19	ب
20	الف
21	الف
22	ب
23	ب
24	د
25	الف
26	د
27	ب
28	ب
29	ب
30	ب

تعداد سوالات: تستی: ۳۰: تشریحی: ۰

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

سری سوال: یک ۱

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/ کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۹ - مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین المللی)، مدیریت بازرگانی گرایش کسب و کار بین المللی ۱۲۱۸۵۰۰ (MBA) (بازاریابی) ۱۲۱۸۱۴۵ - مدیریت کسب و کار

۱- کدام یک از گزینه های زیر از عوامل اقتصادی محیط بازاریابی است ؟

۱. مقررات پولی و مالی
۲. قومیت
۳. درآمد بسیار بالای خانوارها
۴. نگرش کلی نسبت به خریدهای بین المللی

۲- اقدامی متهورانه برای قرار دادن طرفی از معامله در جایگاهی برتر می باشد ؟

۱. اقدام به حمله
۲. به کارگیری تاکتیک FAIFACCOMPLI
۳. حمله غافلگیرانه
۴. ایجاد وقفه در مذاکره

۳- این حساب شامل کلیه صادرات و واردات کالاها و خدمات اعم از مرئی و نامرئی می شود ؟

۱. حساب پرداختنی
۲. حساب سرمایه
۳. حساب رسمی خزانه
۴. حساب جاری

۴- به ازای هر واحد کالای وارداتی ، مبلغ معینی به عنوان عوارض اخذ می شود ؟

۱. حقوق گمرکی
۲. عوارض گمرکی مقداری
۳. تعرفه گمرکی
۴. عوارض گمرکی ارزشی

۵- کاملترین وسیله نظارت بر تجارت خارجی کدام گزینه زیر می باشد ؟

۱. تعرفه های گمرکی نامرئی
۲. سهمیه ها
۳. کنترل ارز
۴. بازرسی واردات

۶- هدف دولت از تعیین سهمیه چیست ؟

۱. کسب درآمد
۲. کنترل ارز
۳. ممانعت از وابستگی به کشورهای خارجی
۴. حفاظت از تولید محلی و مشاغل در زمینه تولید کالای مربوطه

۷- LAIA جزء کدامیک از گروه های همکاری عمده منطقه ای می باشد ؟

۱. مناطق آزاد تجاری
۲. اتحادیه گمرکی
۳. بازار مشترک
۴. اتحادیه اقتصادی

۸- مبدا قانون عمومی یا عرف کدام کشور بوده است ؟

۱. انگلستان
۲. ایالات متحده
۳. اسپانیا
۴. پرتغال

تعداد سوالات: تستی: ۳۰: تشریحی: ۰: زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۶۰: تشریحی: ۰: سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/ کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۹ - مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین المللی)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی) ۱۲۱۸۱۴۵ - مدیریت کسب و کار (MBA) گرایش کسب و کار بین المللی ۱۲۱۸۵۰۰

۹- به طور کلی کنترل قیمت در ژاپن مربوط به کدام یک از کالاهای زیر می شود؟

۱. کالای سرمایه ای

۲. کالای صنعتی

۳. کالای ضروری

۴. کالاهایی با تکنولوژی بالا

۱۰- هنگامی که در مورد بازارهای خارجی فکر می کنیم اولین تفاوت فرهنگی که به ذهن ما می آید کدام است؟

۱. زبان

۲. فرهنگ

۳. مذهب

۴. قومیت

۱۱- در این روش تلاش سازمان یافته ای برای کسب اطلاعات خاص برای هدف های خاص ارائه می شود؟

۱. راهنمایی

۲. تجسس

۳. تحقیق

۴. نظارت

۱۲- در این حالت شرکت در تعداد زیادی از بازارهای جهانی با کیفیت پایین حضور دارد.

۱. وضعیت برتر

۲. وضعیت با برتری تولید

۳. وضعیت با برتری موقعیت جغرافیایی

۴. حالت ضعیف

۱۳- کدام یک از گزینه های زیر جزء صادرات مستقیم به حساب می آید؟

۱. شرکت های تجاری

۲. فرانشیز

۳. مونتاژ

۴. سرمایه گذاری مشترک

۱۴- کدام یک از گزینه های زیر به عنوان مهمترین عنصر برنامه بازاریابی شناخته می شود؟

۱. تولید

۲. محصول

۳. قیمت

۴. فروش

۱۵- زمانی که رقبا زیاد اهمیت نداشته و سود به علت هزینه های زیاد پایین می باشد، کالا در کدام مرحله از عمر خود قرار دارد؟

۱. معرفی

۲. رشد

۳. بلوغ

۴. نزول

۱۶- در این روش، بازار هدف به چند قسمت تقسیم شده و برای هر بخش استراتژی خاصی انتخاب می شود؟

۱. استراتژی تخصیص

۲. استراتژی عدم تغییر محصول

۳. استراتژی تفکیکی

۴. استراتژی توسعه خط محصول

۱۷- بزرگترین عاملی که تعیین کننده اندازه مناسب برای کالاهای مصرفی است، کدام گزینه زیر می باشد؟

۱. سطح درآمد مشتریان

۲. اندازه بسته

۳. نوع بسته بندی

۴. رنگ بسته بندی

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰ زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۶۰ تشریحی: ۰ سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۹ - مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین المللی)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی) ۱۲۱۸۱۴۵ - مدیریت کسب و کار (MBA) گرایش کسب و کار بین المللی ۱۲۱۸۵۰۰

۱۸- در مورد بعضی از کالاها از این روش به منظور سهولت دسترسی خریدار استفاده می شود؟

۱. توزیع وسیع
۲. توزیع انحصاری
۳. توزیع برگزیده
۴. توزیع خدمات

۱۹- شخص یا بنگاهی است که در ارتباط مستقیم با مصرف کننده نهایی است و کالا را از عمده فروش دریافت و معمولاً آن را بدون تغییر شکل به مصرف کننده نهایی می فروشد؟

۱. خرده فروش
۲. نمایندگان انحصاری
۳. عمده فروش
۴. حراجی

۲۰- این نوع تبلیغات در مرحله رقابت موثر است؟

۱. تبلیغات اطلاعی
۲. تبلیغات ترغیب کننده
۳. تبلیغات یادآوری
۴. تبلیغات سفارشی

۲۱- کدام یک از گزینه های زیر در طبقه بندی تبلیغات بر حسب نوع رسانه قرار ندارد؟

۱. کاتالوگ
۲. تابلوهای تبلیغاتی
۳. تبلیغات متوالی و پشت سر هم
۴. گزارش های سالیانه

۲۲- مهمترین و حساس ترین قسمت آگهی کدام قسمت آن می باشد؟

۱. عنوان
۲. متن
۳. ختام
۴. پیام

۲۳- ساختار بازاری است که دارای مشخصه تعداد زیادی خریدار و فروشنده است، و معاملات هریک از آنها نسبت به محصول کل صنعت به قدری ناچیز است که آنها نمی توانند قیمت کالا را تحت تأثیر قرار دهند.

۱. بازار رقابت خالص
۲. انحصار خالص
۳. رقابت انحصاری
۴. بازار چند قطبی

۲۴- تغییرات نرخ ارز جزء کدام یک از عوامل موثر بر قیمت گذاری در بازاریابی بین المللی می باشد؟

۱. عوامل شرکت
۲. عوامل بازار
۳. عوامل محیطی
۴. عوامل تولید

۲۵- حالتی است که نرخ رشد بالا بوده و شرکت دارای سهم بازاریابی نیز می باشد؟

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

۲۶- هزینه اضافی است که برای تولید یا فروش یک کالای اضافه بر تولید فعلی انجام می گردد؟

۱. هزینه ثابت
۲. هزینه متغیر
۳. هزینه کل
۴. هزینه نهایی

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

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

سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۹ - مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین المللی)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی) ۱۲۱۸۱۴۵ - مدیریت کسب و کار (MBA) گرایش کسب و کار بین المللی ۱۲۱۸۵۰۰

۲۷- این نوع دامپینگ را بنگاه ها به منظور رهایی از ذخایر کالایی خود اعمال می کنند و پس از دستیابی بنگاه به منظور خود، متوقف می شود؟

۱. دامپینگ وارونه
۲. دامپینگ اتفاقی و موقت
۳. دامپینگ تناوبی و فصلی
۴. دامپینگ مستمر و بلند مدت

۲۸- در میان انواع مختلف ساختارها، کدام ساختار از بقیه کم هزینه تر می باشد؟

۱. ساختار سازمانی بر مبنای وظیفه
۲. ساختار سازمانی بر مبنای ناحیه
۳. ساختار سازمانی بر مبنای محصول
۴. ساختار سازمانی بر مبنای مشتری

۲۹- شرکت هایی که از این نوع ساختار استفاده می کنند تولیدکننده انواع گسترده ای از کالاهایی هستند که از طریق کانال های توزیع یکسان یا مشابه به دست مصرف کننده نهایی می رسد؟

۱. ساختار سازمانی بر مبنای وظیفه
۲. ساختار سازمانی بر مبنای ناحیه
۳. ساختار سازمانی بر مبنای محصول
۴. ساختار سازمانی بر مبنای مشتری

۳۰- این نوع ساختار، ترکیبی از ساختار سازمانی بر مبنای محصول و ساختار سازمانی بر مبنای ناحیه می باشد؟

۱. ساختار سازمانی بر مبنای وظیفه
۲. ساختار سازمانی ترکیبی
۳. ساختار سازمانی بر مبنای مشتری
۴. ساختار سازمانی ماتریسی

1218145 - 98-99-1

شماره سوال	پاسخ صحيح	وضعيت کليد
۱	ج	عادي
۲	ب	عادي
۳	د	عادي
۴	ب	عادي
۵	ج	عادي
۶	د	عادي
۷	الف	عادي
۸	الف	عادي
۹	ج	عادي
۱۰	الف	عادي
۱۱	ج	عادي
۱۲	ج	عادي
۱۳	ب	عادي
۱۴	ب	عادي
۱۵	الف	عادي
۱۶	ج	عادي
۱۷	الف	عادي
۱۸	الف	عادي
۱۹	الف	عادي
۲۰	ب	عادي
۲۱	ج	عادي
۲۲	الف	عادي
۲۳	الف	عادي
۲۴	ج	عادي
۲۵	ب	عادي
۲۶	د	عادي
۲۷	ب	عادي
۲۸	الف	عادي
۲۹	ب	عادي
۳۰	د	عادي

97-98-3



تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

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

سری سوال: یک ۱

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/ کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۹ - مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین المللی)، مدیریت بازرگانی گرایش کسب و کار بین المللی ۱۲۱۸۵۰۰ (MBA) (بازاریابی) ۱۲۱۸۱۴۵ - مدیریت کسب و کار

۱- یک مجموعه به هم پیوسته جهانی از بازارها، تکنولوژی و شرایط زندگی استاندارد که در گذشته ناشناخته بوده اند، می باشد؟

۱. اداره امور بازار ۲. بازاریابی بین الملل ۳. تجارت جهانی ۴. بازاریابی تطبیقی

۲- توسعه صنعتی جزء کدامیک از عوامل محیط بازاریابی می باشد؟

۱. عوامل اقتصادی بر اساس ساختار صنعت ۲. عوامل اقتصادی بر اساس درآمد ملی ۳. عوامل سیاسی ۴. عوامل اجتماعی

۳- ابزارها، مصنوعات و تکنولوژی هر جامعه، کدام یک از عناصر فرهنگ عام را تشکیل می دهد؟

۱. فرهنگ مادی ۲. مذهب ۳. عادت ۴. تعلیم و تربیت

۴- نگرش به موقعیت زنان مربوط به کدام یک از عوامل تشکیل دهنده محیط عام می باشد؟

۱. عادات ۲. مذهب ۳. تعلیم و تربیت ۴. فرهنگ سیاسی

۵- هنر رسیدن به تفاهم متقابل، از طریق چانه زدن و بحث و استدلال بر سر مسائل اساسی است؟

۱. اطلاع رسانی ۲. مصمم ساختن ۳. ایجاد شناخت و آگاهی ۴. مذاکره

۶- هر مذاکره بر پایه کدام رکن استوار است؟

۱. هدف ۲. افراد ۳. اطلاعات ۴. فنون

۷- در این مرحله، مذاکرات توسط هیأت نمایندگان طرفین به طور جدی آغاز و ادامه می یابد؟

۱. مذاکره منطقی ۲. مذاکره گسترده ۳. پیش مذاکره ۴. مذاکره تلفیقی

۸- اقدامی متهورانه برای قرار دادن طرفی از معامله در جایگاه برتر می باشد؟

۱. حمله غافلگیرانه ۲. عبور از موانع با یک پرش ۳. ایجاد وقفه در مذاکره ۴. به کارگیری تاکتیک FAIFA CCOMPLI

۹- کدام یک از مکاتب زیر منافع اقتصادی کشور را در رأس قرار می دادند؟

۱. مرکانتی لیسم ها ۲. کلاسیک ها ۳. نئو کلاسیک ها ۴. سوسیالیست ها

۱۰- نظریه مزیت نسبی توسط چه کسی ارائه شد؟

۱. آدام اسمیت ۲. دیوید ریکاردو ۳. کینز ۴. پیتز دراگر

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰ زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۶۰ تشریحی: ۰ سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۹ - مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین المللی)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی) ۱۲۱۸۱۴۵ - مدیریت کسب و کار (MBA) گرایش کسب و کار بین المللی ۱۲۱۸۵۰۰

۱۱- این حساب اقلام مربوط به صادرات و واردات طلا و غیره را شامل می شود؟

۱. حساب سرمایه ۲. حساب جاری ۳. حساب رسمی خزانه ۴. حساب تهاتری

۱۲- عبارت است از فهرست مرتب و منظم کلیه اقسام عوارض گمرکی که بنابه تصمیم مراجع قانونی به کالاهای وارداتی کشور در یک زمام معین تعلق می گیرد؟

۱. تعرفه گمرکی ۲. حقوق گمرکی ۳. سود بازرگانی ۴. عوارض گمرکی

۱۳- ساده ترین نوع گروه بندی بازار بین الملل کدام گزینه زیر می باشد؟

۱. انجمن تجارت آزاد اروپا ۲. ناحیه تجارت آزاد لاتین ۳. بازار مشترک ۴. منطقه آزاد تجاری

۱۴- کدام یک از گزینه های زیر به عنوان نمونه ای از بازار مشترک محسوب می شود؟

۱. EFTA ۲. NAFTA ۳. ANCOM ۴. ECO

۱۵- این شرکت زیر مجموعه بانک جهانی برای کمک به توسعه کشورهای عضو و ارتقای بخش خصوصی کشورها تأسیس گردیده ، مکمل و یاور سرمایه های بخش خصوصی است ؟

۱. بانک بین المللی ترمیم و توسعه ۲. شرکت مالی بین المللی ۳. موسسه توسعه بین الملل ۴. صندوق بین المللی پول

۱۶- نحوه دسترسی به دریا و امکانات زیر بنایی حمل و نقل ، به ترتیب جزء کدام یک از عوامل تأثیرگذار بر اندازه بازار می باشند ؟

۱. وضعیت طبیعی کشور - عوامل زیربنایی ۲. عوامل زیربنایی - وضعیت طبیعی کشور ۳. عوامل زیر بنایی - عوامل زیر بنایی ۴. وضعیت طبیعی کشور - وضعیت طبیعی کشور

۱۷- هدف پیمان های مالیاتی چیست ؟

۱. کاهش نرخ مالیات ۲. اجتناب از افزایش درآمد مالیاتی ۳. ثبات نرخ مالیات ۴. اجتناب از مالیات مضاعف

۱۸- کدام یک از سازمان های زیر ، مقرراتی را برای ارتباطات بین المللی از طریق رادیو ، تلفن و تلگراف ارائه می دهد ؟

۱. یاتا ۲. ایکائو ۳. ITU ۴. ISO

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰ زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۶۰ تشریحی: ۰ سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/ کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۹ - مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین المللی)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی) ۱۲۱۸۱۴۵ - مدیریت کسب و کار (MBA) گرایش کسب و کار بین المللی ۱۲۱۸۵۰۰

۱۹- برچسب کالا بیشتر تابع است ؟

۱. مقررات قانونی ۲. مقررات بسته بندی ۳. مقررات کشور مبدأ ۴. مقررات کشور مقصد

۲۰- قوانین مربوط به مجوزهای صادرات و واردات جزء کدام نوع از اطلاعات می باشد ؟

۱. اطلاعات دستوری ۲. اطلاعات منابع ۳. اطلاعات ثانویه ۴. اطلاعات عمومی

۲۱- کدام یک از گزینه های زیر در گروه اطلاعات مربوط به بازار قرار می گیرد ؟

۱. سرمایه گذاری مشترک ۲. الگوی مصرف ۳. شبکه های توزیع و عملکرد رقبا ۴. سطح دانش و آگاهی مردم

۲۲- در این حالت شرکت در تعداد زیادی از بازارهای جهانی با کیفیت پایین حضور دارد ؟

۱. وضعیت برتر ۲. وضعیت با برتری تولید ۳. وضعیت با برتری موقعیت جغرافیایی ۴. حالت ضعیف

۲۳- فرانشیز یا اعطای امتیاز جزء کدامیک از استراتژی های ورود به بازار جهانی می باشد ؟

۱. صادرات غیر مستقیم ۲. صادرات مستقیم ۳. تولید در خارج از کشور ۴. مالکیت کامل

۲۴- سریع ترین و آسان ترین راه ورود به بازار بین المللی است ؟

۱. صادرات مستقیم ۲. تولید بر اساس قرارداد ۳. فروش داخلی ۴. حق الامتیاز

۲۵- در این استراتژی، بخش معینی از بازار هدف در نظر گرفته می شود ؟

۱. استراتژی تخصیص ۲. استراتژی تفکیکی ۳. استراتژی صادرات ۴. استراتژی تنوع محصول

۲۶- در ارتباط با دفعات حمل کالا، اینکه محموله در چند مرحله حمل بشود یا نشود به چه عاملی بستگی دارد ؟

۱. نوع بسته بندی ۲. عوامل تکنولوژیکی ۳. نیاز خریدار ۴. شرایط بازار

۲۷- در کدام نوع از استراتژی های استاندارد، منافع کمتری نصیب شرکت می شود ؟

۱. استاندارد کردن کالا ۲. استاندارد کردن برچسب ۳. استاندارد کردن بسته بندی ۴. استاندارد کردن ضمانت

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰ زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۶۰ تشریحی: ۰ سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/ کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۹ - مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین المللی)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی) ۱۲۱۸۱۴۵ - مدیریت کسب و کار (MBA) گرایش کسب و کار بین المللی ۱۲۱۸۵۰۰

۲۸- مهمترین و حساسترین قسمت هر آگهی چیست؟

۱. عنوان ۲. هدف ۳. ختام ۴. متن

۲۹- حالتی است که در آن نرخ رشد بازار بالا ولی سهم بازار پایین است؟

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

۳۰- اولین مرحله از فرایند برنامه ریزی استراتژیک کدام گزینه زیر می باشد؟

۱. مأموریت سازمانی ۲. تأسیس واحد استراتژیک ۳. هدف گذاری در بازاریابی ۴. ارائه تحلیل موقعیت

1218145 - 97-98-3

شماره سوال	پاسخ صحيح	وضعيت كليد
۱	ج	عادي
۲	الف	عادي
۳	الف	عادي
۴	ب	عادي
۵	د	عادي
۶	ج	عادي
۷	ب	عادي
۸	د	عادي
۹	الف	عادي
۱۰	ب	عادي
۱۱	ج	عادي
۱۲	الف	عادي
۱۳	د	عادي
۱۴	ج	عادي
۱۵	ب	عادي
۱۶	الف	عادي
۱۷	د	عادي
۱۸	ج	عادي
۱۹	الف	عادي
۲۰	الف	عادي
۲۱	ج	عادي
۲۲	ج	عادي
۲۳	ب	عادي
۲۴	د	عادي
۲۵	الف	عادي
۲۶	ج	عادي
۲۷	د	عادي
۲۸	الف	عادي
۲۹	د	عادي
۳۰	الف	عادي

97-98-2



تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

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

سری سوال: یک ۱

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۹ - مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین المللی)، مدیریت بازرگانی گرایش کسب و کار بین المللی ۱۲۱۸۵۰۰ (MBA) (بازاریابی) ۱۲۱۸۱۴۵ - مدیریت کسب و کار

۱- عبارت است از مجموعه ای از ابزارهای مداخله در بازار که به صورت وابسته به هم عمل می کنند ، به طوری که تأثیر لازم یا مورد نظر را در بازار می گذارند ؟

۱. بازاریابی ۲. بازاریابی بین المللی ۳. آمیخته بازار ۴. تجارت جهانی

۲- نگرش کلی نسبت به خریدهای بین المللی جزو کدامیک از عوامل محیط بازاریابی می باشد ؟

۱. عوامل اقتصادی ۲. عوامل سیاسی ۳. عوامل فرهنگی ۴. عوامل اجتماعی

۳- این گزینه نه تنها کلید فهم فرهنگهاست بلکه از ابزار اساسی ایجاد ارتباط است ؟

۱. زبان ۲. مذهب ۳. عادات ۴. تعلیم و تربیت

۴- ممکن است بازار و مردم کالا را بشناسند ولی آن را نسبت به کالای مشابه و رقیب ترجیح ندهند . در چنین مواقعی کدام یک از اهداف ارتباطات انجام می گردد ؟

۱. اطلاع رسانی ۲. ایجاد شناخت و آگاهی ۳. علاقمند کردن مشتریان به استفاده از کالا ۴. برتر دانستن

۵- در این مرحله ، مذاکرات توسط هیات نمایندگی طرفین به طور جدی آغاز و ادامه می یابد ؟

۱. پیش مذاکره ۲. مذاکره گسترده ۳. مذاکره تلفیقی ۴. تصمیم گیری و اقدام

۶- کدام یک از گزینه های زیر جزو سیاست های عمده مراکنتی لیست ها نمی باشد ؟

۱. تمرکز طلا ۲. ملی گرایی ۳. تراز مطلوب تجاری ۴. مزیت نسبی

۷- نظریه مزیت نسبی توسط چه کسی بیان شد؟

۱. آدام اسمیت ۲. دیوید ریکاردو ۳. پیترو دراگر ۴. تیلور

۸- این حساب اقلام مربوط به واردات و صادرات طلا و غیره را شامل می شود ؟

۱. حساب جاری ۲. حساب سرمایه ۳. حساب رسمی خزانه ۴. حساب کوتاه مدت

۹- عبارت است از مالیات و عوارضی که دولت به منظور های مالی و حمایتی و یا جزء آن ، هنگام عبور کالای خارجی از مرزهای کشور ، اخذ می نماید ؟

۱. تعرفه گمرکی ۲. حقوق گمرکی ۳. سود بازرگانی ۴. عوارض گمرکی

۱۰- کاملترین وسیله نظارت بر تجارت خارجی است؟

۱. کنترل ارز ۲. تعرفه گمرکی ۳. عوارض گمرکی ۴. حقوق گمرکی

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰ زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۶۰ تشریحی: ۰ سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/ کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۹ - مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین المللی)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی) ۱۲۱۸۱۴۵ - مدیریت کسب و کار (MBA) گرایش کسب و کار بین المللی ۱۲۱۸۵۰۰

۱۱- کدام یک از گروه های منطقه ای ، فعال ترین و شناخته شده ترین در بین کشورهای در حال توسعه است ؟

۱. NAFTA ۲. EFTA ۳. ANCOM ۴. ASEAN

۱۲- توفیق این شکل بستگی زیادی به منطق اقتصادی ، انگیزه ها ، تاریخ اقتصادی و سنت های دیرینه کشورها دارد ؟

۱. اتحادیه سیاسی ۲. اتحادیه اقتصادی ۳. بازار مشترک ۴. اتحادیه حقوق گمرکی

۱۳- LAIA انجمن مشترک آمریکای لاتین جزء کدام یک از انواع گروه های بازار قرار دارد ؟

۱. اتحادیه گمرکی ۲. مناطق آزاد تجاری ۳. بازار مشترک ۴. اتحادیه اقتصادی

۱۴- این شرکت برای کمک به توسعه کشورهای عضو و ارتقای بخش خصوصی کشورها تأسیس گردیده ، مکمل و یاور سرمایه های بخش خصوصی است ؟

۱. موسسه توسعه بین المللی ۲. بانک بین المللی ترمیم و توسعه ۳. شرکت مالی بین المللی ۴. صندوق بین المللی پول

۱۵- نقش مداخله کننده و نقش تنظیم کننده مربوط به کدام یک از عوامل تشکیل دهنده محیط سیاسی می شود ؟

۱. دولت - تجارت ۲. ایدئولوژی اقتصادی و دولتی ۳. ایدئولوژی اقتصادی و سیاسی ۴. نقش دولت در اقتصاد

۱۶- عقیده ای است در میان افراد یک ملت ، که آنها متفاوت یا بهتر از افراد ملل دیگر هستند ؟

۱. ایدئولوژی ۲. سوسیالیزم ۳. دموکراسی ۴. ناسیونالیزم

۱۷- برچسب کالا بیشتر تابع کدام یک از گزینه های زیر است ؟

۱. مقررات کشور مبدأ ۲. مقررات کشور مقصد ۳. مقررات قانونی ۴. مقررات بسته بندی

۱۸- قوانین و مقررات صادرات و واردات برای کشور مبدأ ، میزان حقوق و عوارض گمرکی ، مجوزهای صادرات و واردات و مواردی از این قبیل را چه می نامند ؟

۱. اطلاعات عمومی ۲. اطلاعات دستوری ۳. اطلاعات منابع ۴. اطلاعات مربوط به بازار

۱۹- در این روش جستجوی نسبتاً محدود برای اطلاعات خاص و به صورت غیر رسمی انجام می شود ؟

۱. راهنمایی ۲. تجسس ۳. تحقیق ۴. نظاره گری

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰ زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۶۰ تشریحی: ۰ سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/ کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۹ - مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین المللی)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی) ۱۲۱۸۱۴۵ - مدیریت کسب و کار (MBA) گرایش کسب و کار بین المللی ۱۲۱۸۵۰۰

۲۰- در این حالت شرکت در تعداد زیادی از بازارهای جهانی با کیفیت پایین حضور دارد؟

۱. وضعیت برتر
۲. وضعیت با برتر تولید
۳. وضعیت با برتری موقعیت جغرافیایی
۴. حالت ضعیف

۲۱- سریع ترین و آسانترین راه ورود به بازاریابی بین المللی کدام یک از گزینه های زیر می باشد؟

۱. صادرات مستقیم
۲. حق الامتیاز
۳. مونتاژ
۴. فروش داخلی

۲۲- کدام یک از گزینه های زیر مهمترین عنصر برنامه بازاریابی می باشد؟

۱. بازار
۲. قیمت
۳. ضمانت
۴. محصول

۲۳- کوتاه ترین و ساده ترین کانال توزیع برای محصولات مصرفی ، کدام است ؟

۱. توزیع خدمات
۲. توزیع محصولات صنعتی
۳. توزیع محصولات مصرفی
۴. توزیع بین المللی

۲۴- در این سیستم توزیع ، فروشنده حق فروش کالای رقیب را نداشته و فقط کالای تولید کننده خاص را که با او قرارداد دارد می تواند بفروشد ؟

۱. توزیع وسیع
۲. توزیع انحصاری
۳. توزیع برگزیده
۴. توزیع خدمات

۲۵- هدف از این نوع تبلیغات به وجود آوردن شناخت تقاضای اولیه است ؟

۱. تبلیغات اطلاعی
۲. تبلیغات ترغیب کننده
۳. تبلیغات یادآوری
۴. تبلیغات عمومی

۲۶- مهمترین و حساس ترین قسمت هر آگهی کدام گزینه می باشد ؟

۱. هدف
۲. ختام
۳. عنوان
۴. متن

۲۷- ساختار بازاری است که دارای مشخصه تعداد زیادی خریدار و فروشنده است ؟

۱. بازار رقابت خالص
۲. انحصار خالص
۳. رقابت انحصاری
۴. بازار چند قطبی

۲۸- حالتی است که نرخ رشد بازار بالا بوده و شرکت دارای سهم بازاریابی نیز می باشد ؟

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

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

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

سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/ کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۹ - مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین المللی)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی) ۱۲۱۸۱۴۵ - مدیریت کسب و کار (MBA) گرایش کسب و کار بین المللی ۱۲۱۸۵۰۰

۲۹- به شرایطی اطلاق می شود که قیمت در کشور بالاتر از خارج باشد و این در شرایطی است که تقاضای داخلی نسبت به تقاضای خارجی کشش چندانی نداشته باشد ؟

۱. دامپینگ خاص
۲. دامپینگ وارونه
۳. دامپینگ اتفاقی
۴. دامپینگ تناوبی

۳۰- اولین مرحله از فرایند برنامه ریزی استراتژیک کدام گزینه زیر می باشد ؟

۱. تاسیس واحد استراتژیک
۲. هدف گذاری در بازاریابی
۳. ارائه تحلیل موقعیت
۴. ماموریت سازمانی

1218145 - 97-98-2

شماره سوال	پاسخ صحيح	وضعيت کليد
۱	ج	عادي
۲	ب	عادي
۳	الف	عادي
۴	د	عادي
۵	ب	عادي
۶	د	عادي
۷	ب	عادي
۸	ج	عادي
۹	ب	عادي
۱۰	الف	عادي
۱۱	ج	عادي
۱۲	الف	عادي
۱۳	ب	عادي
۱۴	ج	عادي
۱۵	د	عادي
۱۶	د	عادي
۱۷	ج	عادي
۱۸	ب	عادي
۱۹	ب	عادي
۲۰	ج	عادي
۲۱	ب	عادي
۲۲	د	عادي
۲۳	ج	عادي
۲۴	ب	عادي
۲۵	الف	عادي
۲۶	ج	عادي
۲۷	الف	عادي
۲۸	ب	عادي
۲۹	الف	عادي
۳۰	د	عادي

97-98-1



تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

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

سری سوال: یک ۱

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۹ - مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین المللی)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت گرایش کسب و کار بین المللی ۱۲۱۸۵۰۰ (MBA) بازرگانی ۱۲۱۸۱۴۵ - مدیریت کسب و کار

۱- از دیدگاه پیتر دراگر هدف بازاریابی کدام گزینه زیر است؟

۱. رفع نیاز ۲. فروش فراوان ۳. تبلیغات ۴. افزایش مصرف

۲- کدام گزینه از عناصر مزیت استراتژیک بازاریابی می باشد؟

۱. تبلیغات مؤثر ۲. خرید ۳. فروش ۴. رقابت

۳- کدام یک از فرهنگ های زیر به دو جزء فرهنگ تکنولوژیک و فرهنگ اقتصادی تقسیم می شود؟

۱. فرهنگ سیاسی ۲. فرهنگ اقتصادی ۳. فرهنگ مادی ۴. فرهنگ معنوی

۴- کدام یک از گزینه های زیر به ایجاد وحدت رویه و ثبات و یکنواختی در رابطه با خریداران و مشتریان منجر می شود؟

۱. ارتباطات ۲. استاندارد کردن ۳. مذهب ۴. عادات

۵- در کدام مرحله از مراحل مذاکره، مذاکرات توسط هیأت نمایندگی طرفین به طور جدی آغاز و ادامه می یابد؟

۱. پیش مذاکره ۲. مذاکره تلفیقی ۳. تصمیم گیری ۴. مذاکره گسترده

۶- کدام گزینه هر گونه مانوری می باشد که تغییرات ناگهانی و غیر مترقبه ای در طرف مقابل مذاکره ایجاد می نماید؟

۱. حمله غافلگیرانه ۲. عبور از موانع با یک پرش

۳. اقدام به حمله ۴. ایجاد وقفه

۷- طبق نظریه آدام اسمیت تجارت باعث افزایش بازدهی و کارایی از چه طریقی می شود؟

۱. تخصص ۲. رقابت ۳. مبادله ۴. استاندارد سازی

۸- کدام مورد زیر مربوط به حساب جاری در حسابهای تراز پرداختها می باشد؟

۱. سرمایه گذاری مستقیم ۲. واردات کالا ۳. تراز تجاری ۴. پرداخت وام

۹- مالیات و عوارضی که دولت به منظور های مالی و حمایتی و یا جزء آن، هنگام عبور کالای خارجی از مرزهای کشور، اخذ می نماید چه نام دارد؟

۱. تعرفه گمرکی ۲. سود بازرگانی ۳. عوارض گمرکی ۴. حقوق گمرکی

۱۰- برقراری موانع تعرفه ای در مقایسه با حالت آزاد، منجر به کدام گزینه زیر می شود؟

۱. کاهش مازاد مصرف کننده ۲. افزایش مازاد مصرف کننده
۳. کاهش درآمد دولت ۴. افزایش حجم تجارت خارجی

سری سوال: ۱ یک

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

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/ کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۹ - مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین المللی)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی ۱۲۱۸۱۴۵ - مدیریت کسب و کار (MBA) گرایش کسب و کار بین المللی ۱۲۱۸۵۰۰

۱۱- کدام گزینه از اهداف دسته بندیها می باشد؟

۱. توسعه فرهنگی
۲. تمرکز زدایی
۳. جبران قدرت و کسب سود
۴. مهار بیکاری

۱۲- اتحادیه کشورهای مشترک المنافع شامل انگلیسی و کشورهای که قبلاً تحت سلطه آن بودند نمونه ای از کدام اتحادیه می باشد؟

۱. اتحادیه گمرکی
۲. اتحادیه سیاسی آزاد
۳. اتحادیه سیاسی تحمیلی
۴. اتحادیه اقتصادی

۱۳- در کدام مرحله توسعه اقتصادی کشور به علت وجود رقبا و تکنولوژی بالا، ورود به بازار مشکلتر می باشد؟

۱. مرحله جهش
۲. مرحله تولید انبوه
۳. مرحله بلوغ
۴. مرحله قبل از جهش

۱۴- فعالیت اصلی کدام مورد زیر تنظیم نرخها و کرایه های حمل بین المللی است؟

۱. یاتا
۲. ایکائو
۳. آی تی یو
۴. آنکتاد

۱۵- رشد قوانین منطقه ای در گروههای منطقه ای و رشد قانون بین الملل تحت تأثیر چه عواملی هستند؟

۱. محدودیتهای تجاری
۲. تجارت بین الملل
۳. فعالیت های بازاریابی
۴. توسعه تکنولوژی و بازرگانی بین الملل

۱۶- اولین مرحله در برنامه ریزی فروش کدام مورد زیر است؟

۱. تعیین بازار هدف
۲. تعیین سیاست ها
۳. شناخت اطلاعات
۴. شناخت رقبا

۱۷- سیاست های بازرگانی مربوط به کدام نوع اطلاعات می باشد؟

۱. اطلاعات عمومی
۲. اطلاعات دستوری
۳. اطلاعات منابع
۴. اطلاعات بازار

۱۸- تقاضاهای آشکار و تقاضاهای پنهان به ترتیب از چه طریقی بدست می آیند؟

۱. نظاره گری-راهنمایی
۲. راهنمایی- مشاوره
۳. نظارت- تحقیق
۴. تجسس- تحقیق

۱۹- هدف اصلی پردازش اطلاعات برای شناخت کدام بازارهای زیر است؟

۱. بازار فعلی-پنهان-بالقوه
۲. بازار هدف-در دسترس-بالقوه
۳. بازار تسخیر شده-واجد شرایط-بالفعل
۴. بازار در دسترس-هدف-بالفعل

تعداد سوالات: تستی: ۳۰: تشریحی: ۰: زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۶۰: تشریحی: ۰: سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/ کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۹ - مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین المللی)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی ۱۲۱۸۱۴۵ - مدیریت کسب و کار (MBA) گرایش کسب و کار بین المللی ۱۲۱۸۵۰۰

۲۰- در کدام روش تجزیه و تحلیل اطلاعات اثرات متغیر مستقل بر متغیر وابسته مطالعه می شود؟

۱. تکنیک حداقل مجزورات
۲. تکنیک سری زمانی
۳. تکنیک پیش بینی تقاضا
۴. تکنیک رگرسیون

۲۱- پرستیژ یا وضعیت اجتماعی شرکت مربوط به کدام یک از عوامل مؤثر در شکل گیری استراتژی بازاریابی می باشد؟

۱. عوامل بازار
۲. عوامل جغرافیایی
۳. عوامل رقابتی
۴. عوامل شرکت

۲۲- کدام یک از موارد زیر علاوه بر اینکه از نظر سرمایه گذاری پرریسک می باشند نیاز به کنترل های بیشتری نیز دارند؟

۱. مالکیت کامل واحد تولیدی در بازار خارجی
۲. فرانشیز
۳. سرمایه گذاری مشترک
۴. صادرات غیر مستقیم

۲۳- کدام یک از گزینه های زیر جزء صادرات مستقیم می باشد؟

۱. فروش داخلی
۲. قرارداد مدیریت
۳. لیسانس
۴. مونتاژ

۲۴- کدام گزینه از دلایل انتخاب استراتژی خروج از بازار توسط شرکتها می باشد؟

۱. ریسک بیشتر
۲. کنترل بیشتر
۳. اجبار قانونی
۴. توسعه اقتصادی

۲۵- در کدام مرحله از دوره عمر کالا سوددهی هدف برنامه ریزی تولید نیست؟

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

۲۶- برخی صاحب نظران کدام مورد زیر را فروشنده ساکت لقب داده اند؟

۱. تبلیغات
۲. بسته بندی
۳. فروش
۴. تخفیفات

۲۷- در بعضی از خدمات مانند خدمات توریستی، امور تبلیغاتی، تحقیقاتی و بیمه گاهی به جای کانال مستقیم از کدام گزینه زیر استفاده می شود؟

۱. خرده فروشی
۲. عمده فروشی
۳. واسطه ها
۴. کارگزاران

۲۸- جمله ای که به منظور تکرار دایمی (یا تکرار به مدت طولانی) طرح می شود و در تبلیغات اهمیت خاصی دارد را چه می نامند؟

۱. متن
۲. آگهی
۳. شعار
۴. روابط عمومی

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰ زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۶۰ تشریحی: ۰ سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/ کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۹ - مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین المللی)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی ۱۲۱۸۱۴۵ - مدیریت کسب و کار (MBA) گرایش کسب و کار بین المللی ۱۲۱۸۵۰۰

۲۹- در کدام مرحله از ماتریس BCG نرخ رشد بالا و سهم بازار بالا می باشد؟

۱. گاو شیرده ۲. علامت سؤال ۳. سگ ۴. ستاره

۳۰- کدام نوع قیمت گذاری شامل قیمت و بها کالا و هزینه حمل داخل کشتی و یا وسائط نقلیه دیگر مانند قطار یا کامیون می باشد؟

۱. قیمت براساس فوب ۲. قیمت گذاری CIF ۳. قیمت گذاری FAS ۴. قیمت گذاری روانی

1218145 - 97-98-1

شماره سوال	پاسخ صحيح	وضعيت کليد
۱	ب	عادي
۲	الف	عادي
۳	ج	عادي
۴	ب	عادي
۵	د	عادي
۶	الف	عادي
۷	ب	عادي
۸	ج	عادي
۹	د	عادي
۱۰	الف	عادي
۱۱	ج	عادي
۱۲	ب	عادي
۱۳	ج	عادي
۱۴	الف	عادي
۱۵	د	عادي
۱۶	الف	عادي
۱۷	ب	عادي
۱۸	ج	عادي
۱۹	الف	عادي
۲۰	د	عادي
۲۱	د	عادي
۲۲	الف	عادي
۲۳	ب	عادي
۲۴	ج	عادي
۲۵	ج	عادي
۲۶	ب	عادي
۲۷	د	عادي
۲۸	ج	عادي
۲۹	د	عادي
۳۰	الف	عادي

96-97-3



تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

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

سری سوال: یک ۱

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/ کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۹ - مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین گرایش کسب و کار بین المللی ۱۲۱۸۵۰۰ (MBA) المللی) ۱۲۱۸۱۴۵ - مدیریت کسب و کار

۱- کدامیک از گزینه های زیر جزو شاخص های بی ثباتی در محیط سیاسی و قانونی بازاریابی بین الملل می باشد؟

۱. اختلافات فرهنگی و قومی
 ۲. استمرار معقول سیاست های بازرگانی دولت
 ۳. عدم تغییر در حکمرانی، احزاب و گروهها
 ۴. ناسیونالیزم
- ۲- اکثر دولت ها برای تنظیم فعالیت های اقتصادی از چه ابزاری استفاده می کنند؟
۱. بانک مرکزی
 ۲. قدرت مالیاتی
 ۳. سیاست پولی و مالی
 ۴. سیاست های دولتی

۳- نقش اساسی سیستم اطلاعاتی بازاریابی در کدام گزینه بیان شده است؟

۱. ارائه گزارش های ضمنی و تحویلی
 ۲. کمک به مدیریت جهت بودجه بندی
 ۳. نهادینه کردن فرهنگ سازمانی در کارکنان
 ۴. تهیه و ارائه به هنگام اطلاعات قابل استفاده در تصمیم گیری های بازرگانی
- ۴- اطلاعاتی که بر اساس مقررات و قوانین یک کشور اعم از کشور مبدا و مقصد بوجود می آید، چه نوع اطلاعاتی است؟
۱. اطلاعات عمومی
 ۲. اطلاعات منابع
 ۳. اطلاعات دستوری
 ۴. اطلاعات مربوط به بازار

۵- بسیاری از تفاوت های موجود بین بازارهای داخلی و بین المللی ماهیتاً به کدامیک از گزینه های زیر مربوط می شود؟

۱. مزیت استراتژیک
 ۲. محیط
 ۳. رقابت
 ۴. کیفیت محصول
- ۶- یکی از ابزارهای مهم در تعبیر و تفسیر نقاط افتراق و اشتراک محیط بازارهای متفاوت در کدام گزینه بیان شده است؟
۱. بازاریابی داخلی
 ۲. بازاریابی بین المللی
 ۳. بازاریابی تطبیقی
 ۴. بازاریابی راهبردی

۷- "بوروکراسی دولتی" و "پولی و مالی" به ترتیب به کدامیک از عوامل محیط بازاریابی بین المللی اشاره دارد؟

۱. اقتصادی- سیاسی
۲. سیاسی- اقتصادی
۳. سیاسی- سیاسی
۴. فرهنگی- اقتصادی

۸- نحوه بهره گیری مردم از توانایی های خود به کدامیک از اجزای فرهنگ مادی مربوط می شود؟

۱. فرهنگ تکنولوژیک
 ۲. فرهنگ اقتصادی
 ۳. تعلیم تربیت
 ۴. عادات
- ۹- وقتی در مورد کشورهای صنعتی و کشاورزی بحث می شود، منظور اصلی تشریح کدامیک از عناصر فرهنگ می باشد؟
۱. فرهنگ مادی
 ۲. زبان
 ۳. عادات
 ۴. هنر

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰ زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۶۰ تشریحی: ۰ سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/ کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۹ - مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین المللی) ۱۲۱۸۱۴۵ - مدیریت کسب و کار (MBA) گرایش کسب و کار بین المللی ۱۲۱۸۵۰۰

۱۰- مرحله نهایی مذاکرات تجاری در کدام گزینه بیان شده است؟

۱. امضاء تفاهم نامه ۲. امضاء توافقنامه ۳. فروش ۴. بازاریابی

۱۱- کدامیک از گزینه های زیر از سیاست های عمده مرکانتی لیسم ها می باشد؟

۱. تمرکز بر ثروت ۲. تمرکز بر تجارت ۳. ملی گرایی ۴. فزونی واردات بر صادرات

۱۲- نظریه مزیت نسبی ریکاردو بر کدامیک از گزینه های زیر تکیه دارد؟

۱. تجارت باعث افزایش بازدهی و کارایی از طریق رقابت می شود.
۲. تخصص در تولید منجر به رشد کمی و در نهایت تولید ارزانتر محصول می شود.
۳. اساس مزیت در تخصص بوده که برخی کشورها از آن محروم هستند.
۴. تخصص کشورها و استفاده بهینه از امکانات و تسهیلات

۱۳- متداول ترین محدودیت وارداتی برای کالاهای خارجی در سیستم بازرگانی بین المللی کدام گزینه است؟

۱. تعرفه های گمرکی ۲. سهمیه ها ۳. کنترل ارز ۴. بازرسی واردات

۱۴- " حمل و نقل " و " خدمات بازرگانی " به ترتیب جزو کدامیک از عوامل موثر بر اندازه بازار می باشد؟

۱. درجه توسعه اقتصادی کشور - عوامل زیربنایی ۲. عوامل زیربنایی - عوامل زیربنایی
۳. عوامل زیربنایی - عوامل اقتصادی ۴. وضعیت طبیعی کشور - جمعیت

۱۵- تلاش محقق جهت ثابت کردن هویت اصلی خود برای جواب دهنده جهت یک تحقیق به کدامیک از مشکلات فرهنگی تحقیق بازاریابی در کشورهای مختلف مربوط می شود؟

۱. مشکل زبان ۲. مشکلات تکنیکی ۳. سازمان اجتماعی ۴. کسب پاسخ

۱۶- عوامل موثر در شکل گیری استراتژی بازاریابی در کدام گزینه بیان شده است؟

۱. عوامل شرکت، تکنولوژی، عوامل اقتصادی
۲. نیازها و خواسته های مشتری، کیفیت محصول و عوامل رقابتی
۳. عوامل بازار، عوامل جغرافیایی، عوامل رقابتی، عوامل شرکت
۴. عوامل رقابتی، عوامل شرکت، قوانین و مقررات دولتی

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰ زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۶۰ تشریحی: ۰ سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۹ - مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین المللی) ۱۲۱۸۱۴۵ - مدیریت کسب و کار (MBA) گرایش کسب و کار بین المللی ۱۲۱۸۵۰۰

۱۷- یکی از سریع ترین و آسانترین وسیله ورود به بازار بین المللی را که نیاز به سرمایه گذاری مستقیم ندارد، در کدام گزینه اشاره شده است؟

۱. مونتاژ ۲. تولید بر اساس قرارداد ۳. فرانسیز ۴. حق امتیاز

۱۸- در کدام استراتژی ورود به بازار بین المللی، امتیاز دهنده تمام عملیات بازاریابی از جمله نام کالا، علائم تجاری، محصولات و غیره را در اختیار امتیاز گیرنده قرار می دهد؟

۱. قرارداد مدیریت ۲. فرانسیز ۳. لیسانس ۴. تولید بر اساس قرارداد

۱۹- «مونتاژ» جزو کدامیک از دسته بندی های مربوط به استراتژی های ورود به بازارهای جهانی می باشد؟

۱. صادرات مستقیم ۲. صادرات غیر مستقیم ۳. سرمایه گذاری غیر مستقیم ۴. سرمایه گذاری مستقیم

۲۰- دومین مرحله فرایند طراحی و تولید محصول برای بازارهای بین المللی در کدام گزینه بیان شده است؟

۱. ارائه ایده های نوین برای کالاهای جدید ۲. غربال کردن ایده ها و انتخاب ایده مطلوب ۳. تعیین استراتژی بازاریابی ۴. آزمایش بازار

۲۱- کدامیک از گزینه های زیر از دلایل پیروی از استراتژی یکسان سازی تولید کالا در بازاریابی بین المللی می باشد؟

۱. نقش دولت ها ۲. سلیقه مشتری ۳. مسایل فنی ۴. اثر تکنولوژی

۲۲- انواع روش های توزیع از نقطه نظر بازار مصرف در کدام گزینه بیان شده است؟

۱. وسیع - انحصاری - برگزیده ۲. انحصاری - وسیع - رقابتی ۳. انحصاری - انتخابی - برگزیده ۴. وسیع - انتخابی - برگزیده

۲۳- فروشگاههای زنجیره ای جزو کدامیک از عناصر شبکه توزیع می باشد؟

۱. خرده فروشی ۲. عمده فروشی ۳. نمایندگان انحصاری ۴. توزیع وسیع

۲۴- کدامیک از گزینه های زیر برای توزیع محصولات صنعتی استفاده می شود؟

۱. تولیدکننده ← مصرف کننده ۲. تولیدکننده ← کارگزار ← مصرف کننده ۳. تولیدکننده ← استفاده کننده ۴. تولیدکننده ← خرده فروش ← مصرف کننده

۲۵- کدامیک از انواع تبلیغات در مراحل اولیه ورود کالا به بازار و با هدف بوجود آوردن شناخت تقاضای اولیه انجام می شود؟

۱. تبلیغات اولیه ۲. تبلیغات یادآوری ۳. تبلیغات اطلاعی ۴. تبلیغات ترغیب کننده

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰ زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۶۰ تشریحی: ۰ سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/ کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۹ - مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین المللی) ۱۲۱۸۱۴۵ - مدیریت کسب و کار (MBA) گرایش کسب و کار بین المللی ۱۲۱۸۵۰۰

۲۶- «ارائه کالا به مشتریان احتمالی همراه با توضیحات شفاهی به منظور به فروش رساندن کالا» به کدامیک از گزینه های زیر مربوط می شود؟

۱. آگهی
۲. فروش شخصی
۳. تبلیغات تجاری
۴. پیشبرد فروش

۲۷- هدف های رقابتی و استراتژی های بازاریابی جزو کدامیک از عوامل موثر بر قیمت گذاری می باشد؟

۱. عوامل شرکت
۲. عوامل بازار
۳. عوامل محیطی
۴. عوامل تولید

۲۸- تحکیم موقعیت موجود بنگاه در بازار و راندن رقیب از بازار جزو کدامیک از اهداف و انگیزه های اعمال دامپینگ می باشد؟

۱. اقتصادی
۲. بازرگانی
۳. پولی
۴. اجتماعی

۲۹- اولین مرحله فرایند برنامه ریزی بازاریابی در کدام گزینه بیان شده است؟

۱. بررسی بازار
۲. تجزیه و تحلیل فرصت ها در بازار
۳. طبقه بندی بازار
۴. انتخاب بازار

۳۰- هسته اصلی سازماندهی فعالیت های بازاریابی بین المللی در کدام گزینه بیان شده است؟

۱. رسالت سازمان
۲. اهداف و آرمان های مورد نظر شرکت
۳. تعیین ساختار سازمانی
۴. چشم انداز سازمان

1218145 - 96-97-3

شماره سوال	پاسخ صحيح	وضعيت کليد
۱	الف	عادي
۲	ب	عادي
۳	د	عادي
۴	ج	عادي
۵	ب	عادي
۶	ج	عادي
۷	ج	عادي
۸	ب	عادي
۹	الف	عادي
۱۰	ب	عادي
۱۱	ج	عادي
۱۲	د	عادي
۱۳	الف	عادي
۱۴	ب	عادي
۱۵	د	عادي
۱۶	ج	عادي
۱۷	د	عادي
۱۸	ب	عادي
۱۹	د	عادي
۲۰	ب	عادي
۲۱	د	عادي
۲۲	الف	عادي
۲۳	الف	عادي
۲۴	ج	عادي
۲۵	ج	عادي
۲۶	ب	عادي
۲۷	ب	عادي
۲۸	ب	عادي
۲۹	الف	عادي
۳۰	ج	عادي

96-97-2



تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰ زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۸۰ تشریحی: ۰ سری سوال: یک ۱

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۹ - مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین گرایش کسب و کار بین المللی ۱۲۱۸۵۰۰ (MBA) المللی) ۱۲۱۸۱۴۵ - مدیریت کسب و کار

۱- مجموعه ای از ابزارهای مداخله در بازار که بصورت وابسته به هم عمل می کند؛ بطوری که تاثیر لازم یا مورد نظر را در بازار می گذارد، به کدام گزینه اشاره دارد؟

۱. مدیریت بازاریابی ۲. بازاریابی ۳. آمیخته بازار ۴. بازاریابی بین الملل

۲- در کدامیک از گزینه های زیر، چارچوب مقایسه رابطه بازاریابی با محیط آن در دو یا چند کشور است؟

۱. بازاریابی تبدیلی ۲. بازاریابی توسعه ای ۳. بازاریابی بین الملل ۴. بازاریابی تطبیقی

۳- «مقررات پولی و مالی» و «اعتقادات و باورهای عمومی» به ترتیب به کدامیک از عوامل محیط بازاریابی بین المللی مربوط می شود؟

۱. سیاسی- اقتصادی ۲. سیاسی- فرهنگی ۳. سیاسی- سیاسی ۴. فرهنگی- سیاسی

۴- وقتی در مورد کشورهای صنعتی و کشاورزی یا از فاصله تکنولوژی در اروپا و آسیا بحث می شود، منظور اصلی تشریح کدامیک از عناصر تشکیل دهنده فرهنگ است؟

۱. زبان ۲. ساختار اجتماعی ۳. تعلیم و تربیت ۴. فرهنگ مادی

۵- توانایی نفوذ یک شرکت خارجی به بازار یک کشور میزبان به کدام گزینه بستگی دارد؟

۱. تسلط به تکنولوژی ۲. کیفیت و کمیت توسعه ۳. سطوح آموزش عمومی ۴. شناخت کامل فرهنگ عام

۶- کدامیک از عناصر فرهنگ، کیفیت و کمیت اغلب رفتارهای اقتصادی افراد را تعیین می کند؟

۱. عادات ۲. فرهنگ مادی ۳. مذهب ۴. فرهنگ اقتصادی

۷- در کدامیک از مراحل مذاکره، مذاکرات توسط هیات نمایندگی طرفین بصورت جدی آغاز و ادامه می یابد؟

۱. مذاکره تلفیقی ۲. پیش مذاکره ۳. مذاکره گستره ۴. تصمیم گیری و اقدام

۸- مطابق کدامیک از نظریه های زیر «تجارت باعث افزایش بازدهی و کارایی از طریق رقابت می شود»؟

۱. نظریه مزیت نسبی ۲. نظریه دوره زندگی کالا ۳. نظریه مزیت مطلق ۴. نظریه مرکانتی لیسم

۹- از دیدگاه مرکانتی لیسم ها، تراز مطلوب تجاری به چه معناست؟

۱. ارزش صادرات و واردات برابر باشد ۲. ارزش صادرات بیشتر از واردات باشد ۳. ارزش واردات بیشتر از صادرات باشد ۴. نرخ ارز ثابت باشد

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰ زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۸۰ تشریحی: ۰ سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۹ - مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین المللی) ۱۲۱۸۱۴۵ - مدیریت کسب و کار (MBA) گرایش کسب و کار بین المللی ۱۲۱۸۵۰۰

۱۰- «صادرات و واردات کالاها و خدمات اعم از مرئی و نامرئی» و نیز «دریافت و پرداخت های انتقالی» به ترتیب در کدام بخش تراز پرداخت ها ثبت می شود؟

۱. حساب جاری - حساب سرمایه
۲. حساب سرمایه - حساب جاری
۳. حساب جاری - حساب جاری
۴. حساب رسمی خزانه - حساب سرمایه

۱۱- ابزارهای اصلی خط مشی بازرگانی در کدام گزینه بیان شده است؟

۱. تعرفه گمرکی، سهمیه ها، کنترل ارز، قوانین اداری (گمرک نامرئی)
۲. حقوق گمرکی، سود بازرگانی، هزینه گمرکی
۳. عوارض گمرکی، گمرک نامرئی، تعرفه گمرکی
۴. عوارض گمرکی مقداری، عوارض گمرکی ارزشی، عوارض گمرکی مختلط

۱۲- فهرست مرتب و منظم کلیه اقسام عوارض گمرکی که بنا به تصمیم مراجع قانونی به کالای وارداتی کشور در یک زمان معین تعلق می گیرد، به کدام گزینه اشاره دارد؟

۱. تعرفه گمرکی
۲. حقوق گمرکی
۳. سود بازرگانی
۴. عوارض گمرکی

۱۳- ایدئولوژی مشخص و مشترک برای تمام ملل که بر اساس آن افراد یک ملت اعتقاد دارند که آنها متفاوت یا بهتر از افراد ملل دیگر هستند، به کدام گزینه اشاره دارد؟

۱. مذهب و جهان بینی
۲. ساختار سیاسی
۳. ناسیونالیسم
۴. طرز تلقیات

۱۴- «تغییر در حکمرانی، احزاب و گروهها» و «برخورد قدرت ها و تظاهرات» در یک کشور به ترتیب به تغییر کدام محیط ها در بازاریابی بین المللی اشاره دارد؟

۱. سیاسی - فرهنگی
۲. سیاسی - سیاسی
۳. فرهنگی - سیاسی
۴. فرهنگی - فرهنگی

۱۵- کدامیک از گزینه های زیر جزو شاخص های بی ثباتی محیط سیاسی بازاریابی بین الملل می باشد؟

۱. تداوم سیاست های دولتی
۲. اختلافات فرهنگی و قومی
۳. سطح پائین روابط بین الملل
۴. عدم تغییر در رژیم

۱۶- کدامیک از گزینه های زیر از ارکان سیستم اطلاعات بازاریابی محسوب می شود؟

۱. شناخت اطلاعات مورد نیاز سیستم اطلاعاتی بازاریابی
۲. برنامه ریزی اطلاعات بازاریابی
۳. ارائه راه حلی برای حل مشکل بازاریابی
۴. کمک به مدیریت جهت بودجه بندی

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۸۰ تشریحی: ۰

سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۹ - مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین المللی) ۱۲۱۸۱۴۵ - مدیریت کسب و کار (MBA) گرایش کسب و کار بین المللی ۱۲۱۸۵۰۰

۱۷- در فرایند طراحی و تولید محصول برای بازارهای بین المللی، بعد از ارائه ایده های نوین برای کالاهای جدید کدام مرحله است؟

۱. تعیین استراتژی بازاریابی
۲. تجزیه و تحلیل تجاری
۳. آزمایش بازار
۴. غربال کردن ایده ها و انتخاب ایده مطلوب

۱۸- امکانات تامین سرمایه و اتوماسیون به ترتیب جزو کدام دسته از اطلاعات مورد نیاز سیستم اطلاعات بازاریابی می باشد؟

۱. عمومی - دستوری
 ۲. بازار - عمومی
 ۳. منابع - منابع
 ۴. منابع - بازار
- ۱۹- اطلاعات مورد نیاز سیستم اطلاعات بازاریابی، عمدتاً از کدام طریق بدست می آید؟
۱. بررسی بازار هدف
 ۲. نظارت و تحقیق
 ۳. اطلاعات دستوری
 ۴. اطلاعات عمومی

۲۰- در مورد ریسک و کنترل در ورود به بازار بین المللی کدام گزینه صحیح است؟

۱. هرچقدر ریسک ورود کمتر باشد کنترل عملیات کمتر بوده و شرکت با بازار خارجی درگیری کمتری دارد.
۲. هرچقدر ریسک ورود بیشتر باشد کنترل عملیات کمتر بوده و شرکت با بازار خارجی درگیری کمتری دارد.
۳. هرچقدر ریسک ورود بیشتر باشد کنترل عملیات بیشتر بوده و شرکت با بازار خارجی درگیری کمتری دارد.
۴. هرچقدر ریسک ورود کمتر باشد کنترل عملیات بیشتر بوده و شرکت با بازار خارجی درگیری کمتری دارد.

۲۱- شرکت های مدیریت صادرات و لیسانس به ترتیب جزو کدامیک از استراتژی های ورود به بازار جهانی می باشند؟

۱. صادرات مستقیم - تولید در خارج
۲. صادرات غیر مستقیم - صادرات مستقیم
۳. صادرات غیر مستقیم - تولید در خارج
۴. صادرات مستقیم - صادرات غیر مستقیم

۲۲- در کدامیک از روش های ورود به بازارهای خارجی، تمام مسئولیت های عملیات صادرات از قبیل بازاریابی، تبلیغات، حمل فیزیکی و مانند آن با انعقاد قرارداد واگذار می گردد؟

۱. شرکت تجاری
۲. شرکت مدیریت صادرات
۳. سرمایه گذاری مستقیم
۴. قرارداد مدیریت

تعداد سوالات: تستی: ۴۰: تشریحی: ۰: زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۸۰: تشریحی: ۰: سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/ کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۹ - مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین المللی) ۱۲۱۸۱۴۵ - مدیریت کسب و کار (MBA) گرایش کسب و کار بین المللی ۱۲۱۸۵۰۰

۲۳- از معایب استراتژی تولید بر اساس قرارداد در کدام گزینه بیان شده است؟

۱. کاهش سرعت تحویل
۲. بالا بودن هزینه های تولید
۳. افزایش کنترل کیفیت تولید
۴. امکان تبدیل شرکت تولید کننده خارجی به رقیب اصلی شرکت

۲۴- سنتی ترین و نیز سریع ترین و آسانترین روش ورود به بازارهای بین المللی به ترتیب در کدام گزینه بیان شده است؟

۱. صادرات مستقیم- حق امتیاز
۲. فرانشیز- مونتاژ
۳. لیسانس- قرارداد تولید
۴. سرمایه گذاری مشترک- مونتاژ

۲۵- هدف بازاریابی بین الملل در ارتباط با دوره عمر کالا در کدام گزینه بیان شده است؟

۱. نگهداری کالا در مرحله رشد به مدت طولانی و سپس به مرحله بلوغ رساندن کالا
۲. شناخت نیازها و خواسته های مشتری و معرفی کالاهای جدید مطابق با آن
۳. به مرحله بلوغ رساندن کالا و نگهداری آن در سطح بلوغ به مدت طولانی
۴. حفظ کالا در مرحله بلوغ به مدت کوتاه

۲۶- کدام گزینه از روش های مهم برنامه ریزی تولید در بازاریابی بین الملل به شمار می رود؟

۱. بسته بندی کالا
۲. پیش بینی دوره عمر کالا
۳. مارک و علائم تجاری
۴. برچسب زنی

۲۷- در صورتی که شرکت ایران خودرو علاوه بر محصولات فعلی، محصولات مشابهی را به بازار عرضه نماید، این فعالیت نشان دهنده استفاده از کدام نوع استراتژی است؟

۱. استراتژی تنوع محصول افقی
۲. استراتژی تنوع محصول عمودی
۳. استراتژی صادرات
۴. استراتژی تخصیص

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰ زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۸۰ تشریحی: ۰ سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۹ - مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین المللی) ۱۲۱۸۱۴۵ - مدیریت کسب و کار (MBA) گرایش کسب و کار بین المللی ۱۲۱۸۵۰۰

۲۸- محدودیت هایی که در فرایند ایجاد کانال های توزیع بین المللی برای هماهنگی با هدف های کلی شرکت وجود دارد، در کدام گزینه بیان شده است؟

۱. تعیین دقیق هدف تلاش های بازاریابی شرکت و موقعیت رقابتی شرکت

۲. مشخص کردن نیازها و ترجیحات بازار هدف

۳. مکان فیزیکی مشتریان بالقوه، نیازهای اطلاعاتی و ترجیحات آنان

۴. مشتریان، محصولات، واسطه ها و محیط

۲۹- کدامیک از روش های توزیع به منظور سهولت دسترسی خریدار به برخی کالاها استفاده می شود؟

۱. وسیع ۲. انحصاری ۳. برگزیده ۴. مرکب

۳۰- در کدامیک از روش های حمل و نقل، کالاها در معرض سرما، گرما، رطوبت، خشکی، تکان و ارتعاش قرار گرفته و می تواند در افت کیفیت کالا یا بروز صدمات و خسارات موثر باشد؟

۱. جاده ای ۲. هوایی ۳. ریلی ۴. دریایی

۳۱- کدامیک از انواع تبلیغات، در مرحله بلوغ کالا اهمیت بسیاری دارد و هدف این است که مصرف کننده را به تفکر در مورد کالا وادار نموده و کالا را در ذهن مصرف کننده زنده نگه می دارد؟

۱. آگاهی دهنده ۲. ترغیب کننده ۳. یادآوری کننده ۴. اطلاعی

۳۲- عناصر آمیخته تبلیغاتی در کدام گزینه بطور کامل بیان شده است؟

۱. آگهی-فروش شخصی- توزیع- مکان ۲. آگهی- فروش شخصی- ارتقاء فروش- روابط عمومی ۳. قیمت- مکان- توزیع- پیشبرد فروش ۴. روابط عمومی- آگهی- ارتقاء فروش- فروش نسبه و اعتباری

۳۳- فروش بین المللی کالاهای صنعتی گرانقیمت به کدام یک از عناصر آمیخته تبلیغاتی وابسته است؟

۱. روابط عمومی ۲. ارتقاء فروش ۳. فروش شخصی ۴. پیشبرد فروش

۳۴- انتظارات مصرف کنندگان و تغییرات نرخ ارز به ترتیب جزو کدامیک از عوامل موثر بر قیمت گذاری می باشد؟

۱. عوامل بازار- عوامل محیطی ۲. عوامل شرکت- عوامل محیطی ۳. عوامل بازار- عوامل شرکت ۴. عوامل محیطی- عوامل محیطی

سری سوال: ۱ یک

زمان آزمون (دقیقه): ۸۰ تستی: ۸۰ تشریحی: ۰

تعداد سوالات: ۴۰ تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۹ - مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین المللی) ۱۲۱۸۱۴۵ - مدیریت کسب و کار (MBA) گرایش کسب و کار بین المللی ۱۲۱۸۵۰۰

۳۵- در فرایند سیکل عمر محصول در زمان بلوغ از چه نوع قیمت گذاری استفاده می شود؟

۱. قیمت گذاری در جهت تغییر مسیرهای رقابتی بازار و نفوذ آرام در بازار فروش
۲. قیمت گذاری بر مبنای بدست آوردن سود بیشتر
۳. قیمت گذاری بر اساس هدف تثبیت بازار فروش و بدست آوردن نقدینگی
۴. قیمت گذاری برای هدایت تقاضای بازار

۳۶- فروشندگان اتومبیل و مسکن از کدام روش قیمت گذاری تبعیت می کنند و خریدار به خود اجازه می دهد که در مورد قیمت چانه زنی کرده و تخفیف بگیرد؟

۱. روش قیمت گذاری رقابتی
۲. روش قیمت گذاری متفاوت
۳. روش قیمت گذاری روانی
۴. روش قیمت گذاری بر اساس هزینه

۳۷- کدامیک از انواع دامپینگ ها توسط بنگاهها به منظور رهایی از ذخایر کالایی اعمال و پس از دستیابی بنگاه به منظور خود متوقف می شود؟

۱. وارونه
۲. خاص یا مستقیم
۳. تناوبی و فصلی
۴. اتفاقی و موقت

۳۸- کدام گزینه حالتی است که نرخ رشد بازار بالاولی سهم بازار پایین است؟

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

۳۹- دومین مرحله فرایند برنامه ریزی استراتژیک در کدام گزینه بیان شده است؟

۱. تعیین مأموریت سازمانی
۲. تاسیس واحد استراتژیک
۳. هدفگذاری بازاریابی
۴. ارائه تحلیل موقعیت

۴۰- برای تسهیل سازماندهی، برنامه ریزی و کنترل فعالیت های بین المللی، بسیاری از شرکت های بین المللی از کدام نوع ساختار استفاده می کنند؟

۱. ساختار سازمانی بر مبنای محصول
۲. ساختار سازمانی بر مبنای مشتری
۳. ساختار سازمانی بر مبنای وظیفه
۴. ساختار سازمانی ماتریسی

1218145 - 96-97-2

شماره سوال	پاسخ صحيح	وضعيت کليد
1	ج	عادي
2	د	عادي
3	الف	عادي
4	د	عادي
5	ج	عادي
6	ج	عادي
7	ج	عادي
8	ج	عادي
9	ب	عادي
10	ج	عادي
11	الف	عادي
12	الف	عادي
13	ج	عادي
14	ب	عادي
15	ب	عادي
16	الف	عادي
17	د	عادي
18	ج	عادي
19	ب	عادي
20	ج	عادي
21	ج	عادي
22	ب	عادي
23	د	عادي
24	الف	عادي
25	ج	عادي
26	ب	عادي
27	الف	عادي
28	د	عادي
29	الف	عادي
30	الف	عادي
31	ج	عادي
32	ب	عادي
33	ج	عادي
34	الف	عادي
35	ج	عادي
36	ب	عادي
37	ج	عادي
38	د	عادي
39	ب	عادي
40	د	عادي

96-97-1



تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۱۱۰ تشریحی: ۰

سری سوال: یک ۱

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۹ -، مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین المللی)، مدیریت گرایش کسب و کار بین المللی ۱۲۱۸۵۰۰ (MBA) بازرگانی (بازاریابی) ۱۲۱۸۱۴۵ -، مدیریت کسب و کار

۱- اساس کدامیک از انواع بازاریابی پیرامون تشابهات و تفاوت های موجود بین کشورهای مختلف دور می زند؟

۱. بازاریابی بین الملل
۲. بازاریابی تفکیکی
۳. بازاریابی تطبیقی
۴. بازاریابی تبدیلی

۲- از عناصر مزیت استراتژیک بازاریابی در کدام گزینه بیان شده است؟

۱. کانال های توزیع
۲. توسعه صنعتی
۳. ثبات سیاسی
۴. سیستم اقتصادی باز

۳- «نگرش کلی نسبت به خریدهای بین المللی» به کدامیک از عوامل محیط بازاریابی بین المللی مربوط می شود؟

۱. سیاسی
۲. اقتصادی
۳. فرهنگی
۴. تکنولوژیکی

۴- کلید اصلی رسوخ به فرهنگ یک کشور و ابزار اساسی ایجاد ارتباطات بازاریابی در کدام گزینه بیان شده است؟

۱. فرهنگ اقتصادی
۲. فرهنگ تکنولوژیک
۳. زبان
۴. عادات

۵- عمده ترین نقش بازاریاب بین المللی تغییر در کدامیک از عناصر فرهنگی کشور میزبان می باشد؟

۱. ارزش ها و سلیق
۲. فرهنگ مادی
۳. تقاضا
۴. ساختار اجتماعی

۶- نگرش به موقعیت زنان، به کدامیک از عناصر تشکیل دهنده فرهنگ مربوط می شود؟

۱. عادات
۲. فرهنگ مادی
۳. مذهب
۴. فرهنگ اقتصادی

۷- ارکان مذاکرات بازاریابی در کدام گزینه بیان شده است؟

۱. هدف- افراد- اطلاعات
۲. هدف- ارتباطات- ابزار
۳. داده- اطلاعات- اهداف
۴. ارتباطات- رابط- ابزار

۸- کدامیک از گزینه های زیر از سیاست های عمده مرکانتی لیسم ها می باشد؟

۱. تمرکز بر ثروت
۲. تمرکز بر تجارت
۳. ملی گرایی
۴. فزونی واردات بر صادرات

۹- کلیه معاملات اقتصادی بین یک کشور با سایر کشورها در دوره ای مشخص در کدام سند زیر ثبت می گردد؟

۱. تراز بازرگانی
۲. تراز تجاری
۳. موازنه تجاری
۴. تراز پرداخت ها

۱۰- هدف دولت از تعیین سهمیه و استفاده از آن در خط مشی های بازرگانی چیست؟

۱. کسب درآمد
۲. کنترل ارز
۳. حفاظت از تولید ملی و مشاغل
۴. ممانعت از وابستگی به کشورهای خارجی

تعداد سوالات: تستی: ۴۰: تشریحی: ۰

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۱۱۰: تشریحی: ۰

سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۹ -، مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین المللی)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی) ۱۲۱۸۱۴۵ -، مدیریت کسب و کار (MBA) گرایش کسب و کار بین المللی ۱۲۱۸۵۰۰

۱۱- مالیات و عوارضی که دولت به منظورهای مالی و حمایتی و یا جزء آن، هنگام عبور کالای خارجی از مرزهای کشور اخذ می نماید، به کدام گزینه اشاره دارد؟

۱. تعرفه گمرکی
۲. حقوق گمرکی
۳. سود بازرگانی
۴. عوارض گمرکی

۱۲- «حمل و نقل و خدمات بازرگانی» و نیز «ارتباطات و انرژی» به ترتیب جزو کدامیک از عوامل تاثیر گذار بر اندازه ی بازار خارجی می باشد؟

۱. درجه توسعه اقتصادی کشور - وضعیت طبیعی کشور
۲. عوامل زیر بنایی - وضعیت طبیعی کشور
۳. عوامل زیربنایی - عوامل زیربنایی
۴. عوامل زیربنایی - درجه توسعه اقتصادی کشور

۱۳- کدامیک از گزینه های زیر جزو عناصر محیط سیاسی بازاریابی بین المللی است؟

۱. عوامل فرهنگی
۲. عوامل اجتماعی
۳. عوامل بین المللی
۴. ایدئولوژی اقتصادی و سیاسی

۱۴- کدام یک از گزینه های زیر نه تنها عامل مهمی در تصمیم اولیه جهت سرمایه گذاری در یک کشور است؛ بلکه در تداوم عملیات بازاریابی در آن کشور نقش مهمی را ایفا می کند؟

۱. محیط سیاسی کشور میزبان
۲. استراتژی بازار کشور میزبان
۳. فرهنگ کشور میزبان
۴. اقتصاد کشور میزبان

۱۵- فعالیت اصلی کدامیک از سازمان های بین المللی تنظیم نرخ ها و کرایه های حمل بین المللی می باشد؟

۱. ایکائو
۲. آی- تی- یو
۳. یاتا
۴. اینتلست

۱۶- دو روش اساسی برای جمع آوری اطلاعات در تحقیقات بازاریابی بین المللی در کدام گزینه بیان شده است؟

۱. مصاحبه- مشاهده
۲. پرسشنامه- مشاهده
۳. مصاحبه- پرسشنامه
۴. پرسشنامه- تحلیل محتوا

۱۷- اطلاع داشتن از رفتار خریداران و فرایندهای تصمیم، نشان دهنده کدامیک از مشکلات فرهنگی در تحقیق بازاریابی است؟

۱. مشکل زبان
۲. سازمان اجتماعی
۳. کسب پاسخ
۴. به روز نبودن

۱۸- ادغام و سرمایه گذاری مشترک جزو کدام دسته از اطلاعات مورد نیاز سیستم اطلاعات بازاریابی می باشد؟

۱. عمومی
۲. دستوری
۳. بازار
۴. منابع

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰ زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۱۱۰ تشریحی: ۰ سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی ، مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۹ - ، مدیریت بازرگانی ، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین المللی) ، مدیریت بازرگانی (بازاریابی) ۱۲۱۸۱۴۵ - ، مدیریت کسب و کار (MBA) گرایش کسب و کار بین المللی ۱۲۱۸۵۰۰

۱۹- کدام گزینه از شرایط ورود شرکت ها به بازار بین المللی می باشد؟

۱. قدرت رقابت در بازار داخلی را داشته باشد

۲. توانایی تقاضای کالای مناسب در بازار بین المللی را داشته باشد

۳. ابزار مناسب جهت نفوذ در بازارهای بین المللی را داشته باشد

۴. شرکت ها فقط از دارایی کافی برخوردار باشند

۲۰- شرکت های مدیریت صادرات جزو کدام یک از دسته بندی های استراتژی های ورود به بازار است؟

۱. صادرات غیر مستقیم

۲. صادرات مستقیم

۳. سرمایه گذاری مستقیم

۴. سرمایه گذاری غیرمستقیم

۲۱- در کدامیک از روش های ورود به بازارهای بین المللی، شرکت ها عملاً بعنوان بخشی از یک شرکت اصلی عمل می کنند، بدون اینکه ارتباط رسمی با شرکت مادر داشته و یا جزئی از آن به حساب آیند؟

۱. شرکت های تجاری

۲. شرکت های مدیریت صادرات

۳. دلالان و نمایندگان صادرات

۴. سرمایه گذاری

۲۲- امکان لغو قرارداد در صورت نامناسب بودن بازار خارجی، کاهش هزینه های حمل، پائین بودن هزینه های تولید و سرعت تحویل از مزایای کدام استراتژی ورود به بازارهای بین المللی است؟

۱. حق امتیاز

۲. لیسانس یا اعطای مجوز ساخت

۳. تولید بر اساس قرارداد

۴. مونتاژ

۲۳- کدام گزینه به دلایل عمده استفاده از استراتژی خروج از بازار اشاره دارد؟

۱. تغییرات فرهنگی

۲. تغییرات اجتماعی

۳. اجبار قانونی و تخلفات

۴. بحران های اداری

۲۴- مهمترین عنصر برنامه بازاریابی در کدام گزینه بیان شده است؟

۱. قیمت

۲. ترفیع

۳. توزیع

۴. محصول

۲۵- اولین مرحله از فرایند طراحی و تولید محصول برای بازارهای بین المللی در کدام گزینه بیان شده است؟

۱. ارائه ایده های نوین برای کالاهای جدید

۲. تعیین استراتژی بازاریابی

۳. آزمایش بازار

۴. غربال کردن ایده ها و انتخاب ایده مطلوب

تعداد سوالات: تستی: ۴۰: تشریحی: ۰: زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۱۱۰: تشریحی: ۰: سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۹ -، مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین المللی)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی) ۱۲۱۸۱۴۵ -، مدیریت کسب و کار (MBA) گرایش کسب و کار بین المللی ۱۲۱۸۵۰۰

۲۶- بزرگترین عامل تعیین کننده اندازه مناسب بسته بندی کالاهای مصرفی در کدام گزینه بیان شده است؟

۱. فرهنگ مصرف کنندگان
۲. نیازها و خواسته های مشتریان
۳. سطح درآمد مشتریان
۴. سلیقه مصرف کنندگان

۲۷- در کدام نوع استراتژی محصول، بازار هدف به چند قسمت تقسیم شده و برای هر بخش، استراتژی خاصی انتخاب می شود؟

۱. استراتژی تخصیص
۲. استراتژی تفکیکی
۳. استراتژی صادرات
۴. استراتژی تنوع محصول

۲۸- اغلب تولیدکنندگانی که محصول جدیدی عرضه می کنند، از چه نوع کانال توزیعی استفاده می کنند؟

۱. کانال های توزیع مستقیم
۲. کانال های توزیع غیرمستقیم
۳. واسطه های فروش
۴. نمایندگی های فروش

۲۹- در جریان داد و ستد کالاها، کدامیک از عناصر شبکه توزیع بیشترین سهم از سود عوامل توزیع را بدست می آورد؟

۱. عمده فروش
۲. نمایندگان انحصاری
۳. خرده فروش
۴. تولید کننده

۳۰- در کدامیک از روش های حمل و نقل، کلیه کالاها در داخل کانتینرهای مخصوص قرار داده شده و در طول زمان حمل تغییرات دمایی محیط و تکان و ارتعاش وجود ندارد؟

۱. جاده ای
۲. هوایی
۳. ریلی
۴. دریایی

۳۱- کدامیک از انواع تبلیغات، در مرحله رقابت موثر بوده و گاهی بصورت مقایسه ای اجرا می شود؟

۱. آگاهی دهنده
۲. ترغیب کننده
۳. یادآوری کننده
۴. اطلاع دهنده

۳۲- کدامیک از گزینه های زیر از عناصر آمیخته بازاریابی محسوب می شود؟

۱. فروش شخصی
۲. خرده فروشی
۳. کارگزاری
۴. خدمات پس از فروش

۳۳- فروش بین المللی کالاهای مصرفی به کدام یک از عناصر آمیخته تبلیغاتی بستگی دارد؟

۱. آگهی و نمایش
۲. روابط عمومی
۳. ارتقاء فروش
۴. فروش اعتباری

۳۴- کشش تقاضا و رکود/تورم به ترتیب جزو کدامیک از عوامل موثر بر قیمت گذاری می باشد؟

۱. عوامل بازار- عوامل محیطی
۲. عوامل شرکت- عوامل محیطی
۳. عوامل بازار- عوامل شرکت
۴. عوامل محیطی- عوامل محیطی

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰ زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۱۱۰ تشریحی: ۰ سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی ، مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۹ - ، مدیریت بازرگانی ، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین المللی) ، مدیریت بازرگانی (بازاریابی) ۱۲۱۸۱۴۵ - ، مدیریت کسب و کار (MBA) گرایش کسب و کار بین المللی ۱۲۱۸۵۰۰

۳۵- در فرایند سیکل عمر محصول در زمان رشد از چه نوع قیمت گذاری استفاده می شود؟

۱. قیمت گذاری در جهت تغییر مسیرهای رقابتی بازار و نفوذ آرام در بازار فروش
۲. قیمت گذاری بر مبنای بدست آوردن سود بیشتر
۳. قیمت گذاری بر اساس هدف تثبیت بازار فروش و بدست آوردن نقدینگی
۴. قیمت گذاری برای هدایت تقاضای بازار

۳۶- اکثر خرده فروشان با استفاده از کدام روش قیمت گذاری، کالا با قیمت نازلتر را نزد کالای با قیمت بالاتر از همان مارک یا مارک رقیب می گذارند؟

۱. روش قیمت گذاری رقابتی
۲. روش قیمت گذاری متفاوت
۳. روش قیمت گذاری روانی
۴. روش قیمت گذاری بر اساس هزینه

۳۷- اقتصادی کردن تولید بنگاه و افزایش سطح اشتغال به کدامیک از اهداف و انگیزه های اعمال دامپینگ مربوط می شود؟

۱. بازرگانی
۲. پولی
۳. اقتصادی و اجتماعی
۴. سیاسی

۳۸- کدامیک از گزینه های زیر به عوامل خارجی موثر بر سازماندهی فعالیت های بازاریابی اشاره دارد؟

۱. فرهنگ حاکم بر شرکت
۲. هدف و آرمان های شرکت
۳. استراتژی مورد استفاده شرکت در ورود به بازار
۴. روند و رشد تکنولوژی

۳۹- اولین مرحله فرایند برنامه ریزی استراتژیک در کدام گزینه بیان شده است؟

۱. تعیین مأموریت سازمانی
۲. تاسیس واحد استراتژیک
۳. هدفگذاری بازاریابی
۴. ارائه تحلیل موقعیت

۴۰- بهبود هزینه ها از طریق متمرکز کردن امکانات تولیدی و توانایی عکس العمل سریع نسبت به برنامه های خاص تولیدی در بازار، از مزایای کدام نوع ساختار سازمانی است؟

۱. ساختار سازمانی بر مبنای محصول
۲. ساختار سازمانی بر مبنای مشتری
۳. ساختار سازمانی ماتریسی
۴. ساختار سازمانی بر مبنای وظیفه

1218145 - 96-97-1

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

95-96-3



تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰ زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۷۰ تشریحی: ۰ سری سوال: یک ۱

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/ کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۹ - مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین المللی)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت گرایش کسب و کار بین المللی ۱۲۱۸۵۰۰ (MBA) بازرگانی ۱۲۱۸۱۴۵ - مدیریت کسب و کار

۱- بازاریابی چه نوع فعالیتی است؟

۱. پیش بینی تقاضای محصولات و خدمات
۲. پیش بینی نیازها
۳. پیش بینی تقاضای محصولات
۴. پیش بینی ساختار نیازها

۲- هدف پیمان های مالیاتی کدام است؟

۱. کاهش نرخ مالیات
۲. اجتناب از مالیات مضاعف
۳. ثبات نرخ مالیات
۴. اجتناب از افزایش درآمد مالیاتی

۳- کدام مورد از عوامل فرهنگی مربوط به بازاریابی بین الملل می باشد؟

۱. زبان
۲. توسعه صنعتی
۳. مقررات پولی و مالی
۴. مقررات بانکی

۴- ارکان اساسی فرهنگ هر کشور چیست؟

۱. عادات
۲. زبان
۳. دین
۴. هنر

۵- هدف مذاکرات بازاریابی کدام مورد می تواند باشد؟

۱. نفع حاصل از دادوستد
۲. نفع حاصل از ایجاد ارتباط
۳. بحث و استدلال
۴. خرید محصولات

۶- کدام گزینه درست است؟

۱. مراحل مذاکره بازاریابی در سه مرحله انجام می گیرد.
۲. هدف از مرحله پس مذاکره، بررسی و تجدیدنظرمی باشد.
۳. حمله غافلگیرانه عبارت است از تغییرات تدریجی در طرف مقابل مذاکره.
۴. مرحله چهارم مذاکره، مذاکره تلفیقی است.

۷- کدام گزینه پیرامون سود تجارت کشورها درست است؟

۱. کشوری می تواند نفع ببرد که ارزش واردات از صادرات بیشتر باشد.
۲. کشوری می تواند نفع ببرد که ارزش صادرات از واردات بیشتر باشد.
۳. کشوری می تواند نفع ببرد که ارزش واردات و صادرات برابر باشد.
۴. کشوری می تواند نفع ببرد که واردات نداشته باشد.

۸- تراز پرداخت های یک کشور تحت چه دوره ای ثبت می شود؟

۱. ۱ سال
۲. ۳ سال
۳. ۱۰ سال
۴. ۵ سال

۹- کدام گزینه درست است؟

۱. تراز پرداخت ها نمایانگر پرداخت یک کشور است.
۲. تراز پرداخت ها نمایانگر ارتباط بین الملل کشورهاست.
۳. تراز پرداخت ها نمایانگر عرضه یک کشور است.
۴. تراز پرداخت ها نمایانگر سلامت اقتصاد کشور است.

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰ زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۷۰ تشریحی: ۰ سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/ کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۹ - مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین المللی)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی ۱۲۱۸۱۴۵ - مدیریت کسب و کار (MBA) گرایش کسب و کار بین المللی ۱۲۱۸۵۰۰

۱۰- کدامیک از عوامل زیرمانع واردات می باشد؟

۱. سهمیه ها ۲. مالیات ها ۳. قیمت ها ۴. تعرفه ها

۱۱- کدام مورد از کاملترین وسیله نظارت بر تجارت خارجی است؟

۱. کنترل قیمت ۲. وضع سهمیه ۳. کنترل ارز ۴. وضع مالیات

۱۲- کدام گزینه نمونه بارز اتحادیه حقوق گمرکی می باشد؟

۱. EC ۲. ASEA ۳. ECO ۴. ANCOM

۱۳- عامل عمده در تصمیمات تجارت بین الملل چیست؟

۱. محیط فرهنگی ۲. محیط سیاسی ۳. تعرفه های تجاری ۴. محیط اقتصادی

۱۴- کدام گزینه صحیح است؟

۱. از روش های اساسی در جمع آوری داده اطلاعاتی، پیگیری مسائل اطلاعاتی است.
۲. از روش های اساسی در جمع آوری داده اطلاعاتی، تجزیه و تحلیل است.
۳. از روش های اساسی در جمع آوری داده اطلاعاتی، تکنیک داخلی است.
۴. از روش های اساسی در جمع آوری داده اطلاعاتی، مشاهده می باشد.

۱۵- دلایل ورود شرکت ها به بازارهای بین المللی است.

۱. دستیابی به بازارهای جدید
۲. تمایل به تولید در خارج از کشور
۳. وجود عوامل تولید گرانتر
۴. نیاز بازار داخلی

۱۶- سنتی ترین راه ورود به بازارهای بین الملل چیست؟

۱. برقراری ارتباط تولید کننده با بازار فروش
۲. صادر کردن کالا
۳. نمایندگان فروش
۴. دلالتان اقتصادی

۱۷- کدامیک از مزایای تولید قراردادی است؟

۱. کاهش هزینه حمل ۲. سرعت تحویل ۳. هزینه تولید پایین ۴. کاهش هزینه صادرات

۱۸- کدام یک از حالات زیر، می تواند صادرات مستقیم باشد؟

۱. تسهیلات ویژه ۲. سرمایه گذاری ۳. امتیاز ۴. مالکیت

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰ زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۷۰ تشریحی: ۰ سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۹ - مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین المللی)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی ۱۲۱۸۱۴۵ - مدیریت کسب و کار (MBA) گرایش کسب و کار بین المللی ۱۲۱۸۵۰۰

۱۹- از مسایل مهم در بازرگانی بین الملل است.

۱. تنوع محصول
۲. جنبه ی قانونی
۳. اتخاذ مارکها و اتخاذ سیاستی
۴. صرفه جویی ناشی از مقیاس

۲۰- از عوامل موثر بر ساختار سازمانی کدام است؟

۱. سابقه سازمان
۲. نوع محصول
۳. سبک مدیریت
۴. مصرف کنندگان

۲۱- اثر مهمی بر طراحی کانال ها دارد.

۱. خصوصیات مشتریان
۲. خصوصیات محصول
۳. خصوصیات واسطه ها
۴. انتخاب توزیع کنندگان

۲۲- از دلایل عمده موفقیت شرکت در مدیریت کانال های توزیع چیست؟

۱. انتخاب - قرارداد - ایجاد انگیزه - کنترل
۲. انتخاب - قرارداد - تجزیه و تحلیل - کنترل
۳. قرارداد - بررسی - سیاست - سود
۴. انتخاب - استراتژی - قرارداد - کنترل

۲۳- از عناصر شبکه توزیع کدامند؟

۱. قیمت
۲. حجم فروش
۳. حمل و نقل کالا
۴. خرده فروشی

۲۴- مهمترین شکل وظایف بازاریابی، آن است.

۱. تعیین هدف ها
۲. تعیین استراتژی
۳. اجرای موفقیت آمیز
۴. تجزیه و تحلیل موقعیت

۲۵- در کدام یک از انواع خرده فروشی، امکان معاینه بیشتر محصول وجود دارد؟

۱. فروشگاه زنجیره ای
۲. سوپرمارکت
۳. مراکز خرید
۴. فروشگاه بزرگ

۲۶- اثر مهم تبلیغات چیست؟

۱. ایجاد احتیاط - ازدیاد فروش - ایجاد واحد صنعتی
۲. ایجاد احتیاط - انگیزه - ایجاد واحد صنعتی
۳. فروش محصولات - ایجاد احتیاط - ارزش گذاری محصول
۴. انگیزه - سود - ایجاد احتیاط

۲۷- تبلیغات یکی از راه های است.

۱. برقراری ارتباط بین الملل
۲. ایجاد سود
۳. اطلاع رسانی
۴. نمایش محصول

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰ زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۷۰ تشریحی: ۰ سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/ کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۹ - مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین المللی)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی ۱۲۱۸۱۴۵ - مدیریت کسب و کار (MBA) گرایش کسب و کار بین المللی ۱۲۱۸۵۰۰

۲۸- کدام گزینه درباره آگهی صحیح است؟

۱. آگهی هرنوع تبلیغ غیرشخصی است که بابت آن پولی پرداخت نمی شود.
۲. آگهی هرنوع تبلیغ غیرشخصی است که بابت آن پول پرداخت می شود.
۳. آگهی هرنوع تبلیغ شخصی است که بابت آن پول پرداخت می شود.
۴. آگهی هرنوع تبلیغ رسانه ای است که هزینه ای بابت آن پرداخت نمی شود.

۲۹- از اجزای مهم و حساس آگهی..... می باشد.

۱. هدف
۲. متن
۳. عنوان
۴. ختام

۳۰- انحصار خالص چه نوع بازاری است؟

۱. بازاری که تولید کننده واحد دارد
۲. بازاری که چند تولید کننده دارد
۳. بازاری که تقاضا و عرضه کننده دارد
۴. بازاری که شبیه رقابت خالص می باشد

۳۱- منظور از سیاست قیمت گذاری چیست؟

۱. سیاست در زمینه قیمت گذاری
۲. تعیین سود
۳. ترغیب تقاضا کنندگان
۴. بالابردن حجم فروش

۳۲- در کدام روش قیمت گذاری براساس توزیع، قیمت، شامل قیمت کالا و هزینه حمل تا مقصد می باشد؟

۱. براساس CIF
۲. براساس CaF
۳. براساس فوب
۴. براساس اف-ا-اس

۳۳- عبارت است از وارد نمودن کالاهایی به بازار کشورهای دیگر و فروش به بهای کمتر.

۱. صادرات
۲. دامپینگ
۳. واردات
۴. توزیع

۳۴- به شرایطی می گویند که قیمت خارجی بالاتر از داخلی باشد.

۱. دامپینگ وارونه
۲. دامپینگ موقت
۳. دامپینگ بلند مدت
۴. دامپینگ اتفاقی

۳۵- اولین مشکل قیمت گذاری چیست؟

۱. عدم هماهنگی شرکت ها
۲. نظام های پولی و خارجی
۳. مشکل انتخاب بهترین روش پرداخت
۴. مشکل اداری

۳۶- کدام گزینه از انواع ریسک است؟

۱. ریسک رقابت
۲. ریسک هدف
۳. ریسک قیمت
۴. ریسک انتخاب

تعداد سوالات: تستی: ۴۰: تشریحی: ۰: زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۷۰: تشریحی: ۰: سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/ کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۹ - مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین المللی)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی ۱۲۱۸۱۴۵ - مدیریت کسب و کار (MBA) گرایش کسب و کار بین المللی ۱۲۱۸۵۰۰

۳۷- کدامیک گزینه های زیر نمونه بارز یک اتحادیه حقوق گمرکی است؟

۱. ECO ۲. EO ۳. ASEA ۴. ANCOM

۳۸- نمایانگر میزان فقیر یا غنی بودن محیطی است که سازمانها با آن در ارتباط است.

۱. ظرفیت محیط ۲. اندازه محیط ۳. اقتصاد محیط ۴. کیفیت محیط

۳۹- هسته اصلی سازماندهی می باشد.

۱. تعیین ساختار سازمانی ۲. اندازه سازمانی ۳. محیط سازمانی ۴. اهداف سازمانی

۴۰- دوره برنامه ریزی شرکت ها چند سال است؟

۱. ۳ تا ۵ سال ۲. ۲ تا ۵ سال ۳. ۲ تا ۴ سال ۴. ۳ تا ۴ سال

1218145 - 95-96-3

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

95-96-2



تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۸۰ تشریحی: ۰

سری سوال: یک ۱

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/ کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۹ - مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین المللی)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت گرایش کسب و کار بین المللی ۱۲۱۸۵۰۰ (MBA) بازرگانی ۱۲۱۸۱۴۵ - مدیریت کسب و کار

۱- در کدام نوع بازاریابی به منظور استفاده از امکانات، کشورهای دارای فرهنگ، زبان، آداب و رسوم، درآمد و صنعت نسبتاً مشابه، در یک گروه قرار می گیرند؟

۱. بازاریابی ترغیبی ۲. بازاریابی تطبیقی ۳. بازاریابی تشویقی ۴. بازاریابی تکمیلی

۲- ابزارها، مصنوعات و تکنولوژی هر جامعه کدام گزینه زیر را تشکیل می دهد؟

۱. زبان ۲. فرهنگ مادی ۳. هنر ۴. مذهب

۳- کدام گزینه ارکان مذاکرات بازاریابی را نشان می دهد؟

۱. هدف-افراد-اطلاعات ۲. هدف-ارتباطات-اطلاعات ۳. داده-اطلاعات-اهداف ۴. هدف-رابط-ابزار

۴- در کدام مرحله از مراحل مذاکره، حرکت به سمت یک توافقنامه از طریق حل مسائل صورت می گیرد؟

۱. پیش مذاکره ۲. مذاکره گسترده ۳. مذاکره تلفیقی ۴. تصمیم گیری و اقدام

۵- یکی از کلیدی ترین تحولات اجتماعی-اقتصادی در دوران مرکانتی لیسم کدام گزینه زیر می باشد؟

۱. ظهور طبقه تجار و سرمایه داران ۲. ظهور کمونیست ها ۳. ظهور بیکاری ۴. حذف نظام سرمایه داری

۶- کدام مورد زیر در نظریه مزیت مطلق منجر به رشد کمی و در نهایت تولید ارزانتر محصول خواهد شد؟

۱. تجارت ۲. اثربخشی ۳. تخصص در تولید ۴. بهره وری

۷- کدام گزینه زیر از دلایل متغیر بودن قیمت سهام در بازار می باشد؟

۱. توسعه مواد طبیعی ۲. خودکفایی ملی ۳. قیمت نفت ۴. توسعه مواد مصنوعی

۸- دریافت و پرداخت وام در کدام حساب تراز پرداختها ثبت می شود؟

۱. حساب جاری ۲. حساب سرمایه ۳. حساب رسمی خزانه ۴. حساب دارایی ها

۹- کدام یک از موارد زیر جزو دلایل اقتصادی حمایت گرایی یا خط مشی بازرگانی می باشد؟

۱. دفاع ملی ۲. موارد ضد دامپینگ ۳. ملاحظات سیاسی اجتماعی ۴. امنیت ملی

سری سوال: ۱ یک

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۸۰ تشریحی: ۰

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۹ - مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین المللی)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی ۱۲۱۸۱۴۵ - مدیریت کسب و کار (MBA) گرایش کسب و کار بین المللی ۱۲۱۸۵۰۰

۱۰- کدام نوع عوارض گمرکی در تولیدات صنعتی به کار گرفته می شود؟

۱. عوارض گمرکی ارزشی
۲. عوارض گمرکی مقداری
۳. عوارض گمرکی مختلط
۴. عوارض گمرکی مستقیم

۱۱- برقراری موانع تعرفه ای در مقایسه با حالت آزاد، منجر به کدام مورد زیر می شود؟

۱. کاهش درآمد دولت
۲. کاهش حجم تجارت خارجی
۳. افزایش مازاد مصرف کننده
۴. افزایش حجم تجارت خارجی

۱۲- کدام موسسه به منظور مساعدت با کشورهای که وضعیت تراز پرداختهای آنها اجازه وام گرفتن با شرایط معمولی را به آنها می دهد، به وجود آمده است؟

۱. موسسه توسعه بین المللی
۲. شرکت مالی بین المللی
۳. بانک بین المللی ترمیم و توسعه
۴. آنکتاد

۱۳- کدام یک از عوامل زیر ثروت طبیعی کشور را تشکیل داده و امکانات بالقوه برای تولیدات صنعتی فراهم می نماید؟

۱. عوامل زیر بنایی
۲. وضعیت طبیعی کشور
۳. درآمد
۴. توسعه اقتصادی

۱۴- در کدام یک از کشورهای زیر، شرکت فقط می تواند با یک سازمان تجاری دولتی معامله کند؟

۱. کشورهای ناسیونالیزم
۲. کشورهای کمونیستی
۳. کشورهای مستقل
۴. کشورهای امپریالیسم

۱۵- کدام یک از محیطهای زیر می تواند موجب ایجاد میدانی از واکنش مردمی و دولتی از مصادره گرفته تا اعتصاب، تحریم و مالیاتها و آیین نامه های تبعیض شود؟

۱. یک محیط سیاسی مخالف یا متخاصم
۲. یک محیط با ثبات
۳. یک محیط سیاسی موافق
۴. یک محیط اقتصادی

۱۶- کدامیک از سازمانهای زیر مقرراتی را برای ارتباطات بین المللی از طریق رادیو، تلفن و تلگراف تشکیل می دهد؟

۱. ITU
۲. یونسکو
۳. یاتا
۴. ایکائو

۱۷- قانون اصلی بازار مشترک، کدام معاهده می باشد؟

۱. معاهده ژنو
۲. معاهده روم
۳. معاهده پاریس
۴. معاهده مونیخ

۱۸- مهمترین عنصر تشکیل دهنده ی تحقیق در هر زمینه ای کدام است؟

۱. داده
۲. اطلاعات
۳. دانش
۴. حکمت

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰ زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۸۰ تشریحی: ۰ سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/ کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۹ - مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین المللی)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی ۱۲۱۸۱۴۵ - مدیریت کسب و کار (MBA) گرایش کسب و کار بین المللی ۱۲۱۸۵۰۰

۱۹- کدام گزینه عبارتست از تعیین بازار فروش و امکان دستیابی به سهم پیش بینی شده بازار.

۱. استراتژی بازاریابی
۲. سیاستهای بازاریابی
۳. ابزارهای بازاریابی
۴. برنامه ریزی بازاریابی

۲۰- هدف اصلی از پردازش اطلاعات در شناخت سه بازار اصلی است، آن سه بازار کدامند؟

۱. بازار فعلی-بازار پنهان-بازار بالقوه
۲. بازار بالقوه-بازار در دسترس-بازار هدف
۳. بازار بالقوه-بازار پنهان-بازار هدف
۴. بازار پنهان-بازار هدف-بازار بالفعل

۲۱- متغیری که در اختیار محقق بازاریابی است و می توان ویژگی ها و مقادیر آن را دستکاری کرد، چه نامیده می شود؟

۱. متغیر میانجی
۲. متغیر وابسته
۳. متغیر علی
۴. متغیر مستقل

۲۲- اگر تقاضا به دو گروه تقاضای آشکار و تقاضای پنهان تقسیم شود، اطلاعات این دو گروه به ترتیب از چه طریقی بدست می آید؟

۱. نظارت-تجسس
۲. نظارت-تحقیق
۳. راهنمایی-مشاوره
۴. تجسس-نظاره گری

۲۳- عوامل موثر در شکل گیری استراتژی بازاریابی کدامند؟

۱. عوامل بازار- توسعه جغرافیایی- رقابت-عوامل شرکت
۲. عوامل بازار- جغرافیایی- سیاسی
۳. عوامل اقتصادی-سیاسی
۴. عوامل فرهنگی-اجتماعی

۲۴- کدام یک از روشهای زیر ریسک کمتری برای ورود به بازارهای جهانی دارد؟

۱. صادرات غیر مستقیم
۲. مونتاژ
۳. صادرات مستقیم
۴. فرانشیز

۲۵- در کدام نوع قرارداد، تولید به عهده شرکت خارجی و بازاریابی و فروش کالا به عهده شرکت اصلی است؟

۱. قرارداد مدیریت
۲. تولید براساس قرارداد
۳. اعطای مجوز
۴. سرمایه گذاری مشترک

۲۶- سرمایه گذاری خارجی در بسیاری از کشورها از جمله ایران بر اساس قانون حداکثرچند درصد می باشد؟

۱. ۴۰ درصد
۲. ۵۰ درصد
۳. ۶۰ درصد
۴. ۴۹ درصد

۲۷- مهمترین عنصر برنامه بازاریابی کدام می باشد؟

۱. بسته بندی
۲. محصول
۳. تبلیغ
۴. قیمت

سری سوال: ۱ یک

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۸۰ تشریحی: ۰

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۹ - مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین المللی)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی ۱۲۱۸۱۴۵ - مدیریت کسب و کار (MBA) گرایش کسب و کار بین المللی ۱۲۱۸۵۰۰

۲۸- کدام گزینه دوره عمر کالا را به ترتیب نشان می دهد؟

۱. رشد- بلوغ- افول - نزول
۲. بلوغ- رشد- افول- جهش
۳. معرفی- رشد- بلوغ- نزول
۴. معرفی- بلوغ- افول- خروج

۲۹- کدام گزینه از مزایای استراتژی یکسان سازی تولید کالا در بازاریابی بین المللی می باشد؟

۱. بیشتر شدن هزینه تولید
۲. کم شدن هزینه تولید
۳. افزایش حق انتخاب مشتری
۴. کاهش تقاضا

۳۰- کدام گزینه به معنای عرضه محصول جدید در بازار فروش است؟

۱. تفکیک محصول
۲. ادغام
۳. تنوع محصول
۴. ترکیب محصول

۳۱- شرکتی که می خواهد محصولی جدید معرفی کند، یا به بازاری جدید وارد شود، ترجیح می دهد به جای استفاده از نیروی فروش خود از کدام گزینه زیر استفاده کند؟

۱. کارگزاران
۲. خرده فروش
۳. عمده فروش
۴. مصرف کننده

۳۲- به جریان انداختن کالاها بین تولید کنندگان و خرده فروشان نقش اصلی کدام گزینه زیر می باشد؟

۱. خریدار
۲. عمده فروش
۳. سوپرمارکت ها
۴. مراکز خرید

۳۳- خطوطی که عضو اتحادیه حمل و نقل دریایی می باشند، چه نامیده می شوند؟

۱. خطوط مستقل
۲. کشتی های اتفاقی
۳. خطوط کنفرانس
۴. خطوط هوایی

۳۴- در کدام یک از انواع خرده فروشی، امکان بررسی و معاینه فیزیکی کالاها میسر است و لذا انگیزه بیشتری در خرید ایجاد می کند؟

۱. فروشگاههای زنجیره ای
۲. مراکز خرید
۳. فروشگاههای بزرگ
۴. سوپرمارکت ها

۳۵- کدام نوع تبلیغات در مرحله رقابت موثر است؟

۱. تبلیغات اطلاعی
۲. تبلیغات یادآوری
۳. تبلیغات ترغیب کننده
۴. تبلیغات گسترده

۳۶- مهمترین و حساسترین قسمت آگهی کدام گزینه زیر است؟

۱. عنوان
۲. متن
۳. ختام
۴. هدف

تعداد سوالات: تستی: ۴۰: تشریحی: ۰

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۸۰: تشریحی: ۰

سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/ کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۹ - مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین المللی)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی ۱۲۱۸۱۴۵ - مدیریت کسب و کار (MBA) گرایش کسب و کار بین المللی ۱۲۱۸۵۰۰

۳۷- ایجاد ارتباط بین شرکت و سهامداران به کارکنان و مسئولین قانونگذار و شخصیت‌های اجتماعی، وظیفه کدامیک از گزینه های زیر است؟

۱. فروشندگان
۲. تولیدکنندگان
۳. بازاریابان
۴. روابط عمومی

۳۸- در کدام یک از بازارهای زیر در بلندمدت هیچ یک از واحدهای تولیدی سود «فوق نرمال» کسب نخواهند کرد؟

۱. انحصار خالص
۲. رقابت انحصاری
۳. بازار رقابت خالص
۴. رقابت چند جانبه

۳۹- در کدام حالت از ماتریس گروه مشاورین بوستون، شرکت دارای سهم بازار بالا ولی نرخ رشد بازار پایین است و در این حالت کالا به مرحله بلوغ رسیده و بیشترین فروش را شرکت دارد؟

۱. علامت سوال
۲. علامت ستاره
۳. علامت گاوشیرده
۴. علامت سگ

۴۰- در کدام روش قیمت گذاری، خرده فروشان اکثراً از این روش استفاده کرده و کالای با قیمت نازلتر را نزد کالا با قیمت بالاتر از همان مارک یا مارک رقیب می گذارند؟

۱. قیمت گذاری براساس توزیع
۲. قیمت گذاری روانی
۳. قیمت گذاری رقابتی
۴. قیمت گذاری متفاوت

1218145 - 95-96-2

شماره سوال	پاسخ صحيح	وضعيت کليد
1	ب	عادي
2	ب	عادي
3	الف	عادي
4	ج	عادي
5	الف	عادي
6	ج	عادي
7	د	عادي
8	ج	عادي
9	ب	عادي
10	الف	عادي
11	ب	عادي
12	الف	عادي
13	ب	عادي
14	ب	عادي
15	الف	عادي
16	الف	عادي
17	ب	عادي
18	ب	عادي
19	د	عادي
20	الف	عادي
21	د	عادي
22	ب	عادي
23	الف	عادي
24	الف	عادي
25	ب	عادي
26	د	عادي
27	ب	عادي
28	ج	عادي
29	ب	عادي
30	ج	عادي
31	الف	عادي
32	ب	عادي
33	ج	عادي
34	د	عادي
35	ج	عادي
36	الف	عادي
37	د	عادي
38	ج	عادي
39	ج	عادي
40	ب	عادي

95-96-1



سری سوال : یک ۱

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

تعداد سوالات : تستی : ۳۰ تشریحی : ۰

عنوان درس : بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی / کد درس : مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۹ - مدیریت بازرگانی (بازاریابی - بازرگانی بین المل، مدیریت بازرگانی گرایش کسب و (MBA) (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین المللی)، مدیریت بازرگانی ۱۲۱۸۱۴۵ - مدیریت کسب و کار کار بین المللی ۱۲۱۸۵۰۰

۱- طبق نظر «پیترا دراکر»، هدف بازاریابی چیست؟

۱. شناسایی و ارضای نیازهای مشتریان
۲. یافتن جایگاه مناسب در بازار
۳. فروش فراوان
۴. شناخت آنچه که مردم میخواهند

۲- در کدام گزینه تفاوت های مهم میان بازاریابی داخلی و بازاریابی بین المللی، عنوان نگردیده است؟

۱. تکنیک های بازاریابی
۲. کانال های توزیع
۳. تفاوت های محیطی
۴. میزان درآمدهای جوامع
- ۳- کدام بخش از بازاریابی، چارچوبی برای مقایسه رابطه بازاریابی با محیط آن را در دو یا چند کشور فراهم می آورد؟
۱. بازاریابی داخلی
۲. بازاریابی بین الملل
۳. بازاریابی جهانی
۴. بازاریابی تطبیقی

۴- کدامیک از گزینه های زیر از ارکان مذاکرات بازاریابی نمی باشد؟

۱. هدف
۲. افراد
۳. برتر دانستن
۴. اطلاعات

۵- «مشخص کردن استفاده از استراتژی های مشترک و یا مقابله ای» کدام مرحله از مراحل فرایند مهارت های مورد نیاز مذاکره می باشد؟

۱. مرحله ۲ مذاکره گسترده
۲. مرحله ۴ تصمیم گیری و اقدام
۳. مرحله ۳ مذاکره تلفیقی
۴. مرحله ۵ پس از مذاکره

۶- منظور از «تراز مطلوب تجاری» برای یک کشور چیست؟

۱. فزونی ارزش صادرات بر واردات
۲. افزایش درآمد ملی
۳. فزونی ارزش واردات بر صادرات
۴. افزایش تولید ناخالص ملی

۷- نظریه مزیت مطلق و نظریه مزیت نسبی به ترتیب توسط چه کسانی عنوان گردیده است؟

۱. آدام اسمیت - دیوید ریکاردو
۲. آگوست کنت - برتیل الین
۳. آدام اسمیت - مرکانتی لیسم
۴. مرکانتی لیسم - دیوید ریکاردو

۸- کشورها به دلایل اقتصادی، سیاسی و فرهنگی تجارت می کنند، ولی علت اصلی اقتصادی در تجارت بین الملل در کدام گزینه مطرح گردیده است؟

۱. مزیت نسبی
۲. استراتژی شرکتی
۳. تفاوت در دسترسی به منابع
۴. تفاوت در قیمت

سری سوال : ۱ یک

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

تعداد سوالات : تستی : ۳۰ تشریحی : ۰

عنوان درس : بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی / کد درس : مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۹ - مدیریت بازرگانی (بازاریابی - بازرگانی بین المل، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین المللی)، مدیریت بازرگانی ۱۲۱۸۱۴۵ - مدیریت کسب و کار (MBA) گرایش کسب و کار بین المللی ۱۲۱۸۵۰۰

۹- تفاوت حقوق گمرکی و سود بازرگانی چیست؟

۱. حقوق گمرکی مصوبه مجلس شورای اسلامی بوده، ولی سود بازرگانی مصوبه هیأت وزیران است.
۲. حقوق گمرکی برای کالاهای اولیه یا خام بوده، ولی سود بازرگانی برای تولیدات صنعتی است.
۳. حقوق گمرکی محدودیتی مقداری بوده، ولی سود بازرگانی محدودیتی ارزشی است.
۴. حقوق گمرکی محدودیتی دو طرفه بوده، ولی سود بازرگانی محدودیتی یک طرفه است.

۱۰- ساده ترین نوع سازماندهی برای یکپارچگی اقتصادی، چه نامیده می شود؟

۱. بازار مشترک
۲. اتحادیه حقوق گمرکی
۳. مناطق آزاد تجاری
۴. اتحادیه اقتصادی

۱۱- در کدام بلوک تجاری، درجه اکمال تجاری کشورهای عضو بالاست؟

۱. اکو (ECO)
۲. نفتا (NAFTA)
۳. اتحادیه اروپا (EU)
۴. مرکوسور (MERCOSUR)

۱۲- قانون قانونی است که چندین کشور آن را پذیرفته اند و به صورت عرف از قدیم الایام رایج است.

۱. عمومی یا عرف
۲. قانون کشوری
۳. قانون بین المللی
۴. قانون تجاری

۱۳- هدف پیمانهای مالیاتی چیست؟

۱. کاهش نرخ مالیات
۲. ثبات نرخ مالیات
۳. اجتناب از مالیات مضاعف
۴. اجتناب از افزایش درآمد مالیاتی

۱۴- در کدام گزینه، مشکلات تحقیق بازاریابی در کشورهای مختلف عنوان نگردیده است؟

۱. مشکلات تکنیکی
۲. مشکلات فرهنگی
۳. مشکلات اقتصادی یا هزینه
۴. مشکلات ارتباطی

۱۵- هدف اصلی پردازش اطلاعات، شناخت کدام بازارها می باشد؟

۱. بازار فعلی، بازار پنهان، بازار بالقوه
۲. بازار داخلی، بازار بین المللی، بازار جهانی
۳. بازار ملی، بازار چندملیتی، بازار فراملیتی
۴. بازار عمومی، بازار آتی، بازار ناشناخته

سری سوال : ۱ یک

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

تعداد سوالات : تستی : ۳۰ تشریحی : ۰

عنوان درس : بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/کد درس : مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۹ - مدیریت بازرگانی (بازاریابی - بازرگانی بین المل، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین المللی)، مدیریت بازرگانی ۱۲۱۸۱۴۵ - مدیریت کسب و کار (MBA) گرایش کسب و کار بین المللی ۱۲۱۸۵۰۰

۱۶- استفاده از فرانشیز یا اعطای امتیاز، جزء کدام دسته از استراتژیهای ورود به بازارهای بین المللی می باشد؟

۱. صادرات غیرمستقیم
۲. صادرات مستقیم
۳. سرمایه گذاری غیرمستقیم
۴. سرمایه گذاری مستقیم

۱۷- منظور از «بازاریابی مستقیم» چیست؟

۱. فعالیتهای بازاریابی مبتنی بر برخورد یا رویارویی مستقیم فروشنده و خریدار
۲. فعالیتهای بازاریابی بر اساس فروش حضوری
۳. فعالیتهای بازاریابی مبتنی بر ارتباطات از راه دور
۴. فعالیتهای بازاریابی توسط خود مشتریان

۱۸- راهبردهای ایجاد مزیت راهبردی از دیدگاه «مایکل پورتر» عبارتند از:

۱. رهبری هزینه - نوآوری - تمرکز
۲. هم افزایی - تمرکز - تمایز
۳. برتری طلبی - تمرکز - رهبری هزینه
۴. توسعه بازار - گسترش محصول - نفوذ

۱۹- بخش عمده ای از قراردادهای فرانشیز شامل کدام گزینه می باشد؟

۱. بازاریابی مستقیم
۲. بازاریابی غیرمستقیم
۳. خدمات مدیریت
۴. ارائه خدمات

۲۰- سرمایه گذاری خارجی در کشور ایران حداکثر چند درصد است؟

۱. ۴۸٪
۲. ۴۹٪
۳. ۲۵٪
۴. ۴۵٪

۲۱- قلب کوششهای بازاریابی چیست؟

۱. تولید
۲. فروش
۳. تحقیق و توسعه
۴. تبلیغات

۲۲- رقابت شدید و تبلیغات به منظور شناساندن برتریهای کالا، از جمله مشخصه های کدام یک از مراحل عمر کالا است؟

۱. رشد
۲. معرفی
۳. نزول
۴. بلوغ

۲۳- کدامیک از گزینه های زیر از دلایل استراتژی یکسان سازی تولید کالا در بازارهای بین المللی نمی باشد؟

۱. صرفه جویی اقتصادی در تولید
۲. تحریک مصرف کننده
۳. عوامل اقتصادی
۴. شهرت بین المللی کالا

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰ زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۶۰ تشریحی: ۰ سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۹ - مدیریت بازرگانی (بازاریابی - بازرگانی بین المل، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین المللی)، مدیریت بازرگانی ۱۲۱۸۱۴۵ - مدیریت کسب و کار (MBA) گرایش کسب و کار بین المللی ۱۲۱۸۵۰۰

۲۴- از عمده دلایل موفقیت های شرکتها در بازارهای خارجی در کانالهای توزیع است .

۱. ثبات
۲. تعهد
۳. کنترل و مدیریت صحیح
۴. تطبیق با الزامات
- ۲۵- اعمال سیستم داخلی در بازار بین المللی به کدام یک از عوامل زیر بستگی دارد؟
۱. فعالیت بازاریابی
۲. درآمد مشتری
۳. بسته بندی
۴. تبلیغات

۲۶- کدامیک از موارد زیر از اثرات مهم تبلیغات نمی باشد؟

۱. ایجاد احتیاج
۲. محصول
۳. ایجاد واحدهای عظیم
۴. ازدیاد فروش

۲۷- آگهی تبلیغاتی رادیویی و تلویزیونی از کدام یک از انواع تبلیغات آژانسها می باشد؟

۱. طبقه بندی تبلیغات بر حسب موسسات تبلیغاتی
۲. طبقه بندی تبلیغات بر حسب اشخاص حقیقی و حقوقی
۳. طبقه بندی تبلیغات بر حسب نوع رسانه
۴. طبقه بندی تبلیغات بر حسب موضوع تبلیغات

۲۸- مهمترین و حساسترین قسمت هر آگهی چیست؟

۱. هدف
۲. عنوان
۳. ختام
۴. متن

۲۹- عوامل شرکتی مؤثر بر قیمت گذاری کدام مورد می باشد؟

۱. خدمات پس از فروش
۲. کشش تقاضا
۳. توسعه بازاریابی و فروش
۴. تغییرات نرخ ارز

۳۰- کدامیک از موارد زیر از مراحل کلی فرایند برنامه ریزی بازار یابی نمی باشد؟

۱. تجزیه و تحلیل در بازار
۲. تعیین استراتژی رقابت
۳. عدم اجرای طرح
۴. به هنگام نمودن برنامه

1218145 - 95-96-1

شماره سوال	پاسخ صحيح	وضعيت کليد
۱	ج	عادي
۲	ب	عادي
۳	د	عادي
۴	ج	عادي
۵	الف	عادي
۶	الف	عادي
۷	الف	عادي
۸	د	عادي
۹	الف	عادي
۱۰	ج	عادي
۱۱	ج	عادي
۱۲	الف	عادي
۱۳	ج	عادي
۱۴	د	عادي
۱۵	الف	عادي
۱۶	ب	عادي
۱۷	ج	عادي
۱۸	ج	عادي
۱۹	ج	عادي
۲۰	ب	عادي
۲۱	الف	عادي
۲۲	د	عادي
۲۳	ج	عادي
۲۴	ج	عادي
۲۵	ب	عادي
۲۶	ب	عادي
۲۷	ج	عادي
۲۸	ب	عادي
۲۹	ج	عادي
۳۰	ج	عادي

94-95-3



تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

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

سری سوال: یک ۱

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی (چندبخشی)، مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۹ - ، مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی بازرگانی بین الملل (۱۲۱۸۱۴۵)

۱- «شناخت آنچه مردم یا بازار می خواهند و می جویند و تأمین و تهیه کالاها و خدمات مورد نیاز آنها و برآوردن نیازها و دستیابی به اهداف سازمان» تعریف کدام یک از گزینه های زیر می باشد؟

۱. مدیریت بازاریابی ۲. بازاریابی ۳. بازاریابی بین المللی ۴. فرایند بازاریابی

۲- «اعتقادات یا باورهای عمومی» و «مقررات پولی و مالی» به ترتیب به کدامیک از عوامل بازاریابی مربوط می شود؟

۱. فرهنگی - سیاسی ۲. فرهنگی - فرهنگی ۳. سیاسی - سیاسی ۴. سیاسی - اقتصادی

۳- کدام گزینه زیر در مورد تاثیر تعالیم مذهبی بر تجارت و بازاریابی صحیح است؟

۱. شکل دادن عادت ها و ارزش ها به طور مستقیم

۲. شکل دادن عادت ها به طور مستقیم و ارزش ها به طور غیر مستقیم

۳. شکل دادن عادت ها و ارزش ها به طور یکباره

۴. دیکته شدن باید ها و نبایدها توسط مذهب به طور مستقیم

۴- برای استفاده موثر از کدام یک از تاکتیکهای فرآیند مذاکره، لازم است زمانی که توانایی گرفتن نیروی حرکت طرف مقابل مذاکره و حفظ آن وجود دارد این اقدام صورت گیرد؟

۱. ایجاد وقفه در مذاکره ۲. عبور از موانع با یک پرس

۳. اقدام به حمله ۴. حمله غافلگیرانه

۵- نظریه مزیت نسبی توسط کدام یک از افراد زیر مطرح شده است؟

۱. اسمیت ۲. الین ۳. ریکاردو ۴. دراگر

۶- «سرمایه گذاری در اوراق بهادار و اسناد» و «دریافت و پرداختهای انتقالی» به ترتیب جزء کدام یک از اقلام عمده در حسابهای تراز پرداختها می باشد؟

۱. حساب جاری - حساب سرمایه ۲. حساب سرمایه - حساب سرمایه

۳. حساب جاری - حساب جاری ۴. حساب سرمایه - حساب جاری

۷- کدام یک از گزینه های زیر از دلایل عدم توفیق مناطق آزاد در برخی کشورها می باشد؟

۱. ثبات سیاسی قدرت مرکزی آن کشور

۲. کمبود نیروی کار ماهر و بازده اندک نیروی انسانی

۳. مکان یابی درست مناطق

۴. فضای مساعد فرهنگی اجتماعی حقوقی درون اقتصاد ملی

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

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

سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی (چندبخشی)، مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۹ - ، مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین الملل) ۱۲۱۸۱۴۵

۸- چنانچه تولیدکننده ای بازار خود را از طریق کنترل ارز از دست بدهد، راه حل چیست؟

۱. کاهش هزینه
۲. تولید به موقع
۳. افزایش تبلیغات
۴. تولید داخلی

۹- کدام یک از گزینه های زیر برای انتخاب یک کشور به عنوان بازار هدف، اهمیت به سزایی برای بازاریابان بین المللی دارد؟

۱. میزان صادرات یک کشور
۲. سرمایه گذاری خارجی
۳. میزان فعالیتهای اقتصادی یک کشور
۴. سودآوری

۱۰- اکثر دولت ها از کدام عامل زیر جهت تنظیم فعالیت های اقتصادی خود استفاده می کنند؟

۱. قدرت مالیاتی
۲. افزایش واردات
۳. تجارت جهانی
۴. همکاری های بین المللی

۱۱- «چیزی که از قدیم و به صورت سنت، تا به حال رواج داشته و بر اساس آن عمل می شود و تا حدی نیروی قانونی دارد» و «چیزی که به تصویب رسیده و جاری است» به ترتیب چه نامیده می شود؟

۱. قانون نامه - منشور
۲. قانون نامه - عرف
۳. عرف - منشور
۴. عرف - قانون نامه

۱۲- کدام یک از گزینه های زیر از ارکان سیستم اطلاعاتی بازاریابی می باشد؟

۱. ارائه راه حل برای مشکلات بازاریابی
۲. استفاده از تکنیکهای داخلی
۳. روش جمع آوری اطلاعات بازاریابی
۴. برنامه ریزی اطلاعات بازاریابی

۱۳- کدام یک از گزینه های زیر، اولین مشکل در تحقیقات بازاریابی بین المللی به شمار می آید؟

۱. کمبود زمان و شناخت بازارهای جهانی
۲. کمبود دانش و شناخت بازارهای جهانی
۳. کمبود زمان و شناخت بازارهای داخلی
۴. کمبود دانش و شناخت بازارهای داخلی

۱۴- در کدام یک از استراتژی های ورود به بازار جهانی، شرکت به طور فعال در گیر بازارهای بین المللی نمی شود و محصولات شرکت توسط دیگران به بازار خارجی صادر می شود؟

۱. فروش داخلی
۲. نمایندگان فروش خارجی
۳. صادرات غیر مستقیم
۴. بازاریابی غیرمستقیم

۱۵- کدام گزینه زیر بر شکل گیری استراتژی بازاریابی بین المللی اثر می گذارد؟

۱. عامل فرهنگی
۲. عامل بازار
۳. عامل سیاسی
۴. عامل اقتصادی

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

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

سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/ کد درس: مدیریت صنعتی (چندبخشی)، مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۹ -، مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین الملل) ۱۲۱۸۱۴۵

۱۶- کدام یک از گزینه های زیر از دلایل اصلی مالکیت یک واحد تولیدی در خارج توسط شرکتهای بین المللی می باشد؟

۱. افزایش سهم بازار
۲. انتقال تولید به داخل به دلیل کاهش هزینه
۳. افزایش سطح سرمایه گذاری
۴. ایجاد فعالیتهای بازرگانی جدید

۱۷- کدام یک از گزینه های زیر از دلایل استراتژی یکسان سازی تولید کالا در بازاریابی بین المللی می باشد؟

۱. نیازمندی به برنامه توسعه محصول جدید
۲. فعالیت از طریق صادرات
۳. عدم صرفه جویی اقتصادی در هزینه های تحقیق و توسعه
۴. شرایط استفاده گوناگون

۱۸- مهم ترین عنصر برنامه بازاریابی کدام است؟

۱. ترفیع
۲. محصول
۳. قیمت
۴. توزیع

۱۹- کدام یک از عوامل مؤثر در تغییر کالا در بازارهای مختلف می باشد؟

۱. مسائل فنی
۲. سلیقه مشتری
۳. شرایط استفاده مختلف
۴. نقش دولت ها

۲۰- اصطلاح فوب (FOB) مختص کدام نوع حمل است؟

۱. دریایی
۲. زمینی
۳. هوایی
۴. راه آهن

۲۱- کم هزینه ترین شیوه توزیع کدام یک از گزینه های زیر می باشد؟

۱. توزیع از طریق کارگزار
۲. فروش مستقیم به خرده فروشان که در حجم زیاد خریدار نمایند.
۳. توزیع از طریق نمایندگی فروش
۴. فروش از طریق عمده فروشان که در حجم زیاد خریدار نمایند.

۲۲- کدام روش توزیع از نقطه نظر بازار مصرف به منظور سهولت دسترسی خریدار استفاده می شود؟

۱. توزیع وسیع
۲. توزیع انحصاری
۳. توزیع برگزیده
۴. توزیع رقابتی

۲۳- در کدام یک از انواع خرده فروشی می توان از رکورد فروش و افزایش موجودی انبار و راکد بودن سرمایه جلوگیری کرد و کالاهای خارج از فصل امکان فروش را پیدا می کنند؟

۱. حراج در خرده فروشی
۲. فروشگاه های بزرگ
۳. فروشگاه های ارزان
۴. دستگاه های خودکار

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

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

سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی (چندبخشی)، مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۹ - ، مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین الملل) ۱۲۱۸۱۴۵

۲۴- بر اساس ماتریس BCG، در کدام حالت کالا در مرحله رشد بوده و شرکت به منابع مالی برای توسعه کالا نیاز دارد؟

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

۲۵- برای حمل « مایعاتی نظیر آبمیوه، روغن نباتی و مواد شیمیایی » و « ماشین آلات و صفحات شیشه » به ترتیب از کدام نوع از کانتینرها استفاده می شود؟

۱. بغل دار- صفحه ای ۲. صفحه ای - تانکر ۳. تانکر- صفحه ای ۴. تانکر- روباز

۲۶- کدام یک از انواع تبلیغات در مرحله رقابت مؤثر است و بعضاً به صورت تبلیغات مقایسه ای اجرا می شوند؟

۱. تبلیغات اطلاعی ۲. تبلیغات ترغیب کننده ۳. تبلیغات یادآوری ۴. تبلیغات مهیج

۲۷- هنگامی که فقط عده خاصی مورد نظر باشند و علاقه ای به تبلیغ همه مردم وجود نداشته باشد، استفاده از چه نوع عنوانی در آگهی مناسب است؟

۱. خبری ۲. مصور ۳. آمرانه ۴. انتخابی

۲۸- کدام یک از انواع دامپینگ با تبانی بنگاههای یک یا چند کشور از طریق کارتل اعمال می شود؟

۱. گروهی ۲. ارزی و عمومی ۳. تدافعی ۴. تهاجمی

۲۹- در چه شرایطی می توان از ساختار وظیفه ای استفاده کرد؟

۱. حجم تولیدات گسترده بوده و دانش فنی، علم و تکنولوژی زمینه ساز تولید ویژه می باشد.
۲. حجم تولیدات محدود بوده به طوری که تصمیم به صادرات تولید به بخش خاصی وجود داشته باشد.
۳. حجم تولیدات گسترده بوده به طوری که تصمیم به واردات تولید خارجی به بخش خاصی وجود داشته باشد.
۴. حجم تولیدات محدود بوده به طوری که تصمیم به صادرات تولید به بخش خاصی وجود نداشته باشد.

۳۰- مقایسه عملکرد واقعی شرکت یا تولید با عملکرد برنامه ریزی شده در فاصله زمانی مشخص بیان گر کدام مرحله فرایند برنامه ریزی استراتژیک است؟

۱. ارائه تحلیل موقعیت ۲. تاسیس واحد استراتژیک ۳. ماموریت سازمانی ۴. مشاهده نتایج

1218145 - 94-95-3

شماره سوال	پاسخ صحيح	وضعيت كليل
۱	ب	عادي
۲	الف	عادي
۳	د	عادي
۴	ج	عادي
۵	ج	عادي
۶	د	عادي
۷	ب	عادي
۸	د	عادي
۹	ج	عادي
۱۰	الف	عادي
۱۱	د	عادي
۱۲	ج	عادي
۱۳	ب	عادي
۱۴	ج	عادي
۱۵	ب	عادي
۱۶	د	عادي
۱۷	ب	عادي
۱۸	ب	عادي
۱۹	د	عادي
۲۰	الف	عادي
۲۱	ب	عادي
۲۲	الف	عادي
۲۳	الف	عادي
۲۴	الف	عادي
۲۵	د	عادي
۲۶	ب	عادي
۲۷	د	عادي
۲۸	الف	عادي
۲۹	ب	عادي
۳۰	د	عادي

94-95-2



تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

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

سری سوال: یک ۱

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی (چندبخشی)، مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۹ - ، مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی بازرگانی بین الملل (۱۲۱۸۱۴۵)

۱- کدامیک از موارد زیر تفاوت عمده بازارهای داخلی و بین المللی را نشان می دهد؟

۱. مدیریت استراتژیک
۲. محیط بازاریابی
۳. کیفیت کالاها
۴. قیمت گذاری مناسب

۲- کدامیک از موارد زیر یکی از عوامل سیاسی محیط بازاریابی بین المللی را نشان می دهد؟

۱. مقررات پولی و مالی
۲. آداب و رسوم
۳. درآمدهای خانوار
۴. اعتقادات یا باورهای عمومی

۳- کدامیک از موارد زیر از عناصر تشکیل دهنده فرهنگ عام در بازاریابی بین المللی می باشد؟

۱. آگاهی مناسب
۲. استراتژی بازاریابی
۳. تعلیم و تربیت
۴. تصمیم گیری های مناسب

۴- در کدامیک از روشهای مذاکره بازاریابی «مدیران بازاریابی تابع روش مسالمت ، امتیاز دادن و برخورد دوستانه و باوقار در رسیدن به نتیجه مطلوب» می باشند؟

۱. مذاکره منطقی یا اصولی
۲. مذاکره گسترده
۳. مذاکره خشن
۴. مذاکره ملایم

۵- این عبارت «کشورها باید بتواند کالاهایی که در تخصص آنهاست تولید نمایند و کالاها یا خدماتی که در آنها کارایی لازم را ندارند وارد نمایند» مربوط به کدام نظریه زیر است؟

۱. نظریه مزیت نسبی
۲. نظریه مزیت مطلق
۳. نظریه مرکانتی لیسم
۴. نظریه دوره زندگی

۶- کدام گزینه کاملترین وسیله نظارت بر تجارت خارجی به استثنای مورد تجارت همه جانبه دولتی در کشورهای کمونیستی محسوب می شود؟

۱. تعرفه های گمرکی
۲. سهمیه بندی
۳. کنترل ارز
۴. تعرفه های غیر گمرکی

۷- کدامیک از تشکلهای زیر جزو گروههای بازار مشترک می باشد؟

۱. ASEAN
۲. NAFTA
۳. EFTA
۴. ANCOM

۸- نقش مداخله کننده و نقش تنظیم کننده مربوط به کدام یک از عوامل تشکیل دهنده محیط سیاسی می باشد؟

۱. دولت - تجارت
۲. نقش دولت در اقتصاد
۳. ایدئولوژی اقتصادی و دولتی
۴. ایدئولوژی سیاسی و اقتصادی

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

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

سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی (چندبخشی)، مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۹ -، مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین الملل) ۱۲۱۸۱۴۵

۹- اکثر دولتها برای تنظیم فعالیت های اقتصادی خود از چه ابزاری استفاده می کنند؟

۱. بانک مرکزی
۲. سیاست پولی و مالی
۳. قدرت مالیاتی
۴. سیاست تغییر بازار

۱۰- مفهوم مقابل مربوط به کدام گزینه زیر است؟ « تعیین بازار فروش وامکان دستیابی به سهم پیش بینی شده بازار »

۱. مهارت های بازاریابی
۲. برنامه ریزی بازاریابی
۳. سیستم های بازاریابی
۴. انگیزه بازاریابی

۱۱- از حالت های چهارگانه در عوامل توسعه جغرافیایی شرکتها، کدام حالت زیر نشان دهنده حالت سوم می باشد؟

۱. وضعیت با برتری بازار
۲. وضعیت برتر
۳. وضعیت با برتری تولید
۴. وضعیت ضعیف

۱۲- کدام گزینه زیر، اولین مرحله فرایند طراحی و تولید محصول برای بازارهای بین المللی می باشد؟

۱. تجزیه و تحلیل تجاری
۲. آزمایش بازار
۳. تولید و عرضه کالا در بازار
۴. ارایه ایده های نوین برای کالاهای جدید

۱۳- در کدام نوع از استراتژیهای استاندارد، منافع کمتری نصیب شرکت می شود؟

۱. استاندارد کردن ضمانت
۲. استاندارد کردن بسته بندی
۳. استاندارد کردن کالا
۴. استاندارد کردن بر چسب

۱۴- کدامیک از موارد زیر بزرگترین عامل تعیین کننده اندازه مناسب برای کالاهای مصرفی است؟

۱. عوامل فرهنگی
۲. عوامل زیر بنایی
۳. عوامل تکنولوژیکی
۴. سطح درآمد مشتریان

۱۵- کدامیک از موارد زیر از عوامل موثر بر ساختار سازمانی می باشد؟

۱. تکنولوژی مورد استفاده
۲. عدم سودآوری
۳. رکود اقتصادی
۴. ناهماهنگی و تضاد بین هدف ها

۱۶- کدامیک از موارد زیر نشان دهنده نقطه شروع برای انتخاب موثرترین کانالهای توزیع می باشد؟

۱. واسطه های چند گانه
۲. ایجاد رقابت سالم
۳. مشخص کردن نیازها و ترجیحات بازار هدف
۴. شیوه های فروش

۱۷- سریعترین و آسانترین راه ورود به بازار بین المللی کدام است؟

۱. توزیع به وسیله آژانسها
۲. حق امتیاز
۳. مونتاژ
۴. صادرات غیر مستقیم

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

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

سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی (چندبخشی)، مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۹ -، مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین الملل) ۱۲۱۸۱۴۵

۱۸- کدام گزینه عامل تقویت نیروی قانون بین المللی در بازار مشترک محسوب می گردد؟

۱. دادگاه عدالت اروپایی ۲. دادگاه جهانی ۳. دادگاه محلی ۴. دادگاه ایالتی

۱۹- عبارت «معمولا محقق به بعضی از شالوده های بازرگانی و اقتصادی در انجام تحقیق خود وابسته است» مربوط به کدامیک از مشکلات تحقیق بازاریابی می باشد؟

۱. مشکلات تکنیکی یا فنی ۲. مشکلات فرهنگی ۳. مشکلات داده ها ۴. مشکلات اقتصادی

۲۰- رشد قوانین منطقه ای در گروههای منطقه ای و رشد قانون بین المللی به ترتیب تحت تاثیر کدام عوامل زیر می باشند؟

۱. توسعه تکنولوژی و عوامل سیاسی ۲. محدودیتهای تجاری و سیاسی ۳. تجارت بین المللی و بازاریابی ۴. توسعه تکنولوژی و بازرگانی بین المللی

۲۱- در کدام یک از روشهای جمع آوری اطلاعات بازاریابی، بر بررسی مقاصد و هدفهای خاص اطلاعاتی تمرکز می شود؟

۱. نظاره گری ۲. تجسس ۳. راهنمایی ۴. تحقیق

۲۲- کدامیک از عوامل زیر به عنوان پایه و اساس سایر فعالیتهای بازاریابی بین المللی می باشد؟

۱. سیاست تولید بین المللی ۲. تبلیغات بازاریابی ۳. تحقیق و توسعه ۴. توزیع و فروش

۲۳- در کدام نوع از استراتژیهای محصول، بازار هدف به چند قسمت تشکیل شده و برای هر بخش استراتژی خاصی انتخاب می شود؟

۱. استراتژی تنوع محصول ۲. استراتژی تخصیصی ۳. استراتژی تفکیکی ۴. استراتژی صادرات

۲۴- در کدامیک از روشهای توزیع، فروشنده حق توزیع کالای رقیب را ندارد؟

۱. توزیع وسیع ۲. توزیع انحصاری ۳. توزیع برگزیده ۴. توزیع عمده

۲۵- نقش اصلی کدام عامل زیر به جریان انداختن کالاها بین تولید کنندگان و فروشندگان می باشد؟

۱. بازاریابان ۲. واسطه ها ۳. عمده فروشان ۴. حسابداران

۲۶- کدام نوع از تبلیغات زیر در مرحله رقابت موثر می باشد؟

۱. تبلیغات ترغیب کننده ۲. تبلیغات اطلاعی ۳. تبلیغات یادآوری ۴. تبلیغات گسترده

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

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

سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی (چندبخشی)، مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۹ - ، مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین الملل) ۱۲۱۸۱۴۵

۲۷- جمله ای که به منظور تکرار دایمی (یا تکرار به مدت طولانی) طرح می شود و در تبلیغات اهمیت خاصی دارد کدام است؟

۱. پیام ۲. متن ۳. آگهی ۴. شعار

۲۸- ساختار بازاری که چند فروشنده تقاضای انبوهی از افراد را پاسخ می دهد. جزو کدام یک از بازارهای سنتی می باشد؟

۱. بازار رقابت خالص ۲. بازار چند قطبی ۳. رقابت انحصاری ۴. انحصار خالص

۲۹- تعریف مقابل مربوط به کدام گزینه می باشد؟ « قانونی که چندین کشور آن را پذیرفته اند و به صورت عرف از قدیم الایام رایج است »

۱. قانون عمومی ۲. قانون نامه ۳. قوانین خارجی ۴. قوانین بازاریابی

۳۰- کدام گزینه دلایل عمده موفقیت شرکتها در مدیریت کانالهای توزیع را نشان می دهد؟

۱. انتخاب، قرارداد، ایجاد انگیزه، کنترل ۲. انتخاب، راهبرد، ایجاد انگیزه، کنترل
۳. انتخاب، قرارداد، عملیات اقدام، کنترل ۴. مالکیت، قرارداد، ایجاد انگیزه، کنترل

1218145 - 94-95-2

شماره سوال	پاسخ صحيح	وضعيت كليلد
1	ب	عادي
2	الف	عادي
3	ج	عادي
4	د	عادي
5	الف	عادي
6	ج	عادي
7	د	عادي
8	ب	عادي
9	ج	عادي
10	ب	عادي
11	الف	عادي
12	د	عادي
13	الف	عادي
14	د	عادي
15	الف	عادي
16	ج	عادي
17	ب	عادي
18	الف	عادي
19	الف	عادي
20	د	عادي
21	ج	عادي
22	الف	عادي
23	ج	عادي
24	ب	عادي
25	ج	عادي
26	الف	عادي
27	د	عادي
28	ب	عادي
29	الف	عادي
30	الف	عادي

94-95-1



سری سوال: یک ۱

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

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی (چندبخشی) ۱۲۱۸۰۷۹ - ، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین الملل)، مدیریت بازرگانی ۱۲۱۸۱۴۵

۱- کدام مورد امروزه یک مجموعه به هم پیوسته جهانی از بازارها، تکنولوژی ها و شرایط زندگی استاندارد که در گذشته ناشناخته بوده اند، می باشد؟

۱. بازاریابی ۲. تجارت جهانی ۳. بازاریابی تطبیقی ۴. آمیخته بازار

۲- کدامیک از گزینه های زیر با سطح رقابت ارتباط نزدیک دارد؟

۱. کانال های توزیع ۲. تبلیغات موثر ۳. بازاریابی بین المللی ۴. محیط بازاریابی

۳- کدامیک از گزینه های زیر صحیح است؟

۱. خدمات بازاریابی مثل آژانس های تبلیغاتی و ... با درجه تحصیلات رابطه مستقیم دارد.
۲. ارتباط و همکاری در کانال توزیع به درجه تحصیلات افرادی که در این کانال قرار دارند بستگی ندارد.
۳. پذیرش ریسک عموماً با واکنش های محیطی همراه است.
۴. وجود زبان های متعدد در یک کشور نمی تواند بیانگر وجود فرهنگ های متفاوت در آن کشور باشد.

۴- در کدامیک از مراحل مذاکره، مذاکرات توسط هیات نمایندگی طرفین به طور جدی آغاز و ادامه می یابد؟

۱. پیش مذاکره ۲. تصمیم گیری و اقدام ۳. تلفیقی ۴. گسترده

۵- کدامیک از گزینه های زیر ملاک مهمی در امر انتخاب خط تولیدی می باشد؟

۱. خط مشی بازرگانی ۲. مشخصات بازار ۳. نیازها و خواسته ها ۴. تراز تجاری

۶- کدامیک از گزینه های زیر، در مورد تولیدات صنعتی به کار گرفته می شود؟

۱. عوارض گمرکی ارزشی ۲. حقوق گمرکی ۳. عوارض گمرکی غیر مختلط ۴. عوارض گمرکی مقداری

۷- کدامیک از گزینه های زیر، ارگان دائمی مجمع عمومی سازمان ملل بوده و هدف آن پیشبرد توسعه کشورهای در حال ظهور از طریق تجارت و سایر امکانات می باشد؟

۱. WTO ۲. ECO ۳. آنکتاد ۴. OPEC

۸- کدام مورد معمولاً منعکس کننده قدرت خرید کالای خاصی نیست و فقط می تواند در سطح کل، قدرت خرید را مشخص می کند؟

۱. درجه توسعه اقتصادی کشور ۲. عوامل زیر بنایی ۳. وضعیت طبیعی کشور ۴. درآمد سرانه

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰ زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۶۰ تشریحی: ۰ سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی (چندبخشی) ۱۲۱۸۰۷۹ - ، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین الملل)، مدیریت بازرگانی ۱۲۱۸۱۴۵

۹- اکثر دولتها از این مورد برای تنظیم فعالیتهای اقتصادی استفاده می کنند؟

۱. قدرت مالیاتی
۲. سیاست پولی و مالی
۳. بانک مرکزی
۴. سیاست دولتی خود

۱۰- کدام مورد زمینه ای است با قوانین نسبتاً کم که برای مدیر بازاریابی بسیار مهم است؟

۱. تبلیغاتی
۲. توزیع
۳. بازاریابی
۴. مذاکره

۱۱- کدامیک از گزینه های زیر مرحله اول در برنامه ریزی فروش است؟

۱. آگاهی از قوانین
۲. بررسی کانال های توزیع
۳. تعیین بازار هدف
۴. جمع آوری اطلاعات

۱۲- بسیاری از تحقیقات بازاریابی به کدام یک از موارد زیر ارتباط دارند؟

۱. به کارگیری مهارتها
۲. مشکل زبان
۳. کسب پاسخ
۴. رفتار خریداران و فرایندهای تصمیم

۱۳- در این روش یک تولید کننده از امکانات و تسهیلات توزیعی خود در یک کشور خارجی، برای توزیع و فروش کالاهای یک شرکت دیگر استفاده می کند؟

۱. فروش از طریق شرکتهای توزیع کننده دیگر
۲. شرکتهای مدیریت صادرات
۳. شرکتهای تجاری
۴. دلان و نمایندگان صادرات

۱۴- در کدامیک از موارد زیر، تولید کننده اصلی با یک شرکت خارجی قرارداد می بندد که محصول شرکت اصلی را بر اساس مفاد قرارداد در خارج تولید نماید؟

۱. حق امتیاز
۲. تولید بر اساس قرارداد
۳. مونتاژ
۴. سرمایه گذاری بر اساس مالکیت کامل

۱۵- کدامیک از گزینه های زیر منجر به تحقیق و توسعه (R&D) در شرکت شده و با تحقیقات، زمینه رشد سودآوری بیشتر خواهد شد؟

۱. صادرات مستقیم
۲. فرانشیز
۳. سرمایه گذاری مشترک
۴. صادرات غیر مستقیم

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰
زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۶۰ تشریحی: ۰
سری سوال: ۱ یک
عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی
رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی (چندبخشی) ۱۲۱۸۰۷۹ - ، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین الملل)، مدیریت بازرگانی ۱۲۱۸۱۴۵

۱۶- کدامیک از گزینه های زیر، یکی از روشهای مهم برنامه ریزی تولید در بازاریابی بین المللی است؟

۱. تبلیغات
۲. سیاست های تولید بین الملل
۳. توزیع و فروش
۴. پیش بینی دوره عمر کالا

۱۷- عموماً شرکتها در بازارهای بین المللی یکنواختی کالا را عمدتاً به چه دلیلی ترجیح می دهند؟

۱. صرفه جویی در مقیاس
۲. تحریک مصرف کننده
۳. شهرت بین المللی
۴. اثر تکنولوژی

۱۸- در چه صورتی سطح عملیات بالا می رود و هزینه ها با افزایش عملیات سرشکن شده و کمتر می شود؟

۱. ضمانت
۲. استاندارد شدن محصول
۳. بسته بندی کالا
۴. مارک گذاری

۱۹- کدام مورد قادر است با استفاده از سکوهاي خود در کنار اسکله هایی که از لحاظ طول کوتاه هستند به راحتی پهلو بگیرند؟

۱. LIGHTER
۲. CONTAINER
۳. کشتیهای RO-RO
۴. TAG BOAT

۲۰- کدام مورد اثر مهمی بر روی کانال های توزیع دارد؟

۱. خصوصیات مشتری
۲. خصوصیات محصول
۳. خصوصیات واسطه ها
۴. انتخاب نمایندگی ها

۲۱- در این نوع خرده فروشی ها از بسته بندی های جذاب و گران استفاده نمی نمایند و هزینه های خدماتی کمتری دارند؟

۱. مراکز خرید
۲. فروشگاههای ارزان
۳. سوپر مارکتها
۴. فروش از طریق اینترنت

۲۲- کدامیک از گزینه های زیر می تواند تاثیری مثبت بر حجم فروش شرکت از طریق خدمات ارائه شده داشته باشد؟

۱. توزیع انحصاری
۲. درآمد مشتری
۳. فعالیت بازاریابی
۴. توزیع فیزیکی

۲۳- این نوع تبلیغات در مرحله بلوغ کالا اهمیت بسیاری دارد؟

۱. یادآوری
۲. ترغیب کننده
۳. اطلاعی
۴. آگاه کننده

۲۴- جمله ای است که به منظور تکرار دائمی طرح می شود و در تبلیغات اهمیت خاصی دارد؟

۱. متن
۲. حسن ختام
۳. عنوان
۴. شعار تبلیغاتی

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰
زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۶۰ تشریحی: ۰
سری سوال: ۱ یک
عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی
رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی (چندبخشی) ۱۲۱۸۰۷۹ - ، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین الملل)، مدیریت بازرگانی ۱۲۱۸۱۴۵

۲۵- کدامیک از گزینه های زیر مقدار عرضه و تقاضای یک محصول را تحت تاثیر قرار می دهد؟

۱. صادرات ۲. تورم ۳. قیمت ۴. میزان تولید

۲۶- در این بازار چند فروشنده تقاضای انبوهی از افراد را پاسخ می دهند؟

۱. انحصار خالص ۲. بازار چند قطبی ۳. رقابت انحصاری ۴. بازار رقابت خالص

۲۷- در این روش قیمت گذاری، فاصله و هزینه های کرایه حمل و بیمه نیز در قیمت کالا مد نظر قرار می گیرد؟

۱. متفاوت ۲. بر اساس هزینه ۳. بر اساس توزیع ۴. روانی

۲۸- این نوع دامپینگ با تبانی بنگاههای یک یا چند کشور از طریق کارتل اعمال می شود؟

۱. گروهی ۲. ارزی و عمومی ۳. مستمر و بلند مدت ۴. خاص

۲۹- کدام مورد هسته اصلی سازماندهی را تشکیل می دهد؟

۱. هدفها و آرمانهای مورد نظر شرکت ۲. امکانات و منابع مالی شرکت
۳. رسالت سازمان ۴. تعیین ساختار سازمانی

۳۰- برای تسهیل سازماندهی، برنامه ریزی و کنترل فعالیتهای بین المللی، بسیاری از شرکتهای بین المللی از این نوع ساختار استفاده می کنند؟

۱. بر مبنای محصول ۲. سازمانی ماتریسی ۳. سازمانی ترکیبی ۴. بر مبنای فشرده

1218145 - 94-95-1

شماره سوال	پاسخ صحيح	وضعيت كليلد
1	ب	عادي
2	ج	عادي
3	الف	عادي
4	د	عادي
5	ب	عادي
6	الف	عادي
7	ج	عادي
8	د	عادي
9	الف	عادي
10	ب	عادي
11	ج	عادي
12	د	عادي
13	الف	عادي
14	ب	عادي
15	ج	عادي
16	د	عادي
17	الف	عادي
18	ب	عادي
19	ج	عادي
20	الف	عادي
21	ب	عادي
22	د	عادي
23	الف	عادي
24	د	عادي
25	ج	عادي
26	ب	عادي
27	ج	عادي
28	الف	عادي
29	د	عادي
30	ب	عادي

93-94-3



تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

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

سری سوال: یک ۱

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی (چندبخشی)، مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۹ - ، مدیریت بازرگانی (بازاریابی - بازرگانی بین المل، مدیریت بازرگانی بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین المل)، مدیریت بازرگانی (۱۲۱۸۱۴۵)

۱- اساس کدامیک از انواع بازاریابی پیرامون تشابهات و تفاوت‌های موجود بین بازاریابی کشورهای مختلف دور می زند؟

۱. بازاریابی بین الملل ۲. بازاریابی تطبیقی ۳. بازاریابی تفکیکی ۴. بازاریابی داخلی

۲- تفاوت عمده بازاریابی داخلی و بازاریابی بین الملل در:

۱. رقابت است. ۲. مزیت استراتژیک است. ۳. محیط است. ۴. تکنیک بازاریابی است.

۳- در کدامیک از مراحل مذاکره، حرکت به سمت یک توافقنامه از طریق حل مسائل صورت می گیرد؟

۱. پیش مذاکره ۲. مذاکره گسترده ۳. مذاکره تلفیقی ۴. تصمیم گیری و اقدام

۴- ارکان مذاکرات بازاریابی به ترتیب کدامند؟

۱. هدف، افراد، اطلاعات ۲. محیط، بازار، افراد ۳. مدیر بازاریابی، هدف، ارتباطات ۴. فروش، تاکتیک مذاکره، اطلاع رسانی

۵- کدام گزینه از عوامل تشکیل دهنده فرهنگ عام (فرهنگ جهانی) می باشد؟

۱. امکانات ۲. هنر ۳. محیط ۴. فرد

۶- کدامیک از گزینه های زیر، آخرین مرحله در نظریه دوره زندگی کالا و تجارت بین الملل است؟

۱. قدرت صادراتی ۲. آغاز رقابت وارداتی ۳. آغاز تولیدات خارجی ۴. رقابت در تولیدات خارجی

۷- با توجه به ترکیب و تشکیلات تجارت جهانی، کشورهایی که با تنزل سهم خود در بازار جهانی مواجهند برای حل این مشکل باید:

۱. تنوع در صادرات خود ایجاد کنند. ۲. افزایش صادرات را در پی بگیرند. ۳. کاهش واردات را انجام دهند. ۴. تنوع واردات صورت گیرد.

۸- کدامیک از سیستمهای مالی بین المللی متشکل از سه مؤسسه است که در زمینه تأمین مالی پروژه های زیربنایی کشورهای در حال توسعه فعالیت دارد؟

۱. صندوق بین المللی پول ۲. صندوق توسعه جهانی ۳. بانک جهانی ۴. بانک عمران و توسعه

سری سوال: ۱ یک

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

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی (چندبخشی)، مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۹ - ، مدیریت بازرگانی (بازاریابی - بازرگانی بین المل، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین المل)، مدیریت بازرگانی ۱۲۱۸۱۴۵

۹- کدام گزینه در مورد میزان اثربخشی یک بلوک تجاری صحیح است؟

۱. هر قدر کشش تقاضا بالاتر باشد، در آن صورت حضور در بلوک منافع کمتری را نصیب کشورهای عضو خواهد نمود.
۲. هر چه اختلاف بین هزینه های تولید کشورهای درون بلوک تجاری با هزینه های تولید کشورهای خارج از بلوک بیشتر باشد منافع حاصل از بلوک کمتر خواهد بود.
۳. هرچه اختلاف هزینه های تولید داخلی و هزینه های تولید سایر کشورهای عضو بلوک بالاتر باشد، منافع حاصل از بلوک بیشتر خواهد بود.
۴. اگر هزینه تولید داخلی به میزان قابل ملاحظه ای بیشتر از هزینه های تولید سایر کشورهای عضو بلوک باشد، در آن صورت واردات کالاهای مورد نظر مقرون به صرفه نخواهد بود.

۱۰- ساده ترین نوع گروه بندی بازار بین المللی کدام است؟

۱. بازار مشترک
۲. اتحادیه حقوق گمرکی
۳. اتحادیه اقتصادی
۴. منطقه آزاد تجاری

۱۱- متداولترین محدودیت وارداتی برای کالاهای خارجی در سیستم بازرگانی بین الملل کدام است؟

۱. تعرفه گمرکی
۲. کنترل ارز
۳. سهمیه ها
۴. گمرک نامرئی

۱۲- اولین قدم در راستای رسیدن به هدف ایجاد و توسعه یک قانون تجاری یکسان برای تمام دنیا توسط Uncitral چیست؟

۱. تشکیل قراردادهای بین المللی جدید
۲. توسعه سازمانهای بین المللی
۳. تجزیه و تحلیل قوانین ملی
۴. یکسان سازی رویه های قانون گذاری

۱۳- کدام گزینه در مورد یاتا به عنوان یکی از سازمانهای بین المللی صحیح است؟

۱. هیئت و شورای منتخب آن اجرایی است.
۲. وظایف اجرایی، قضایی و قانون گذاری را با هم در برمی گیرد.
۳. مقررات یاتا مقدماتاً فنی هستند.
۴. فعالیت اصلی یاتا تنظیم نرخها و کرایه حمل بین المللی است.

۱۴- در کشورهای دارای قانون عمومی یا عرف، مالکیت علائم تجاری توسط چه عاملی تعیین می شود؟

۱. مقدم بودن در ثبت علامت تجاری
۲. مقدم بودن در استفاده از علامت تجاری
۳. شیوه نامه استفاده از علائم تجاری
۴. استقبال عمومی مشتریان به شرکت

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

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

سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/ کد درس: مدیریت صنعتی (چندبخشی)، مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۹ - ، مدیریت بازرگانی (بازاریابی - بازرگانی بین المل، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین المل)، مدیریت بازرگانی ۱۲۱۸۱۴۵

۱۵- کدام گزینه از مشکلات تحقیق بازاریابی در کشورهای مختلف می باشد؟

۱. مشکلات محیطی ۲. مشکلات اجتماعی ۳. مشکلات تکنیکی ۴. مشکلات سیاسی

۱۶- تعیین بازار فروش و امکان دستیابی به سهم پیش بینی شده بازار، چه نامیده می شود؟

۱. تحقیق بازاریابی ۲. برنامه ریزی بازاریابی ۳. سیاست بازاریابی ۴. استراتژی بازاریابی

۱۷- کدامیک از گزینه های زیر از جمله مشکلات موجود در مسیر به دست آوردن اطلاعات صحیح، قابل اطمینان و قابل استفاده می باشد؟

۱. امکان مقایسه اطلاعات جمع آوری شده ۲. امکان دسترسی به اطلاعات مورد نیاز
۳. ایجاد ارتباط مطلوب جهت دریافت اطلاعات ۴. به روز نبودن اطلاعات

۱۸- اطلاعاتی که بر اساس مقررات و قوانین یک کشور اعم از کشور مبدأ و مقصد بوجود می آید، چه نام دارد؟

۱. اطلاعات دستوری ۲. اطلاعات منابع
۳. اطلاعات عمومی ۴. اطلاعات مربوط به بازار

۱۹- در کدامیک از سبکهای روش جمع آوری اطلاعات سیستم اطلاعاتی بازاریابی از طریق نظارت، اطلاعات به طور روشن در اختیار بازاریاب قرار می گیرد؟

۱. راهنمایی ۲. نظاره گری ۳. تحقیق ۴. تجسس

۲۰- کدام گزینه از عمده دلایل استفاده از استراتژی خروج از بازار توسط شرکتها در بازاریابی بین المللی می باشد؟

۱. افزایش ریسک مشارکت ۲. از دست ندادن مشتریان قبلی
۳. انتقال تولید به خارج ۴. تغییرات سیاسی

۲۱- کدامیک از گزینه های زیر عملاً به عنوان بخشی از یک شرکت اصلی عمل می کنند، بدون اینکه ارتباط رسمی با شرکت مادر داشته و یا جزئی از آن به حساب آیند؟

۱. شرکتهای تجاری ۲. دلالان و نمایندگان صادرات
۳. شرکتهای مدیریت صادرات ۴. مشارکت سرمایه گذاری

سری سوال: ۱ یک

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

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی (چندبخشی)، مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۹ - ، مدیریت بازرگانی (بازاریابی - بازرگانی بین المل، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین المل)، مدیریت بازرگانی ۱۲۱۸۱۴۵

۲۲- با توجه به رابطه ریسک و کنترل در ورود به بازار جهانی، کدامیک از روشهای زیر دارای ریسک کمتری بوده ولی به کنترل بیشتری نیاز دارد؟

۱. صادرات غیرمستقیم
۲. تولید کالا در خارج
۳. مونتاژ
۴. سرمایه گذاری مشترک

۲۳- در کدامیک از مراحل دوره سیکل عمر کالا، سوددهی هدف برنامه ریزی تولید نیست؟

۱. رشد
۲. بلوغ
۳. نزول
۴. معرفی

۲۴- شرایط استفاده مختلف و سلیقه مشتری از عوامل تشویق کدامیک از استراتژیهای زیر هستند؟

۱. استراتژی عرضه محصول جدید
۲. استراتژی غیریکسان نمودن تولید کالا
۳. استراتژی یکسان سازی تولید کالا
۴. استراتژی توسعه محصول

۲۵- کدام گزینه از مهمترین عوامل مربوط به استاندارد کردن کالا است؟

۱. مطابقت با خط مشی و منابع شرکت
۲. نوع و جنس کالا
۳. بسته بندی کالا
۴. اطلاعات مصرف کننده

۲۶- اولین قدم در انتخاب بسته برای یک بازار کدام است؟

۱. چگونگی بهترین برخورد با رجحانهای ملی
۲. تعیین نیازها و احتیاجات ملی بازار آن کشور
۳. استانداردسازی شکل و اندازه محصولات
۴. تجزیه و تحلیل نیازهای بازار

۲۷- بزرگترین عاملی که تعیین کننده اندازه مناسب برای بسته بندی کالاهای مصرفی است، کدام است؟

۱. سطح درآمد مشتریان
۲. نوع وسیله حمل
۳. نوع و جنس کالا
۴. قیمت کالا

۲۸- کدام گزینه از عناصر داخلی توزیع در صادرات مستقیم است؟

۱. خریدار تجاری
۲. نماینده تولیدکننده
۳. شرکتهای تجاری
۴. توزیع کننده صنعت

۲۹- کدام گزینه از عمده دلایل موفقیت شرکت در مدیریت کانالهای توزیع است؟

۱. خصوصیات مشتری، قرارداد
۲. خصوصیات محصول، انتخاب
۳. ایجاد انگیزه، انتخاب
۴. کنترل، خصوصیات مشتری

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

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

سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی (چندبخشی)، مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۹ - ، مدیریت بازرگانی (بازاریابی - بازرگانی بین المل، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین المل)، مدیریت بازرگانی ۱۲۱۸۱۴۵

۳۰- شرکتهایی که فاقد بخش فروش هستند، از کدامیک از کانالهای توزیع در توزیع محصولات صنعتی استفاده می کنند؟

۱. تولیدکننده ← کارگزار ← استفاده کننده
۲. تولیدکننده ← خرده فروش ← مصرف کننده
۳. تولیدکننده ← استفاده کننده
۴. تولیدکننده ← توزیع کننده صنعتی ← استفاده کننده

۳۱- انواع روشهای توزیع از نقطه نظر بازار مصرف کدامند؟

۱. محصولات مصرفی، محصولات صنعتی، خدمات
۲. خرده فروشی، عمده فروشی، واسطه ای
۳. توزیع تک کاناله، توزیع چندکاناله، توزیع مستقیم
۴. توزیع وسیع، توزیع انحصاری، توزیع برگزیده

۳۲- فلسفه پیدایش کدامیک از انواع خرده فروشی ها، لزوم صرفه جویی در وقت و انرژی و مشکلات تردد و دوری مراکز زندگی می باشد؟

۱. فروشگاههای بزرگ
۲. فروشگاههای ارزان
۳. فروشگاههای زنجیره ای
۴. مراکز خرید

۳۳- کدامیک از گزینه های زیر عبارت است از تلفیق تولید و توزیع زیر نظر شرکت؟

۱. لجستیک
۲. بازاریابی عمودی
۳. توزیع فیزیکی
۴. نماینده انحصاری

۳۴- کدامیک از گزینه های زیر در مورد تقسیم بندی انواع تبلیغات بر اساس هدف صحیح است؟

۱. آگهی، فروش شخصی، تبلیغات تجاری
۲. ترغیب کننده، منفی، موقت
۳. اطلاعی، ترغیب کننده، یادآوری
۴. مصرفی، صنعتی، خدماتی

۳۵- کدام گزینه از عناصر آمیخته تبلیغاتی است؟

۱. روابط عمومی
۲. فعالیت ترویج
۳. احتیاج
۴. خرده فروش

۳۶- کدامیک از گزینه های زیر در تعیین ساختار بازار در مبانی اقتصادی قیمت گذاری دخالت دارند؟

۱. تعداد خریداران و فروشندگان موجود در بازار
۲. هدفهای بازاریابی شرکتها
۳. وضعیت تولید شرکتها
۴. انتظارات و توانایی های مصرف کنندگان

سری سوال: ۱ یک

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

تعداد سوالات: ۴۰ تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی (چندبخشی)، مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۹ - ، مدیریت بازرگانی (بازاریابی - بازرگانی بین المل، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین المل)، مدیریت بازرگانی ۱۲۱۸۱۴۵

۳۷- این نوع دامپینگ را بنگاهها به منظور رهایی از ذخایر کالایی خود اعمال می کنند پس از دستیابی بنگاه به منظور خود، متوقف می شود؟

۱. دامپینگ تناوبی
۲. دامپینگ مستقیم
۳. دامپینگ ارزی
۴. دامپینگ وارونه

۳۸- کدامیک از روشهای قیمت گذاری در بازاریابی بین الملل روی دو هدف اصلی بازگشت سرمایه و اطمینان از پوشش مجدد و یا افزایش نقدینگی شرکت تأکید دارد؟

۱. روش قیمت گذاری متفاوت
۲. روش قیمت گذاری رقابتی
۳. روش قیمت گذاری بر اساس بازار
۴. روش قیمت گذاری بر اساس هزینه

۳۹- اولین مرحله فرایند برنامه ریزی استراتژیک کدام است؟

۱. تأسیس واحد استراتژیک
۲. مأموریت سازمانی
۳. ایجاد استراتژی بازاریابی
۴. هدف گذاری در بازاریابی

۴۰- در شرایطی که تولید چندان فنی نبوده و عملیات شرکت گسترده است، استفاده از کدامیک از ساختارهای شرکتهای جهانی مناسب است؟

۱. ساختار سازمانی بر مبنای ناحیه
۲. ساختار سازمانی بر مبنای وظیفه
۳. ساختار سازمانی بر مبنای محصول
۴. ساختار سازمانی ماتریسی

1218145 - 93-94-3

شماره سوال	پاسخ صحيح	وضعيت كليد
1	ب	عادي
2	ج	عادي
3	ج	عادي
4	الف	عادي
5	ب	عادي
6	ب	عادي
7	الف	عادي
8	ج	عادي
9	ج	عادي
10	د	عادي
11	الف	عادي
12	ج	عادي
13	د	عادي
14	ب	عادي
15	ج	عادي
16	ب	عادي
17	د	عادي
18	الف	عادي
19	ب	عادي
20	د	عادي
21	ج	عادي
22	د	عادي
23	د	عادي
24	ب	عادي
25	الف	عادي
26	ب	عادي
27	الف	عادي
28	ج	عادي
29	ج	عادي
30	الف	عادي
31	د	عادي
32	د	عادي
33	ب	عادي
34	ج	عادي
35	الف	عادي
36	الف	عادي
37	د	عادي
38	د	عادي
39	ب	عادي
40	الف	عادي

93-94-2



تعداد سوالات: تستی: ۳۵ تشریحی: ۰

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

سری سوال: یک ۱

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی (چندبخشی)، مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۹ - ، مدیریت بازرگانی (بازاریابی - بازرگانی بین المل، مدیریت بازرگانی بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین المل)، مدیریت بازرگانی (۱۲۱۸۱۴۵)

۱- اساس مطالعه بازاریابی تطبیقی پیرامون چه بازاریابی بین کشورهای مختلف دور می زند؟

۱. تشابهات و تفاوت های محیطی
۲. تشابهات و تفاوت های فرهنگی
۳. محدودیت ها و مقررات دولتی
۴. تشابهات و تفاوت های موجود

۲- کدامیک از گزینه های زیر، امروزه یک مجموعه به هم پیوسته جهانی از بازارها، تکنولوژی و شرایط زندگی استاندارد که در گذشته ناشناخته بوده اند، می باشد؟

۱. تجارت جهانی
۲. استراتژی قیمت گذاری مناسب
۳. سیستم کارآمد تحقیقات بازاریابی
۴. روشهای مؤثر بسته بندی

۳- کدام یک از گزینه های زیر از عوامل اقتصادی محیطی در بازاریابی بین المللی می باشد ؟

۱. مقررات پولی و مالی
۲. بوروکراسی دولتی
۳. نگرش کلی نسبت به خریدهای بین المللی
۴. توسعه صنعتی

۴- عبارت « خریداران بالقوه، مصمم هستند در آینده کالا را انتخاب نمایند »، بیانگر کدام یک از اهداف ارتباطات می باشد؟

۱. مصمم ساختن
۲. علاقمند کردن مشتریان به استفاده از کالا
۳. انجام عمل خرید
۴. برتر دانستن

۵- کدام مورد از عوامل توفیق مناطق آزاد تجاری در سطح جهان می باشد؟

۱. برخورداری از صلح و آرامش و روابط بین المللی کم تشنج
۲. دستیابی به تکنولوژی پیشرفته
۳. جلب سرمایه های خارجی
۴. کسب درآمدهای ارزی و افزایش صادرات

۶- کدامیک از گزینه های زیر، یکی از ابزارهای مهم در تعبیر و تفسیر نقاط افتراق و اشتراک محیط بازارهای متفاوت است؟

۱. تجزیه و تحلیل تفاوت های محیطی
۲. تجزیه و تحلیل تطبیقی
۳. تجزیه و تحلیل مزیت استراتژیک
۴. تجزیه و تحلیل تفاوت های فرهنگی

۷- کدامیک از گزینه های زیر از فواید استاندارد کردن خط مشی بازاریابی می باشد؟

۱. فروش محصولات با تکنولوژی پیشرفته
۲. استفاده از روشها و ایده های خوب که کاربرد خاص دارند.
۳. برنامه ریزی و کنترل بهتر
۴. ایجاد وحدت رویه در رابطه با فروشندگان

تعداد سوالات: تستی: ۳۵ تشریحی: ۰

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

سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی (چندبخشی)، مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۹ -، مدیریت بازرگانی (بازاریابی - بازرگانی بین المل، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین المل)، مدیریت بازرگانی ۱۲۱۸۱۴۵

۸- در این مرحله از مراحل مذاکره، حرکت به سمت یک توافقنامه از طریق حل مسائل صورت می گیرد؟

۱. تصمیم گیری و اقدام ۲. مذاکره تلفیقی ۳. مذاکره گسترده ۴. پیش مذاکره

۹- «توفیق این شکل بستگی زیادی به منطق اقتصادی، انگیزه ها، تاریخ اقتصادی و سنتهای دیرینه کشورها دارد»؟

۱. اتحادیه حقوق گمرکی ۲. بازار مشترک ۳. اتحادیه اقتصادی ۴. اتحادیه سیاسی

۱۰- کدام یک از گزینه های زیر، به منظور مساعدت به کشورهایی که وضعیت تراز پرداختهای آنها اجازه وام گرفتن با شرایط معمولی را به آنها می دهد به وجود آمده است؟

۱. شرکت مالی بین المللی ۲. مؤسسه توسعه بین المللی ۳. بانک بین المللی ترمیم و توسعه ۴. صندوق بین المللی پول

۱۱- در کدام یک از مراحل توسعه از نظر روستو، ورود به بازار بسیار مشکل و احتیاج به عرضه کالای مناسب و با تکنولوژی بالا دارد؟

۱. مرحله تولید انبوه ۲. مرحله بلوغ ۳. مرحله جهش ۴. مرحله قبل از جهش

۱۲- دو روند عمده رشد قوانین منطقه ای در گروههای منطقه ای و رشد قانون بین الملل، تحت فشار کدام مورد زیر است؟

۱. فعالیتهای بازاریابی بین المللی و توسعه اقتصادی ۲. استاندارد های بین المللی و عوامل فرهنگی ۳. توسعه تکنولوژی و بازرگانی بین الملل ۴. تجارت بین الملل و عوامل محیطی

۱۳- کدام مورد عامل تقویت نیروی قانون بین الملل در بازار مشترک است؟

۱. دادگاه جهانی ۲. دادگاه عدالت اروپایی ۳. دادگاه محلی ۴. دادگاه ایالتی

۱۴- «ادغام و سرمایه گذاری های مشترک» در کدام یک از انواع اطلاعات طبقه بندی می شود؟

۱. اطلاعات عمومی ۲. اطلاعات دستوری ۳. اطلاعات منابع ۴. اطلاعات مربوط به بازار

۱۵- بسیاری از تحقیقات بازاریابی به اطلاع داشتن از رفتار خریداران و ارتباط دارد.

۱. هدفها ۲. استراتژی بازاریابی ۳. قوانین و مقررات و رویه ۴. فرایندهای تصمیم

سری سوال: ۱ یک

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

تعداد سوالات: تستی: ۳۵ تشریحی: ۰

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی (چندبخشی)، مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۹ - ، مدیریت بازرگانی (بازاریابی - بازرگانی بین المل، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین المل)، مدیریت بازرگانی ۱۲۱۸۱۴۵

۱۶- کدام تکنیک در بازاریابی اهمیت بیشتری دارد؟

۱. پیش بینی تقاضا

۲. رگرسیون چند متغیری

۳. تجزیه و تحلیل مقایسه ای

۴. سریهای زمانی

۱۷- در کدامیک از حالات چهار گانه توسعه جغرافیایی، شرکت در تعداد زیادی از بازارهای جهانی با کیفیت پایین حضور دارد؟

۱. وضعیت برتر

۲. حالت ضعیف

۳. وضعیت با برتری موقعیت جغرافیایی

۴. وضعیت با برتری تولید

۱۸- کدام یک از گزینه های زیر، مربوط به گروه دوم از استراتژیهای ورود به بازار جهانی می باشد ؟

۱. فرانشیز یا اعطای امتیاز

۲. اعطای مجوز ساخت (لیسانس)

۳. قرارداد مدیریت

۴. دلالت و نمایندگان صادرات

۱۹- کدام یک از گزینه های زیر جزء « استراتژیهای تولید خارجی بدون سرمایه گذاری مستقیم » می باشد ؟

۱. سرمایه گذاری مشترک

۲. مونتاژ

۳. خرید شرکت خارجی

۴. تولید قراردادی

۲۰- عبارت « منطبق کردن کالا با شرایط استفاده آن ضروری است » مربوط کدام یک از عوامل استاندارد کردن کالا می باشد؟

۱. تقاضای بازار

۲. صرفه جویی در عملیات تولیدی و بازاریابی

۳. تصمیمات و قوانین دولتی

۴. مطابقت با خط مشی و منابع شرکت

۲۱- از نظر متغیر سود، کدام یک از گزینه های زیر برای « مرحله بلوغ در دوره عمر کالا »، صحیح است ؟

۱. آمادگی برای خروج از بازار به دلیل زیان

۲. رقابت شدید

۳. سود به حداکثر نزدیک است به علت قیمت بالا

۴. سود ناچیز است به علت هزینه سنگین تولید

۲۲- اعمال سیستم داخلی در بازاریابی بین المللی به کدامیک از عوامل زیر بستگی دارد؟

۱. نوع کالا

۲. فاصله محصول

۳. عادت خرید

۴. حجم فروش

تعداد سوالات: تستی: ۳۵ تشریحی: ۰

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

سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی (چندبخشی)، مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۹ - ، مدیریت بازرگانی (بازاریابی - بازرگانی بین المل، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین المل)، مدیریت بازرگانی ۱۲۱۸۱۴۵

۲۳- برای تسهیل سازماندهی، برنامه ریزی و کنترل فعالیتهای بین المللی، بسیاری از شرکتهای بین المللی از این نوع ساختار استفاده می کنند؟

۱. ساختار سازمانی بر مبنای محصول
۲. ساختار سازمانی بر مبنای ماتریسی
۳. ساختار سازمانی ترکیبی
۴. ساختار سازمانی بر مبنای وظیفه

۲۴- در کدام یک از بازارهای زیر، سود فوق نرمال، فقط در کوتاه مدت قابل حصول است؟

۱. بازار چند قطبی
۲. بازار رقابت خالص
۳. انحصار خالص
۴. رقابت انحصاری

۲۵- کدام یک از گزینه های زیر مربوط به «عوامل بازار» در طبقه بندی عوامل مؤثر بر قیمت گذاری بازاریابی بین المللی است؟

۱. خدمات بعد از فروش
۲. تغییرات نرخ ارز
۳. توسعه بازاریابی و فروش
۴. انبارداری

۲۶- در کدامیک از حالات ماتریس گروه مشاورین بوستون، کالا رشد کرده و شرکت به بیشترین سهم بازار فروش دست می یابد؟

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

۲۷- در کدام یک از روش های قیمت گذاری بر اساس توزیع، «قیمت تنظیم شده در فاکتور عبارت است از اصل بهاء کالا و هزینه حمل مربوط تا کنار وسیله نقلیه» می باشد؟

۱. CIF
۲. C&F
۳. قیمت بر اساس فوب
۴. قیمت بر اساس اف - ا - اس

۲۸- عبارت «قیمت خارجی بالاتر از قیمت داخلی باشد» بیانگر کدام یک از انواع دامپینگ می باشد؟

۱. دامپینگ خاص
۲. دامپینگ تهاجمی
۳. دامپینگ تدافعی
۴. دامپینگ وارونه

تعداد سوالات: تستی: ۳۵ تشریحی: ۰

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

سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/ کد درس: مدیریت صنعتی (چندبخشی)، مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۹ - ، مدیریت بازرگانی (بازاریابی - بازرگانی بین المل)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین المل)، مدیریت بازرگانی ۱۲۱۸۱۴۵

۲۹- سوال « میزان مسئولیت فروشنده، در قراردادهای مختلف فروش چیست ؟ » برای کدام یک از مشکلات قیمت گذاری مطرح است ؟

۱. مشکلات قیمت گذاری در بازار فراملیتی
 ۲. مشکلات قیمت گذاری در رابطه با نظام های پولی خارجی
 ۳. مشکلات انتخاب بهترین روش پرداخت در کشورهای در حال توسعه
 ۴. مشکلات اداری و بوروکراسی قیمت گذاری
- ۳۰- در کدام یک از انواع معاملات متقابل، قیمت گذاری بر اساس ترکیبی از پرداخت نقدی و غیر نقدی می باشد ؟
۱. معاملات پایاپای
 ۲. تجارت جبران متقابل
 ۳. خرید متقابل
 ۴. معاملات بای بک

۳۱- مطابق اصول بازاریابی، کانون فعالیت های سازمان، کدام مورد زیر می باشد؟

۱. تجزیه و تحلیل موقعیت
۲. تعیین هدفها
۳. تعیین استراتژی مطلوب
۴. خواسته های مشتریان

۳۲- « تبلیغ شرکت های صادراتی » مربوط به کدام یک از انواع طبقه بندی تبلیغات است ؟

۱. طبقه بندی تبلیغات بر حسب نوع رسانه
۲. طبقه بندی تبلیغات بر حسب موضوع تبلیغات
۳. طبقه بندی تبلیغات بر حسب اشخاص حقیقی یا حقوقی
۴. طبقه بندی بر اساس تعداد مؤسسات تبلیغاتی

۳۳- کدامیک از انواع کانتینرها، در مواردی که باید بارگیری و تخلیه آسان باشد، به کار می روند؟

۱. کانتینرهای حمل فله
۲. کانتینرهای روباز
۳. کانتینرهای بغل دار
۴. کانتینرهای صفحه ای

۳۴- فلسفه پیدایش این نوع خرده فروشی، لزوم صرفه جویی در وقت و انرژی است؟

۱. سوپرمارکتها
۲. مراکز خرید
۳. فروشگاه های ارزان
۴. دستگاه های خودکار

۳۵- کدام یک از انواع تبلیغات بر حسب هدف آن ، در مرحله بلوغ کالا اهمیت بسیاری دارد؟

۱. تبلیغات اطلاعی
۲. تبلیغات ترغیب کننده
۳. تبلیغات مقایسه ای
۴. تبلیغات یادآوری

1218145 - 93-94-2

شماره سوال	پاسخ صحيح	وضعيت گليد
1	د	حذف يا تاثير مثبت
2	الف	عادي
3	د	عادي
4	ج	عادي
5	الف	عادي
6	ب	عادي
7	ج	عادي
8	ب	عادي
9	د	عادي
10	ب	عادي
11	ب	عادي
12	ج	عادي
13	ب	عادي
14	ج	عادي
15	د	حذف يا تاثير مثبت
16	ب	عادي
17	ج	عادي
18	ب	عادي
19	د	عادي
20	الف	عادي
21	ب	عادي
22	الف	عادي
23	ب	عادي
24	د	عادي
25	الف	عادي
26	ب	عادي
27	د	عادي
28	د	عادي
29	د	حذف يا تاثير مثبت
30	ب	عادي
31	د	عادي
32	ب	عادي
33	ج	عادي
34	ب	عادي
35	د	عادي

93-94-1



تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

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

سری سوال: یک ۱

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/کد درس: (مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی (چندبخشی) ۱۲۱۸۰۷۹ - ، مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین الملل
مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی - بازرگانی بین المل ۱۲۱۸۱۴۵

۱- مجموعه ای از ابزارهای مداخله در بازار که به صورت وابسته به هم عمل می کند ، به طوری که تاثیر لازم یا مورد نظر را در بازار می گذارند، چه نام دارد؟

۱. بازاریابی ۲. آمیخته بازار ۳. بازاریابی بین الملل ۴. مدیریت بازاریابی

۲- کدام یک از گزینه های زیر به تفاوت های بازارهای داخلی و بین المللی اشاره دارد ؟

۱. تفاوت های محیطی ۲. تفاوت های ساختاری ۳. تفاوت های سیاسی ۴. تفاوت های فرهنگی

۳- کدام مورد از عناصر مزیت استراتژیک بازاریابی می باشد ؟

۱. روش های موثر بسته بندی ۲. توسعه اقتصادی و صنعتی ۳. افزایش سهم بازار ۴. افزایش بهره وری

۴- از نشانه های آشکار اختلاف در فرهنگ ها کدام است ؟

۱. مذهب ۲. عادات ۳. زبان ۴. تعلیم و تربیت

۵- کدامیک از گزینه های زیر از مهارت های مورد نیاز در مرحله چهارم فرایند مذاکره می باشد؟

۱. تعیین الویت ها و نیازهای رقیب ۲. محک زنی در موضوعات تفاهم و توافق شده ۳. کسب اطلاعات ملموس و غیر ملموس، تنظیم کردن اهداف و استراتژی ها ۴. ارائه برای بررسی و تجدید نظریه به علت تغییر بعضی عوامل

۶- کدام یک از ارکان مذاکرات بازاریابی به شمار می رود ؟

۱. برنامه ریزی ۲. ارتباطات ۳. افراد ۴. سازمان

۷- کدامیک از تاکتیک های زیر لزوما روشی مناسب برای دستیابی یا حفظ نیرو در جهت مذاکره می باشد؟

۱. حمله غافلگیرانه ۲. عبور از موانع با یک پرش ۳. اقدام به حمله ۴. در اختیار گرفتن کنترل دستور جلسه

۸- کدام گزینه نشانه دهنده عمده ترین نقش بازاریاب بین المللی می باشد ؟

۱. آشنایی با فرهنگ های خاص کشور میزبان ۲. ایجاد تقاضا ۳. تغییر ارزشها و سلیقه ها ۴. تغییر فرهنگ مادی کشور میزبان

سری سوال: ۱ یک

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

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/ کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی (چندبخشی) ۱۲۱۸۰۷۹ - ، مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین الملل)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی - بازرگانی بین الملل) ۱۲۱۸۱۴۵

۹- کدام مورد از سیاستهای عمده مرکانتی لیسم ها می باشد؟

۱. تمرکز بر تجارت
۲. ملی گرایی
۳. تمرکز بر ثروت
۴. فزونی واردات بر صادرات

۱۰- کدام یک از گروههای منطقه ای ، فعالترین و شناخته ترین گروهها در بین کشورهای کمتر توسعه یافته می باشد؟

۱. EFTA
۲. NAFTA
۳. ANCOM
۴. ASEAN

۱۱- در کدام مرحله ، صنعت رشد کافی پیدا کرده و عرضه فراوان باعث تغییر الگوی مصرف و افزایش آن شده است ؟

۱. مرحله بلوغ
۲. مرحله تولید انبوه
۳. مرحله جهش
۴. مرحله قبل از جهش

۱۲- کدامیک از گزینه های زیر از ساده ترین نوع سازماندهی اساسی برای یکپارچگی اقتصادی است ؟

۱. منطقه آزاد تجاری
۲. اتحادیه گمرکی
۳. بازارهای مشترک
۴. اتحادیه اقتصادی

۱۳- متداولترین محدودیت وارداتی برای کالاهای خارجی در سیستم بازرگانی بین الملل کدام مورد می باشد ؟

۱. حقوق گمرکی
۲. تعرفه گمرکی
۳. مالیات بر واحد تجاری
۴. سود گمرکی

۱۴- هدف پیمانهای مالیاتی چیست ؟

۱. کاهش نرخ مالیات
۲. ثبات نرخ مالیات
۳. اجتناب از مالیات مضاعف
۴. همسان سازی نرخ مالیات

۱۵- عناصر محیط سیاسی بازاریابی بین الملل شامل کدام مورد می باشد ؟

۱. عوامل اجتماعی
۲. عوامل فرهنگی
۳. عوامل بین المللی
۴. ایدئولوژی اقتصادی و سیاسی

۱۶- سازمانهای یاتا و ایکائو به ترتیب از چپ به راست شامل چند عضو می باشد؟

۱. ۸۰-۱۲۸
۲. ۹۰-۱۲۷
۳. ۹۰-۱۲۸
۴. ۸۰-۱۲۷

۱۷- عمل فروش کالاها تحت یک قیمت پایینتر در بازارهای خارجی نسبت به بازارهای داخلی را چه می گویند؟

۱. IMF
۲. ITU
۳. ILO
۴. دامپینگ

۱۸- تعیین بازار فروش و امکان دستیابی به سهم پیش بینی شده بازار تعریف کدام مورد است؟

۱. استراتژی بازاریابی
۲. مدیریت بازار
۳. مدیریت بازاریابی
۴. برنامه ریزی بازاریابی

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

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی (چندبخشی) ۱۲۱۸۰۷۹ - ، مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین الملل)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی - بازرگانی بین الملل) ۱۲۱۸۱۴۵

۱۹- گام سوم و مهم در سیستم اطلاعات بازاریابی به کدام مورد اشاره دارد؟

۱. جمع آوری اطلاعات بازاریابی
۲. شناخت اطلاعات مورد نیاز سیستم
۳. پردازش اطلاعات جمع آوری شده
۴. اجرای دقیق عملیات بازاریابی

۲۰- در کدام روش جمع آوری اطلاعات، جستجوی نسبتاً محدود برای اطلاعات خاص و به صورت غیر رسمی انجام می شود؟

۱. تحقیق
۲. تجسس
۳. راهنمایی
۴. نظاره گری

۲۱- از نظر استراتژی "لورچ و گوگل" در این حالت شرکت دارای کیفیت تولید بالا و در عین پوشش منطقه ای و عدم تمرکز جغرافیایی بالا می باشد؟

۱. وضعیت برتر
۲. وضعیت با برتری تولید
۳. وضعیت با برتری موقعیت جغرافیایی
۴. حالت ضعیف

۲۲- پرستیژ (وضعیت اجتماعی) شرکت در زمره کدام عوامل موثر در شکل گیری استراتژی بازاریابی هستند؟

۱. عوامل بازار
۲. عوامل جغرافیایی
۳. عوامل شرکت
۴. عوامل رقابتی

۲۳- شرکتهای مدیریت صادرات جزو کدام یک از دسته بندیهای استراتژیهای ورود به بازار است؟

۱. صادرات غیر مستقیم
۲. صادرات مستقیم
۳. مشارکت مستقیم
۴. سرمایه گذاری غیر مستقیم

۲۴- سرمایه گذاری خارجی در کشور ایران حداکثر چند درصد می تواند باشد؟

۱. ۰/۰۴۸
۲. ۰/۰۵۵
۳. ۰/۰۲۵
۴. ۰/۰۴۹

۲۵- اهمیت کم رقبا، سود ناچیز، قیمت پایین، هزینه های بالا و توزیع گلچین شده از مشخصات کدام یک از مراحل سیکل عمر کالا است؟

۱. معرفی
۲. نزول
۳. بلوغ
۴. رشد

۲۶- چه عاملی نوع بسته بندی کالاهای صنعتی را بیشتر تحت تاثیر قرار می دهد؟

۱. عوامل اقتصادی
۲. عوامل بازار
۳. عوامل فرهنگی
۴. عوامل اجتماعی

۲۷- کدامیک از گزینه های زیرمهمترین عنصر برنامه بازاریابی می باشد.

۱. تولید
۲. خدمات
۳. محصول
۴. نوآوری

سری سوال: ۱ یک

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

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی (چندبخشی) ۱۲۱۸۰۷۹ - ، مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین الملل)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی - بازرگانی بین الملل) ۱۲۱۸۱۴۵

۲۸- محصولات که دارای تکنولوژی پیشرفته هستند ، معمولاً به چه صورتی به بازار عرضه می گردند ؟

۱. به صورت یکنواخت
۲. به صورت استاندارد
۳. به صورت غیر یکنواخت
۴. به صورت انبوه

۲۹- کانل تولیدکننده - کارگزار - استفاده کننده در چه مواردی کاربرد دارد ؟

۱. برای دستیابی به خرده فروشهای کوچک
۲. برای معاملات محصولات صنعتی
۳. برای توزیع محصولات مصرفی
۴. برای شرکتهای فاقد بخش فروش

۳۰- کدام نوع خرده فروشی از مزیت خرید کلان برخوردار است و از انبارها و حمل و نقل مشترک استفاده می کند ؟

۱. سوپر مارکتها
۲. فروشگاههای ارزان
۳. فروشگاههای بزرگ
۴. فروشگاههای زنجیره ای

۳۱- برای حمل مایعاتی نظیر آب میوه و روغن نباتی از چه نوع کانتینری استفاده می شود ؟

۱. کانتینرهای خشک
۲. کانتینرهای یخچال دار
۳. کانتینرهای تانکر مانند
۴. کانتینرهای بغل دار

۳۲- شرط مهم در قرارداد های توزیع کدام است ؟

۱. ثبات
۲. تعهد
۳. تطبیق با الزامات
۴. امکان ابطال قرارداد

۳۳- مهمترین و حساسترین قسمت هر آگهی چیست ؟

۱. هدف
۲. جذابیت
۳. عنوان
۴. صداقت

۳۴- هر نوع تبلیغ غیر شخصی درباره اندیشه ها ، کالاها یا خدماتی که بابت آن تبلیغ پولی پرداخت شود را چه می نامند ؟

۱. آگهی
۲. تبلیغات تجاری
۳. بروشور
۴. تراکت

۳۵- خدمات بعد از فروش در کدام دسته عوامل موثر بر قیمت گذاری قرار می گیرد ؟

۱. عوامل شرکت و تولید
۲. عوامل بازار
۳. عوامل محیطی
۴. عوامل ساختاری

۳۶- در ماتریس BCG حالتی که نرخ رشد بازار بالا ولی سهم بازار پایین است

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

سری سوال: ۱ یک

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

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/ کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی (چندبخشی) ۱۲۱۸۰۷۹ - ، مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین الملل)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی - بازرگانی بین المل) ۱۲۱۸۱۴۵

۳۷- در کدام نوع از روشهای قیمت گذاری ، کالا با قیمت نازلتر را نزد کالای با قیمت بالاتر از همان مارک یا مارک رقیب می گذارند ؟

۱. روش قیمت گذاری متفاوت
۲. روش قیمت گذاری روانی
۳. روش قیمت گذاری بر اساس توزیع
۴. روش قیمت گذاری بر اساس هزینه

۳۸- براساس کدام روش قیمت گذاری، قیمت تنظیم شده در فاکتور عبارتست از اصل بها کالا و هزینه حمل مربوط تا کنار وسیله نقلیه .

۱. قیمت بر اساس فوب
۲. قیمت بر اساس اف - ا - اس
۳. قیمت بر اساس CIF
۴. قیمت بر اساس C & F

۳۹- تحلیل SWOT مربوط به کدام مرحله از فرآیند برنامه ریزی استراتژیک می باشد ؟

۱. ایجاد استراتژی بازاریابی
۲. هدف گذاری در بازاریابی
۳. مشاهده نتایج
۴. ارائه تحلیل موقعیت

۴۰- این نوع ساختار ترکیبی از ساختار سازمانی بر مبنای محصول و ساختار سازمانی بر مبنای ناحیه می باشد .

۱. ساختار ماتریسی
۲. ساختار بر مبنای وظیفه
۳. ساختار ترکیبی
۴. ساختار بر مبنای مشتری

1218145 - 93-94-1

شماره سوال	پاسخ صحيح	وضعيت کليد
1	ب	عادي
2	الف، د	عادي
3	الف، د	عادي
4	ج	عادي
5	ب	عادي
6	ج	عادي
7	ب	عادي
8	د	عادي
9	ب	عادي
10	ج	عادي
11	الف	عادي
12	الف	عادي
13	ب	عادي
14	ج	عادي
15	د	عادي
16	ج	عادي
17	د	عادي
18	د	عادي
19	ج	عادي
20	ب	عادي
21	الف	عادي
22	ج	عادي
23	الف	عادي
24	د	عادي
25	الف	عادي
26	الف	عادي
27	ج	عادي
28	الف	عادي
29	د	عادي
30	د	عادي
31	ج	عادي
32	د	عادي
33	ج	عادي
34	الف	عادي
35	ب	عادي
36	ج	عادي
37	ب	عادي
38	ب	عادي
39	د	عادي
40	الف	عادي

92-93-3



سری سوال: یک ۱

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

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی (چندبخشی) ۱۲۱۸۰۷۹ - ، مدیریت بازرگانی (بازاریابی - بازرگانی بین المل، مدیریت بازرگانی بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین المل)، مدیریت بازرگانی (۱۲۱۸۱۴۵)

۱- کدام یک از گزینه های زیر به تعریف بازاریابی اشاره دارد؟

۱. تسخیر بازار قابل تصرف
۲. یافتن جایگاه مناسب در بازار
۳. شناخت فراگردهای مبادله
۴. به کارگیری ابزارهای مداخله در بازار

۲- کدام یک از گزینه های زیر به تفاوت های بازارهای داخلی و بین المللی اشاره دارد؟

۱. تکنیک های رهبری
۲. تفاوت های فردی
۳. تفاوت های محیطی
۴. بازاریابی محلی

۳- کدام گزینه زیر از عوامل فرهنگی در محیط بازاریابی بین الملل به شمار می روند؟

۱. اعتقادات - زبان
۲. زبان - ثبات سیاسی
۳. توسعه اقتصادی - ثبات سیاسی
۴. توسعه صنعتی - زبان

۴- کدام گزینه زیر در مورد تاثیر تعالیم مذهبی بر تجارت و بازاریابی صحیح است؟

۱. شکل دادن عادت ها و ارزش ها به طور مستقیم
۲. شکل دادن عادت ها به طور مستقیم و ارزش ها به طور غیر مستقیم
۳. شکل دادن عادت ها و ارزش ها به طور یکباره
۴. دیکته شدن باید ها و نبایدها توسط مذهب به طور مستقیم

۵- تاثیر استاندارد کردن فعالیت های بازاریابی بر هزینه های بسته بندی و تبلیغات کدام است؟

۱. افزایش - افزایش
۲. افزایش - کاهش
۳. کاهش - افزایش
۴. کاهش - کاهش

۶- مهارت ارائه برای بررسی و تجدید نظر به علت تغییر بعضی عوامل مربوط به کدام یک از مراحل مذاکره در بازاریابی بین الملل به شمار می رود؟

۱. پیش مذاکره
۲. مذاکره گسترده
۳. مذاکره تلفیقی
۴. پس مذاکره

۷- کدام گزینه زیر، از عوامل اصلی مبادله افکار و به تعبیری کلید ورود به فرهنگ هاست؟

۱. زبان
۲. رسانه
۳. مذهب
۴. هنر

۸- جایگزین کردن همبستگی و تعهد گسترده به جای رقابت های قبیله ای و منطقه ای از فواید کدام یک از سیاست های مرکانتی لیست ها محسوب می شود؟

۱. ملی گرایی
۲. تمرکز طلا
۳. تمرکز نقره
۴. تراز مطلوب تجاری

سری سوال: ۱ یک

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

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی (چندبخشی) ۱۲۱۸۰۷۹ - ، مدیریت بازرگانی (بازاریابی - بازرگانی بین المل، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین المل)، مدیریت بازرگانی ۱۲۱۸۱۴۵

۹- آدام اسمیت اساس مزیت را چه چیزی قلمداد می کند؟

۱. مکان ۲. قیمت ۳. رسانه ۴. تخصص

۱۰- "بسیاری از کالاها، دوره های تجاری را سیر می کنند که طی آن یک کشور در ابتدای امر تنها صادرکننده کالایی خاص می باشد، سپس بازارهای صادراتی خود را از دست می دهد و در نهایت به واردکننده ی همان کالا مبدل می شود". عبارت مذکور به کدام یک از نظریات زیر اشاره دارد؟

۱. مزیت نسبی ۲. دوره زندگی کالا ۳. مزیت مطلق ۴. مزیت رقابتی

۱۱- چنانچه تولیدکننده ای بازار خود را از طریق کنترل ارز از دست بدهد، راه حل چیست؟

۱. کاهش هزینه ۲. تولید به موقع ۳. افزایش تبلیغات ۴. تولید داخلی

۱۲- کدام یک از تشکل های زیر، عضو گروه مناطق آزاد تجاری محسوب می شوند؟

۱. آسه آن (AFTA) - انجمن مشترک آمریکایی لاتین (LAIA)
۲. اتحادیه کارائیب (CARICOM) - انجمن تجارت آزاد اروپا (EFTA)
۳. بازارمشترک آند (ANCOM) - اتحادیه کارائیب (CARICOM)
۴. سازمان همکاری های اقتصادی (ECO) - اتحادیه اقتصادی اروپا (EEC)

۱۳- کدام یک از مراحل توسعه اقتصادی از نظر روستو بیان گر ایجاد اولین تغییرات در نحوه تولید و بسته شدن نطفه صنعت است؟

۱. جامعه سنتی ۲. قبل از جهش ۳. جهش ۴. بلوغ

۱۴- این عبارت به کدام یک از گزینه های زیر اشاره دارد؟

«عقیده ای است در میان افراد یک ملت، که آنها متفاوت یا بهتر از افراد ملل دیگر هستند»

۱. ناسیونالیزم ۲. سکولاریزم ۳. سوسیالیزم ۴. کاپیتالیزم

۱۵- مخفف «همکاری داخلی فروش بین المللی» کدام گزینه است؟

۱. WTO ۲. FCN ۳. WHTC ۴. DISC

۱۶- کدام یک از قوانین زیر در محیط بین الملل، مختص هر کشور است؟

۱. قانون عرف ۲. قانون عمومی ۳. قانون کد ۴. قانون سنت

سری سوال: ۱ یک

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

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی (چندبخشی) ۱۲۱۸۰۷۹ - ، مدیریت بازرگانی (بازاریابی - بازرگانی بین المل، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین المل)، مدیریت بازرگانی ۱۲۱۸۱۴۵

۱۷- کدام گزینه در رابطه با دلجویی و میانجی گری برای رفع منازعات تجاری بین المللی صحیح است؟

۱. تلاش غیررسمی هستند که طرفین را به توافق می رسانند.
۲. تلاش غیررسمی هستند که طرفین را به رقابت وا می دارد.
۳. تلاش رسمی هستند که طرفین را به توافق می رسانند.
۴. تلاش علمی هستند که طرفین را به تحقیق و جستجو وا می دارد.

۱۸- کدام یک از اتحادیه های زیر به منظور، بررسی تکنولوژی مدرن و جدید ارتباطی اعضاء طرح ریزی شدند؟

۱. IMF ۲. ITU, Intelsat ۳. EU ۴. MERCOUR

۱۹- مهم ترین عنصر تشکیل دهنده تحقیق در هر زمینه کدام است؟

۱. تصمیم ۲. ارتباطات ۳. راه حل ۴. اطلاعات

۲۰- کدام نوع از اطلاعات زیر در صحنه بین الملل، بر اساس مقررات و قوانین یک کشور اعم از کشور مبدا و مقصد به وجود می آید؟

۱. اطلاعات عمومی ۲. اطلاعات دستوری ۳. اطلاعات منابع ۴. اطلاعات مربوط به بازار

۲۱- در تکنیک رگریسون برای پردازش اطلاعات جمع آوری شده، اگر حدود تغییرات (ضریب همبستگی) بین ۲ درصد تا ۴ درصد باشد، میزان ارتباط بین دو متغیر چقدر است؟

۱. ضعیف ۲. متوسط ۳. زیاد ۴. بسیار زیاد

۲۲- کدام یک از چهار حالت توسعه جغرافیایی شرکت و کیفیت تولید از عوامل موثر جغرافیایی در شکل گیری استراتژی بازاریابی در بازارهای بین الملل که توسط «لورچ و گوگل» انجام شده است، شرکت با توسعه کیفیت تولید می تواند به موقعیت دوم رسیده و سپس وضعیت جغرافیایی بازار را نیز بهبود ببخشد؟

۱. وضعیت برتر ۲. وضعیت با برتری تولید ۳. وضعیت با برتری موقعیت جغرافیایی ۴. حالت ضعیف

۲۳- قرارداد مدیریت ، توزیع کنندگان و فرانشیز جزء کدام یک از استراتژی های ورود به بازار جهانی محسوب می شود؟

۱. صادرات مستقیم ۲. صادرات غیرمستقیم ۳. تولید در خارج از کشور ۴. بازاریابی مستقیم

سری سوال: ۱ یک

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

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی (چندبخشی) ۱۲۱۸۰۷۹ - ، مدیریت بازرگانی (بازاریابی - بازرگانی بین المل، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین المل)، مدیریت بازرگانی ۱۲۱۸۱۴۵

۲۴- دو طریق سرمایه گذاری بر اساس مالکیت کامل کدامند؟

۱. خرید یک شرکت داخلی - نگهداری شرکت قبلی
۲. خرید یک شرکت خارجی - ساخت یک شرکت جدید
۳. خرید یک شرکت خارجی - مونتاژ
۴. مونتاژ - خرید یک شرکت داخلی

۲۵- مهم ترین عنصر برنامه بازاریابی کدام است؟

۱. ترفیع
۲. محصول
۳. قیمت
۴. توزیع

۲۶- بر طبق سیکل عمر کالا، وقتی کالا در مرحله معرفی و نزول است، کدام گزینه زیر بیان گر استراتژی متغیر قیمت در دو مرحله مذکور است؟

۱. پائین - پائین
۲. پائین - بالا
۳. بالا - پائین
۴. بالا - بالا

۲۷- اثر تکنولوژی یکی از دلایل استراتژی تولید کالا در بازاریابی بین المللی است. بر این اساس هر چه تکنولوژی پیشرفته تر باشد، چه تاثیری بر تغییر می گذارد؟

۱. تغییر جزئی تر خواهد بود.
۲. تغییر پراکنده تر خواهد بود.
۳. تغییر کلی تر خواهد بود.
۴. هیچ تاثیری بر تغییر ندارد.

۲۸- بسته بندی مناسب برای حمل برنج کدام است؟

۱. جعبه های فلزی
۲. کیسه های کنفی
۳. کیسه های نایلونی
۴. جعبه های کائوچویی

۲۹- چه زمانی یک زبان بودن بر چسب کالا، مطلوب است؟

۱. کالا دارای تصویر محلی عام باشد.
۲. کالا دارای تصویر ملی عام باشد.
۳. کالا دارای تصویر ملی ویژه ای باشد.
۴. کالا دارای تصویر محلی ویژه ای باشد.

۳۰- اصطلاح فوب (FOB) مختص کدام نوع حمل است؟

۱. دریایی
۲. زمینی
۳. هوایی
۴. راه آهن

۳۱- از عمده دلایل موفقیت شرکت در مدیریت کانال های توزیع کدام است؟

۱. قرارداد - اطلاعات - ایجاد انگیزه - تحقیق
۲. قرارداد - انتخاب - کنترل - اطلاعات
۳. تحقیقات - اطلاعات - ایجاد انگیزه - کنترل
۴. انتخاب - قرارداد - ایجاد انگیزه - کنترل

سری سوال: ۱ یک

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

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/ کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی (چندبخشی) ۱۲۱۸۰۷۹ - ، مدیریت بازرگانی (بازاریابی - بازرگانی بین المل، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین المل)، مدیریت بازرگانی ۱۲۱۸۱۴۵

۳۲- کدام کانال توزیع زیر به فروش خانه به خانه و فروش میوه در کنار جالیز و داخل باغ ها اشاره دارد؟

۱. تولیدکننده ← توزیع کننده ← مصرف کننده
۲. تولیدکننده ← کارگزار ← استفاده کننده
۳. تولیدکننده ← مصرف کننده
۴. تولیدکننده ← خرده فروش ← مصرف کننده

۳۳- کدام روش توزیع از نقطه نظر بازار مصرف به منظور سهولت دسترسی خریدار استفاده می شود؟

۱. توزیع وسیع
۲. توزیع انحصاری
۳. توزیع برگزیده
۴. توزیع رقابتی

۳۴- انتقال فیزیکی کالا در مکان و زمان مناسب و مطابق با نیازها و سلیقه های مشتری به کدام یک از اصطلاحات زیر در بازاریابی بین المللی اشاره دارد؟

۱. سفارش
۲. لجستیک
۳. فرنیچر
۴. مارک

۳۵- کدام نوع تبلیغات بر اساس هدف، در مرحله بلوغ کالا اهمیت بسیاری دارد؟

۱. تبلیغات اطلاعی
۲. تبلیغات ترغیب کننده
۳. تبلیغات یادآوری
۴. تبلیغات انحصاری

۳۶- اجزاء آگهی کدامند؟

۱. نتیجه ، تصویر و عنوان
۲. عنوان ، ختام و نتیجه
۳. متن، عنوان و ختام
۴. عنوان، هدف و فلسفه

۳۷- در کدام یک از حالت ماتریس BCG، شرکت دارای سهم بازار بالا ولی نرخ رشد بازار پائین است؟

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

۳۸- وارد نمودن کالایی به بازار کشور دیگر و فروش آن به بهایی کمتر از ارزش عادی آن به کدام یک از روش های قیمت گذاری زیر اشاره دارد؟

۱. روش قیمت گذاری بر اساس دامپینگ
۲. روش قیمت گذاری بر اساس توزیع
۳. روش قیمت گذاری روانی
۴. روش قیمت گذاری متفاوت

سری سوال: ۱ یک

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

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی (چندبخشی) ۱۲۱۸۰۷۹ - ، مدیریت بازرگانی (بازاریابی - بازرگانی بین المل، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین المل)، مدیریت بازرگانی ۱۲۱۸۱۴۵

۳۹- در چه شرایطی می توان از ساختار وظیفه ای استفاده کرد؟

۱. حجم تولیدات گسترده بوده و دانش فنی ، علم و تکنولوژی زمینه ساز تولید ویژه می باشد.
۲. حجم تولیدات محدود بوده به طوری که تصمیم به صادرات تولید به بخش خاصی وجود داشته باشد.
۳. حجم تولیدات گسترده بوده به طوری که تصمیم به واردات تولید خارجی به بخش خاصی وجود داشته باشد.
۴. حجم تولیدات محدود بوده به طوری که تصمیم به صادرات تولید به بخش خاصی وجود نداشته باشد.

۴۰- مقایسه عملکرد واقعی شرکت یا تولید با عملکرد برنامه ریزی شده در فاصله زمانی مشخص بیان گر کدام مرحله فرایند برنامه ریزی استراتژیک است؟

۱. ارائه تحلیل موقعیت
۲. تاسیس واحد استراتژیک
۳. ماموریت سازمانی
۴. مشاهده نتایج

1218145 - 92-93-3

شماره سوال	پاسخ صحيح	وضعيت كليد
1	ب	عادي
2	ج	عادي
3	الف	عادي
4	د	عادي
5	د	عادي
6	د	عادي
7	الف	عادي
8	الف	عادي
9	د	عادي
10	ب	عادي
11	د	عادي
12	الف	عادي
13	ب	عادي
14	الف	عادي
15	د	عادي
16	ج	عادي
17	الف	عادي
18	ب	عادي
19	د	عادي
20	ب	عادي
21	الف	عادي
22	د	عادي
23	الف	عادي
24	ب	عادي
25	ب	عادي
26	الف	عادي
27	الف	عادي
28	ب	عادي
29	ج	عادي
30	الف	عادي
31	د	عادي
32	د	عادي
33	الف	عادي
34	ب	عادي
35	ج	عادي
36	ج	عادي
37	ج	عادي
38	الف	عادي
39	ب	عادي
40	د	عادي

92-93-1



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

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی (چندبخشی) ۱۲۱۸۰۷۹ - ، مدیریت بازرگانی (بازاریابی - بازرگانی بین المل، مدیریت بازرگانی بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین المل)، مدیریت بازرگانی (۱۲۱۸۱۴۵)

۱- در کدام یک از موارد زیر به منظور استفاده از امکانات، کشورهای دارای فرهنگ، زبان، آداب و رسوم، درآمد و صنعت نسبتاً مشابه، در یک گروه قرار می گیرند؟

۱. بازاریابی داخلی ۲. بازاریابی تطبیقی ۳. بازاریابی بین المللی ۴. بازاریابی مقطعی

۲- کدام یک از گزینه های زیر بیانگر تفاوت عمده بازاریابی داخلی و بازاریابی بین المللی است؟

۱. میزان درآمدهای جوامع ۲. تفاوت های فرهنگی ۳. محیط بازاریابی ۴. تکنیک های بازاریابی

۳- مدیران بازاریابی، اطلاعات مربوط به فرهنگ مادی را بیشتر از کدام طریق به دست می آورند؟

۱. تجزیه و تحلیل ۲. زبان ۳. علم و دانش ۴. تجربیات بین المللی

۴- کدام یک از گزینه های زیر علاوه بر اینکه موجب صرفه جویی در هزینه های بسته بندی و تبلیغات می گردد، به شرکت نیز این امکان را می دهد که در اذهان مشتریان، در کشورهای مختلف جهان تصویر واحد و یکسانی ایجاد نماید؟

۱. استاندارد کردن طرح کالا ۲. ایجاد ارتباطات خاص با مشتری ۳. استفاده از فنون تجاری ۴. استاندارد کردن فعالیت های بازاریابی

۵- کدام گزینه زیر از ارکان مذاکرات بازاریابی می باشد؟

۱. مصمم ساختن ۲. اطلاعات ۳. انجام عمل خرید ۴. برتر دانستن

۶- در این مرحله از مراحل مذاکره، حرکت به سمت یک توافقنامه از طریق حل مسائل صورت می گیرد؟

۱. مذاکره تلفیقی ۲. مذاکره گسترده ۳. مذاکره ملایم ۴. پیش مذاکره

۷- نظریه مزیت نسبی توسط کدام یک از افراد زیر مطرح شده است؟

۱. اسمیت ۲. الین ۳. ریکاردو ۴. دراکر

۸- بر اساس نظریه دوره زندگی کالا و تجارت بین الملل، مرحله چهارم دوره تجارت و تولید در کدام یک از گزینه های زیر بیان شده است؟

۱. قدرت صادراتی ۲. آغاز تولیدات خارجی ۳. آغاز رقابت وارداتی ۴. آغاز تولیدات داخلی

۹- حجم صادرات جهانی در چه سالی برابر با یک تریلیون دلار بود؟

۱. ۱۹۶۸ ۲. ۱۹۷۶ ۳. ۱۹۸۶ ۴. ۱۹۸۹

سری سوال: ۱ یک

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

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی (چندبخشی) ۱۲۱۸۰۷۹ - ، مدیریت بازرگانی (بازاریابی - بازرگانی بین المل، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین المل)، مدیریت بازرگانی ۱۲۱۸۱۴۵

۱۰- منبع اصلی اطلاعات برای بانک های خارجی و سایر کشورها و تصمیم گیران دولتی کدام یک می باشد؟

۱. تراز پرداخت ها ۲. حساب رسمی خزانه ۳. حساب جاری ۴. حساب سرمایه

۱۱- کدام یک به اقدامات و قوانین دولتی در خصوص تجارت خارجی اشاره دارد؟

۱. حمایت از صنایع نوپا ۲. تعرفه های گمرکی ۳. ملاحظات سیاسی ۴. خط مشی بازرگانی

۱۲- کدام یک از گزینه های زیر برای انتخاب یک کشور به عنوان بازار هدف، اهمیت به سزایی برای بازاریابان بین المللی دارد؟

۱. میزان صادرات یک کشور ۲. سرمایه گذاری خارجی

۳. میزان فعالیتهای اقتصادی یک کشور ۴. سودآوری

۱۳- اکثر دولت ها از کدام عامل زیر جهت تنظیم فعالیت های اقتصادی خود استفاده می کنند؟

۱. قدرت مالیاتی ۲. افزایش واردات

۳. تجارت جهانی ۴. همکاری های بین المللی

۱۴- هدف پیمان های مالیاتی کدام است؟

۱. افزایش نرخ مالیات

۳. ثبات نرخ مالیات

۲. کاهش نرخ مالیات

۴. اجتناب از مالیات مضاعف

۱۵- ایجاد استانداردهای جهانی برای تجهیزات هواپیمایی و مسافرتهاى هوایی بین المللی از وظایف اصلی کدام یک از سازمان های زیر است؟

۱. آی - تی - یو ۲. ایکائو ۳. یاتا ۴. ISO

۱۶- کدام یک از گزینه های زیر، اولین مشکل در تحقیقات بازاریابی بین المللی به شمار می آید؟

۱. کمبود زمان و شناخت بازارهای جهانی ۲. کمبود دانش و شناخت بازارهای جهانی

۳. کمبود زمان و شناخت بازارهای داخلی ۴. کمبود دانش و شناخت بازارهای داخلی

۱۷- مرحله اول در برنامه ریزی فروش عبارت است از :

۱. جمع آوری اطلاعات بازاریابی

۲. داشتن اطلاعات کامل از اوضاع بازار

۳. تعیین بازار هدف

۴. شناخت اطلاعات مورد نیاز MIS

سری سوال: ۱ یک

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

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی (چندبخشی) ۱۲۱۸۰۷۹ - ، مدیریت بازرگانی (بازاریابی - بازرگانی بین المل، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین المل)، مدیریت بازرگانی ۱۲۱۸۱۴۵

۱۸- گام سوم و مهم در MIS عبارت است از :

۱. تعیین بازار فروش و هدف خارجی
۲. پردازش اطلاعات جمع آوری شده
۳. تنظیم یک سیستم منظم جمع آوری اطلاعات
۴. جمع آوری اطلاعات از طریق نظارت برای بازاریابی

۱۹- در کدام یک از روش های زیر، اثرات متغیر مستقل بر متغیر وابسته مطالعه می شود؟

۱. تجزیه و تحلیل رگرسیون
 ۲. تکنیک حداقل مجذورات
 ۳. تجزیه و تحلیل مقایسه ای
 ۴. سری های زمانی
- ۲۰- در این حالت شرکت دارای کیفیت تولید بالا و در عین حال پوشش منطقه ای و عدم تمرکز جغرافیایی بالا می باشد؟
۱. حالت ضعیف
 ۲. وضعیت با برتری موقعیت جغرافیایی
 ۳. وضعیت با برتری تولید
 ۴. وضعیت برتر

۲۱- کدام گزینه زیر بر شکل گیری استراتژی بازاریابی بین المللی اثر می گذارد؟

۱. عامل فرهنگی
۲. عامل بازار
۳. عامل سیاسی
۴. عامل اقتصادی

۲۲- سنتی ترین راه ورود به بازار بین المللی عبارت است از :

۱. تبلیغات
۲. استفاده از آژانس های بازرگانی
۳. صادر کردن کالا
۴. فرانشیز

۲۳- از کدام یک از روش های زیر می توان برای کاهش معایب روش اعطای مجوز تولید استفاده کرد؟

۱. اعطای امتیاز به شرکت های درجه دوم
۲. نامحدود کردن محصول و ناحیه فروش آن
۳. ثبت علائم تجاری، حق نشر و حق اختراع محصول به نام امتیاز گیرنده
۴. اعطای امتیاز به شرکت های درجه اول

۲۴- کدام یک از گزینه های زیر از عوامل تشویق استراتژی غیر یکسان نمودن تولید کالا می باشد؟

۱. تحریک مصرف کننده
۲. آزمایش بازار
۳. درجه سواد و بی سواد
۴. تولید و عرضه کالا در بازار

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

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/ کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی (چندبخشی) ۱۲۱۸۰۷۹ - ، مدیریت بازرگانی (بازاریابی - بازرگانی بین المل، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین المل)، مدیریت بازرگانی ۱۲۱۸۱۴۵

۲۵- کدام یک از عوامل مؤثر در تغییر کالا در بازارهای مختلف می باشد؟

۱. مسائل فنی
۲. سلیقه مشتری
۳. شرایط استفاده مختلف
۴. نقش دولت ها

۲۶- هنگامی که یک سازمان با یک کالا وارد بازار می شود به گزینش کدام یک از استراتژی های زیر اقدام می کند؟

۱. تخصیص
۲. محصول
۳. صادرات
۴. تفکیکی

۲۷- رابرت آریس (شیمی دان) چه تعداد علامت تجاری را طی یک پیمان نامه در ماناکو به ثبت رسانید؟

۱. ۳۳۰
۲. ۳۰۰
۳. ۲۶۰
۴. ۲۳۰

۲۸- کدام یک از گزینه های زیر، یکی از انواع روش های توزیع بر اساس بازار مصرف می باشد؟

۱. توزیع انحصاری
۲. توزیع خدمات
۳. توزیع مصرفی
۴. توزیع صنعتی

۲۹- زبان، مقرات دولتی و اطلاعات مصرف کننده جزء مهم ترین عوامل کدام یک از گزینه های زیر است؟

۱. اندازه بسته
۲. انتخاب مارک
۳. برچسب زنی
۴. نوع بسته

۳۰- جهت ایجاد یک واحد خرده فروشی به کدام یک از عوامل زیر باید دقت کرد؟

۱. عوامل بازدارنده
۲. ارائه خدمات بعد از فروش
۳. دادن ضمانت های مربوط به کالا
۴. حجم تولید

۳۱- کدام نوع تبلیغات در مرحله بلوغ کالا اهمیت بسیاری دارد و منظور از آن این است که مصرف کننده را به تفکر در مورد کالا وادار می کند و کالا را در ذهن مصرف کننده زنده نگه می دارد؟

۱. تبلیغات اطلاعی
۲. تبلیغات یادآوری
۳. تبلیغات احتیاطی
۴. تبلیغات ترغیب کننده

۳۲- شعارهای تبلیغاتی به چه منظوری طرح می شوند؟

۱. تحرک پذیری
۲. اختصاصی بودن
۳. تکرار دائمی
۴. بالا بردن سطح فروش

۳۳- این نوع بازار برای اولین بار توسط اقتصاد دان انگلیسی به نام چمبردن مطرح شد؟

۱. بازار رقابت خالص
۲. انحصار خالص
۳. بازار چند قطبی
۴. رقابت انحصاری

۳۴- بر اساس ماتریس BCG، در کدام حالت کالا در مرحله رشد بوده و شرکت به منابع مالی برای توسعه کالا نیاز دارد؟

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

سری سوال: ۱ یک

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

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی (چندبخشی) ۱۲۱۸۰۷۹ - ، مدیریت بازرگانی (بازاریابی - بازرگانی بین المل، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین المل)، مدیریت بازرگانی ۱۲۱۸۱۴۵

۳۵- در کدام یک از روشهای قیمت گذاری بر اساس توزیع، قیمت تنظیم شده در فاکتور عبارت است از بهاء کالا، حق بیمه و هزینه حمل کالا تا مقصد تعیین شده توسط خریدار می باشد؟

۱. قیمت بر اساس CIF
۲. قیمت بر اساس C&F
۳. قیمت بر اساس فوب
۴. قیمت بر اساس اف - ا - اس

۳۶- کدام یک از تعاریف دامپینگ توسط پروفیسور ژاکوب بیان شده است؟

۱. فروش کالا در خارج از کشور به قیمتی کمتر از بهای فروش آن در بازار داخلی.
۲. تعیین قیمت های متفاوت برای یک کالا از طرف تولید کننده در بازارهای مختلف جهان
۳. دامپینگ عبارت است از وجود قیمت های چندگانه در بازار
۴. فروش کالا در بازار خارجی به قیمتی کمتر از قیمت تمام شده.

۳۷- با توجه به دسته بندی معاملات متقابل، در این نوع معاملات، قیمت گذاری بر اساس ترکیبی از پرداخت نقدی و غیر نقدی می باشد؟

۱. معاملات بای بک
۲. خرید متقابل
۳. معاملات پایاپای
۴. تجارت جبران متقابل

۳۸- کدام نوع دامپینگ زیر به منظور ورود به یک بازار تازه و یا به منظور حفظ اعتلای موقعیت موجود، افزایش سطح اشتغال، تحصیل ارز و حصول سلطه های اقتصادی و سیاسی اعمال می شود؟

۱. دامپینگ وارونه
۲. دامپینگ تناوبی
۳. دامپینگ اتفاقی
۴. دامپینگ مستمر

۳۹- کدام یک از گزینه های زیر هسته اصلی سازماندهی را تشکیل می دهد؟

۱. آرمان های مورد نظر شرکت
۲. رسالت سازمان
۳. تعیین ساختار سازمانی
۴. امکانات و منابع مالی شرکت

۴۰- بسیاری از شرکت های بین المللی برای تسهیل سازماندهی، برنامه ریزی و کنترل فعالیت های بین المللی از این ساختار استفاده می کنند؟

۱. ساختار سازمانی بر مبنای وظیفه
۲. ساختار سازمانی ماتریسی
۳. ساختار سازمانی ترکیبی
۴. ساختار سازمانی بر مبنای ناحیه

1218145 - 92-93-1

شماره سوال	پاسخ صحيح	وضعيت کليد
1	ب	عادي
2	ج	عادي
3	الف	عادي
4	د	عادي
5	ب	عادي
6	الف	عادي
7	ج	عادي
8	ج	عادي
9	ب	عادي
10	الف	عادي
11	د	عادي
12	ج	عادي
13	الف	عادي
14	د	عادي
15	ب	عادي
16	ب	عادي
17	ج	عادي
18	ج	عادي
19	الف	عادي
20	د	عادي
21	ب	عادي
22	ج	عادي
23	الف	عادي
24	ج	عادي
25	د	عادي
26	ب	عادي
27	الف	عادي
28	الف	عادي
29	ج	عادي
30	الف	عادي
31	ب	عادي
32	ج	عادي
33	د	عادي
34	الف	عادي
35	الف	عادي
36	ب	عادي
37	د	عادي
38	ج	عادي
39	ج	عادي
40	ب	عادي

91-92-3



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

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/ کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی (چندبخشی) ۱۲۱۸۰۷۹ - مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین الملل)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی) ۱۲۱۸۱۴۵

۱- فرآیندی که به وسیله آن ساختار تقاضای محصولات و خدمات پیش بینی و برآورد می گردد و یا گسترش می یابد، چیست؟

۱. بازار

۲. بازاریابی بین المللی در ساده ترین شکل

۴. بازاریابی

۳. بازار یابی بین المللی در پیچیده ترین شکل

۲- «بورکراسی دولتی» از کدام یک از عوامل بازاریابی بین المللی می باشد؟

۱. عوامل سیاسی

۲. عوامل اقتصادی

۳. عوامل فرهنگی

۴. عوامل اجتماعی

۳- «روشهای تولید کالا و دانش فنی جامعه» و «به نحوه بهره گیری مردم از تواناییهای خود» را به ترتیب به کدامیک از گزینه های زیر مربوط می شود؟

۱. فرهنگ مادی - هنر

۲. فرهنگ تکنولوژیک - فرهنگ اقتصادی

۳. فرهنگ تکنولوژیک - زبان

۴. فرهنگ اقتصادی - فرهنگ تکنولوژیک

۴- یک مذاکره کننده اعم از خریدار، فروشنده، واسطه و یا بازاریاب بین المللی که در زمینه های حرفه ای فعالیت می نمایند با اصول گرایی، عدالت، منطق، ملایمت بجا و خشونت به موقع و با نگرش سیستمی به موضوع می تواند کدام یک از انواع روشهای مذاکرات بازاریابی را به طرف هدف راهبری نماید؟

۱. مذاکرات ملایم

۲. مذاکرات خشن

۳. مذاکرات منطقی

۴. مذاکرات تلفیقی

۵- در کدام یک از تاکتیکهای فرایند مذاکره لزوماً روش دستیابی یا حفظ نیرو در جهت مذاکره می باشد و نمی گذارد طرف مقابل مذاکره به طرز صحیحی موقعیتهای را در مذاکره مورد ارزیابی قرار دهد؟

۱. ایجاد وقفه در مذاکره

۲. اقدام به حمله

۳. حمله غافلگیرانه

۴. عبور از موانع با یک پرش

۶- «دریافت و پرداختهای انتقالی» و «خرید و فروش ارزهای خارجی» به ترتیب جزء کدام یک از اقلام عمده در حسابهای تراز پرداختها می باشد؟

۱. حساب جاری - حساب رسمی خزانه

۲. حساب جاری - حساب جاری

۳. حساب رسمی خزانه - حساب جاری

۴. حساب رسمی خزانه - حساب رسمی خزانه

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

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/ کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی (چندبخشی) ۱۲۱۸۰۷۹ - مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین الملل)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی) ۱۲۱۸۱۴۵

۷- در کدام یک از انواع گروه بندی های بازار بین المللی، نه تنها هیچ تعرفه ای بر تجارت بین اعضا وجود ندارد، بلکه اعضا یک تعرفه متحد الشکل در مقابل کشور های غیر عضو در زمینه تجارت دارند؟

۱. اتحادیه سیاسی
۲. اتحادیه حقوق گمرکی
۳. بازار مشترک
۴. مناطق آزاد تجاری

۸- مرحله ای که اولین تغییرات در نحوه تولید به وجود آمده و نطفه صنعت بسته می شود و صنعت شروع به نشان دادن نقش خود در جامعه می کند چه نام دارد؟

۱. جامعه سنتی
۲. مرحله جهش
۳. مرحله قبل از جهش
۴. مرحله بلوغ

۹- نقش مداخله کننده و نقش تنظیم کننده مربوط به کدام یک از گزینه های زیر می باشد؟

۱. نقش دولت در اقتصاد
۲. ایدئولوژی اقتصادی و سیاسی
۳. ایدئولوژی بازاریابی
۴. ایدئولوژی اقتصادی و دولتی

۱۰- کدام یک از گزینه های زیر به عنوان عاملی مهم در تصمیم اولیه جهت سرمایه گذاری در یک کشور به حساب می آید؟

۱. ثبات سیاسی کشور میزبان
۲. نوع حکومت کشور میزبان
۳. پتانسیل بازار کشور میزبان
۴. محیط سیاسی

۱۱- هدف از پیمانهای مالیاتی کدام یک از گزینه های زیر می باشد؟

۱. کاهش نرخ مالیات
۲. ثبات نرخ مالیات
۳. اجتناب از مالیات مضاعف
۴. اجتناب از افزایش درآمد مالیاتی

۱۲- قصد و هدف کشورهای دارای قانون نامه یا قانون کشوری چیست؟

۱. ایجاد مقررات قابل انعطاف و کلی تر
۲. ارائه و تضمین قانون در تمام موضوعات قانونی
۳. همه جانبه و فراگیر کردن قانون در تمام موضوعات
۴. اعتماد و تکیه بر تغییرات یا تصمیمات قبلی دادگاه

سری سوال: ۱ یک

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

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/ کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی (چندبخشی) ۱۲۱۸۰۷۹ - مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین الملل)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی) ۱۲۱۸۱۴۵

۱۳- مسئله قانونی عمده برای صادر کننده کدام گزینه است؟

۱. آشنایی با قوانین کشور میزبان
۲. آگاه شدن از سیستم توزیع در کشور میزبان
۳. آشنایی با قوانین توزیع در کشور میزبان
۴. آگاه شدن از قوانین ملی مربوط به قراردادهای توزیع کننده

۱۴- در مسیر به دست آوردن اطلاعات صحیح، قابل اطمینان و قابل استفاده، کدام یک از مشکلات زیر وجود دارد؟

۱. عدم امکان دسترسی به اطلاعات مورد نیاز
۲. به روز آوردن اطلاعات
۳. ارتباط مطلوب جهت دریافت اطلاعات
۴. امکان مقایسه اطلاعات جمع آوری شده

۱۵- کدامیک از گزینه های زیر فرم قابل سنجش و اندازه گیری یک صفت در جامعه مورد مطالعه است؟

۱. مفهوم
۲. متغیر
۳. تعیین واحد اندازه گیری
۴. تعیین وسیله اندازه گیری

۱۶- در کدام یک از حالت های مختلف توسعه جغرافیایی شرکت در تعداد زیادی از بازارهای جهانی با کیفیت پایین حضور دارد؟

۱. وضعیت برتر
۲. وضعیت با برتری تولید
۳. حالت ضعیف
۴. وضعیت با برتری موقعیت جغرافیایی

۱۷- در رابطه با «روش های مونتاژ»، تولید محصول در خارج و مالکیت کامل واحد تولیدی در بازار خارجی «کدام گزینه صحیح است؟

۱. از نظر سرمایه گذاری پر ریسک و نیاز به کنترل های بیشتری دارند.
۲. از نظر سرمایه گذاری پر ریسک و نیاز به کنترل های کمتری دارند.
۳. از نظر سرمایه گذاری کم ریسک و نیاز به کنترل های کمتری دارند.
۴. از نظر سرمایه گذاری کم ریسک و نیاز به کنترل های بیشتری دارند.

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

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/ کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی (چندبخشی) ۱۲۱۸۰۷۹ - مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین الملل)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی) ۱۲۱۸۱۴۵

۱۸- شرکتهای مدیریت صادرات و بازاریابی مستقیم به ترتیب جزء کدام یک از استراتژیهای ورود به بازار جهانی می باشد؟

۱. صادرات مستقیم - صادرات غیر مستقیم
۲. صادرات غیر مستقیم - صادرات مستقیم
۳. صادرات غیر مستقیم - صادرات غیر مستقیم
۴. صادرات مستقیم - صادرات مستقیم

۱۹- «فروش خدمات مدیریتی به طور مستقیم به خارج از کشور که شامل تامین بخشی از کالا و تجهیزات و به ویژه دانش فنی مدیریت» توضیح کدام یک از روشهای صادرات مستقیم می باشد؟

۱. نمایندگان فروش خارجی
۲. توزیع کنندگان
۳. قرارداد مدیریت
۴. فرانشیز

۲۰- در کدام یک از استراتژی های ورود به بازار جهانی ، تولید کننده اصلی با یک شرکت خارجی قرارداد می بندد که محصول شرکت اصلی را بر اساس مفاد قرارداد در خارج تولید کند و تولید به عهده شرکت خارجی و بازاریابی و فروش کالا برعهده شرکت اصلی است؟

۱. تولید براساس قرارداد
۲. حق الامتیاز
۳. مونتاژ
۴. لیسانس

۲۱- رقبای زیاد، رقابت شدید ، تبلیغات به منظور شناساندن برتری های کالا و هزینه های مربوط به فروش زیاد جهت ترجیح دادن کالا به رقبا از جمله مشخصه های کدام یک از مراحل عمر کالا است؟

۱. مرحله نزول
۲. مرحله معرفی
۳. مرحله رشد
۴. مرحله بلوغ

۲۲- در کدام یک از استراتژیهای بازاریابی بخش معینی از بازار هدف در نظر گرفته می شود و در این بخش ضمن عرضه کالا تلاش می شود که با گرفتن بازخور از مشتریان کیفیت و عملکرد کالاهای خود را بهبود بخشند؟

۱. استراتژی تخصیص
۲. استراتژی تفکیکی
۳. استراتژی صادرات
۴. استراتژی محصول

۲۳- در کشورهایی که در آنها سیستم قانون کدگذاری حاکم است مالکیت مارک بر چه اساسی استوار است؟

۱. تقدم در استفاده از آن
۲. قانون کشور
۳. تقدم در به ثبت رسانیدن آن
۴. توافق بین ثبت کننده و استفاده کننده مارک

سری سوال: ۱ یک

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

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/ کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی (چندبخشی) ۱۲۱۸۰۷۹ - مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین الملل)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی) ۱۲۱۸۱۴۵

۲۴- اولین قدم در انتخاب نوع بسته برای یک بازار کدام یک از گزینه های زیر است؟

۱. کشف بهترین برخورد با راجحانهای ملی

۲. برآورد هزینه بسته بندی

۳. تعیین مناسب ترین و اقتصادی ترین روش بسته بندی

۴. تعیین نیازها و احتیاجات ملی بازار آن کشور

۲۵- از مهمترین عوامل در برچسب زنی کدام گزینه است؟

۱. زبان - دولت - اطلاعات مصرف کننده

۲. زبان - مقررات دولتی - مقررات استاندارد

۳. عوامل اقتصادی - عوامل فرهنگی - دولت

۴. مقررات استاندارد - اطلاعات مربوط به محصول

۲۶- در ارتباط با دفعات حمل کالا اینکه محموله در چند مرحله حمل بشود یا نشود به چه عاملی بستگی دارد؟

۱. شرایط بازار

۲. نوع بسته بندی

۳. نیاز خریدار

۴. عوامل تکنولوژی

۲۷- نقطه شروع برای انتخاب موثرترین کانالهای توزیع کدام گزینه است؟

۱. تجزیه و تحلیل هریک از کانالهای توزیع

۲. تعیین دقیق روشهای بازاریابی شرکت و مشخص کردن نیازهای بازار هدف

۳. برآورد هزینه و فایده هر یک از کانالهای توزیع

۴. بررسی امکانات شرکت و توانایی واسطه ها

۲۸- در کدام نوع از روشهای توزیع، فروشنده حق فروش کالاهای رقیب را نداشته و فقط کالای تولید کننده خاص را که با او قرارداد دارد می تواند بفروشد؟

۱. توزیع انحصاری

۲. توزیع وسیع

۳. توزیع برگزیده

۴. توزیع ساده

۲۹- «محل خرده فروشی باید به راحتی دیده شود» این عبارت توضیح کدام یک از عوامل فرایند انتخاب خرده فروشی می باشد؟

۱. عادت خرید

۲. حجم فروش

۳. فاصله محصول

۴. جلب توجه

۳۰- کدام یک از انواع خرده فروشی ها نیاز به فروشنده ندارد و حجم قابل توجهی از فروش برخی اقلام در سطح خرده فروشی در اماکن عمومی، ادارات، مدارس و ترمینالها صورت می پذیرد؟

۱. فروش از طریق پست

۲. فروشگاههای بزرگ

۳. دستگاههای خودکار

۴. فروشگاههای ارزان

سری سوال: ۱ یک

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

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی (چندبخشی) ۱۲۱۸۰۷۹ - مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین الملل)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی) ۱۲۱۸۱۴۵

۳۱- نتیجه مسلم اثر تبلیغات کدام یک از گزینه های زیر است؟

۱. ازدیاد فروش
۲. ایجاد احتیاج
۳. ازدیاد خرید
۴. ایجاد واحدهای عظیم

۳۲- در کدام یک از انواع تبلیغات براساس هدف و در مراحل اولیه ورود کالا به بازار، هدف از این نوع تبلیغات به وجود آوردن شناخت تقاضای اولیه است؟

۱. تبلیغات ترغیب کننده
۲. تبلیغات یادآوری
۳. تبلیغات راهنمایی
۴. تبلیغات اطلاعی

۳۳- از مزایای کدام یک از وسیله های ارتباط جمعی، صوت، شکل، حرکت، دسترسی زیاد و توجه زیاد می باشد؟

۱. تلفن
۲. تلویزیون
۳. روزنامه
۴. تابلوهای جاده ها

۳۴- جمله ای که به منظور تکرار دائمی (یا تکرار به مدت طولانی) طرح می شود و در تبلیغات اهمیت خاصی دارد زیرا باید لیاقت تکرار زیاد را داشته باشد، چیست؟

۱. شعار تبلیغاتی
۲. حسن ختام آگهی
۳. متن آگهی
۴. عنوان آگهی

۳۵- آمیخته تبلیغاتی از چه عناصری تشکیل شده است؟

۱. آگهی - فروش شخصی - ارتقاء فروش - قیمت
۲. آگهی - فروش شخصی - قیمت - روابط عمومی
۳. محصول - مکان توزیع - قیمت - روابط عمومی
۴. آگهی - فروش شخصی - ارتقاء فروش - روابط عمومی

۳۶- ساختار بازاری که دارای مشخصه وجود یک تولید کننده «واحد» می باشد، توضیح کدام یک از انواع بازار می باشد؟

۱. بازار رقابت خالص
۲. انحصار خالص
۳. رقابت انحصاری
۴. بازار چند قطبی

۳۷- براساس کدام یک از روشهای قیمت گذاری در بازاریابی بین المللی، شرکت یک قیمت پایه تعیین می نماید که ثابت است ولی این قیمت برای خریداران مختلف با درصدی تغییر ارائه می شود؟

۱. روش قیمت گذاری متفاوت
۲. روش قیمت گذاری براساس هزینه
۳. روش قیمت گذاری رقابتی
۴. روش قیمت گذاری براساس بازار

۳۸- به شرایطی که قیمت خارجی بالاتر از قیمت داخلی باشد، کدام یک از گزینه های زیر اطلاق می شود؟

۱. دامپینگ اتفاقی
۲. دامپینگ مستمر
۳. دامپینگ وارونه
۴. دامپینگ ارزی

۳۹- در کدام یک از انواع معاملات، قیمت گذاری براساس ترکیبی از پرداخت نقدی و غیر نقدی می باشد؟

۱. خرید متقابل
۲. تجارت جبران متقابل
۳. معاملات بای بک
۴. معاملات پایاپای

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

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی (چندبخشی) ۱۲۱۸۰۷۹ - مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین الملل)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی) ۱۲۱۸۱۴۵

۴۰- کدام یک از انواع ساختارهای سازمانی، ترکیبی از ساختار سازمانی بر مبنای محصول و بر مبنای ناحیه می باشد؟

۱. ساختار سازمانی منطقه ای

۲. ساختار سازمانی بر مبنای ناحیه

۳. ساختار سازمانی جغرافیایی

۴. ساختار سازمانی ماتریسی

SoalatPNU.ir
قیمت نمونه سوالات شامل تمامی نیمسال ها فقط ۷۵۰ تومان
مستقیماً از سایت ما خرید کنید

1218145 - 91-92-3

شماره سوال	پاسخ صحيح	وضعيت كويد
1	د	عادي
2	الف	عادي
3	ب	عادي
4	ج	عادي
5	د	عادي
6	الف	عادي
7	ب	عادي
8	ج	عادي
9	الف	عادي
10	د	عادي
11	ج	عادي
12	ب	عادي
13	د	عادي
14	الف	عادي
15	ب	عادي
16	د	عادي
17	الف	عادي
18	ب	عادي
19	ج	عادي
20	الف	عادي
21	د	عادي
22	الف	عادي
23	ج	عادي
24	د	عادي
25	الف	عادي
26	ج	عادي
27	ب	عادي
28	الف	عادي
29	د	عادي
30	ج	عادي
31	الف	عادي
32	د	عادي
33	ب	عادي
34	الف	عادي
35	د	عادي
36	ب	عادي
37	الف	عادي
38	ج	عادي
39	ب	عادي
40	د	عادي

91-92-2



سری سوال: یک ۱

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

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی (چندبخشی) ۱۲۱۸۰۷۹ - مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین الملل)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی) ۱۲۱۸۱۴۵

۱- یافتن جایگاه مناسب در بازار چه نامیده می شود؟

۱. فروش
۲. بازاریابی
۳. آمیخته بازار
۴. بازرگانی

۲- زبان و موقعیت جزء کدام یک از عوامل گوناگون محیطی در بازاریابی بین الملل به شمار می رود؟

۱. عوامل اقتصادی
۲. عوامل سیاسی
۳. عوامل فرهنگی
۴. عوامل فناوری

۳- کدام یک از گزینه های زیر به نحوه بهره گیری مردم از توانایی های خود اشاره دارد؟

۱. فرهنگ سیاسی
۲. فرهنگ تکنولوژیک
۳. فرهنگ اقتصادی
۴. فرهنگ اجتماعی

۴- هدایت افراد یا سازمان ها در شناخت کالا و خدمات و ترغیب آنها نسبت به ترجیح دادن کالا وظیفه کدام یک از موارد زیر در فعالیت های بازاریابی بین الملل می باشد؟

۱. ارتباطات
۲. اطلاعات
۳. بازاریابی
۴. آگهی

۵- کدام یک از گزینه های زیر به روش های مذاکرات بازاریابی اشاره دارد؟

۱. تند، خشن، منطقی
۲. سریع، ملایم، منطقی
۳. ملایم، منطقی، نرم
۴. ملایم، خشن، اصولی

۶- اقدامی متهورانه برای قرار دادن طرفی از معامله در جایگاهی برتر می باشد، به کدام یک از تاکتیک های زیر در فرآیند مذاکره اشاره دارد؟

۱. حفظ آبرو
۲. FAIFACCOMPLI
۳. عبور از موانع با یک پرش
۴. اقدام به حمله

۷- کدام یک از گزینه های زیر از سیاست های عمده مرکانتی لیسم ها می باشد؟

۱. ملی گرایی، تمرکز طلا، تراز مطلوب تجاری
۲. ملی گرایی، صادرات، تراز مطلوب تجاری
۳. صادرات، تمرکز طلا، تراز مطلوب تجاری
۴. واردات، تمرکز طلا، تراز مطلوب تجاری

سری سوال: ۱ یک

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

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی (چندبخشی) ۱۲۱۸۰۷۹ - مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین الملل)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی) ۱۲۱۸۱۴۵

۸- کدام یک از گزینه های زیر نمایان گر سلامت اقتصاد بین الملل یک کشور است؟

۱. حساب سرمایه
۲. حساب جاری
۳. تراز پرداخت ها
۴. حساب رسمی خزانه

۹- مالیات و عوارضی که دولت به منظورهای مالی و حمایتی و یا جزء آن، به هنگام عبور کالای خارجی از مرزهای کشور اخذ می نماید چه نام دارد؟

۱. قوانین اداری
۲. حقوق گمرکی
۳. کنترل ارز
۴. تعرفه گمرکی

۱۰- اتحادیه سیاسی در گروه بندی های بازار بین المللی چند نوع است؟

۱. ۱
۲. ۲
۳. ۳
۴. ۴

۱۱- کدام یک از گزینه های زیر، از مراحل توسعه اقتصادی کشورها بر طبق نظر رستو می باشد؟

۱. درآمد
۲. وضعیت طبیعی کشور
۳. اندازه بازار
۴. جامعه سنتی

۱۲- وضعیت سرمایه گذاران خارجی در کشور جزء کدام یک از عوامل اثرگذار بر اندازه بازارها می باشد؟

۱. وضعیت طبیعی کشور
۲. اقتصادی
۳. جمعیت
۴. عوامل زیربنایی

۱۳- نقش های مهم دولت در اقتصاد کدامند؟

۱. مداخله کننده و تنظیم کننده
۲. نظاره گر و کنترل کننده
۳. مداخله کننده و کنترل کننده
۴. نظاره گر و تنظیم کننده

۱۴- عمل فروش کالاها تحت یک قیمت پایین تر در بازارهای خارجی نسبت به بازارهای داخلی چه نامیده می شود؟

۱. قیمت گذاری رقابتی
۲. قیمت گذاری بر اساس بازار
۳. قیمت گذاری بر اساس دامپینگ
۴. قیمت گذاری بر اساس هزینه

۱۵- آی - تی - یو - اینتلسات (ITU, Intelsat) به کدام یک از گزینه های زیر اشاره دارد؟

۱. اتحادیه بین المللی ارتباطات از راه دور
۲. صندوق بین المللی پول
۳. سازمان تجارت جهانی
۴. کمیسیون قانون تجارت بین المللی

سری سوال: ۱ یک

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

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی (چندبخشی) ۱۲۱۸۰۷۹ - مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین الملل)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی) ۱۲۱۸۱۴۵

۱۶- کدام یک از گزینه های زیر در مورد حکمیت صحیح است؟

۱. نقاط قوت دادخواهی را ارتقاء می دهد.
۲. تصمیمات معقولانه تر اتخاذ می گردند.
۳. طرفین دارای حق اظهار نظر نیستند.
۴. نقاط ضعف دادخواهی را برطرف می کند.

۱۷- کدام یک از گزینه های زیر از مشکلات فرهنگی در تحقیقات بازاریابی در کشورهای مختلف محسوب می شود؟

۱. کسب پاسخ
۲. داده ها
۳. اقتصادی
۴. مذهبی

۱۸- در کدام یک از روش های جمع آوری اطلاعات بر بررسی مقاصد و هدف های خاص اطلاعاتی تمرکز می شود؟

۱. نظاره گری
۲. تحقیق
۳. راهنمایی
۴. تجزیه و تحلیل

۱۹- در کدام یک از حالت مختلف توسعه جغرافیایی، شرکت با کیفیت مطلوب تولید در تعداد محدودی از بازار ها فعال است؟

۱. وضعیت برتری تولید
۲. وضعیت با برتری موقعیت جغرافیایی
۳. وضعیت برتر
۴. حالت ضعیف

۲۰- کدام یک از گزینه های زیر جزء استراتژی صادرات مستقیم محسوب می گردد؟

۱. فروش داخلی
۲. شرکت های تجاری
۳. مونتاژ
۴. فرانسیز

۲۱- سریع ترین و آسان ترین وسیله ورود به بازار بین المللی به شمار می آید؟

۱. قرارداد مدیریت
۲. حق امتیاز
۳. تولید بر اساس قرارداد
۴. سرمایه گذاری مشترک

۲۲- با توجه به سیکل عمر کالا، وقتی که کالا در مرحله نزول است، هزینه مربوط به فروش چقدر است؟

۱. زیاد
۲. کم
۳. حداکثر
۴. حداقل

۲۳- توزیع گلچین شده مربوط به کدام یک از مراحل چهارگانه سیکل عمر کالا می باشد؟

۱. معرفی
۲. رشد
۳. بلوغ
۴. نزول

سری سوال: ۱ یک

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

تعداد سوالات: ۴۰ تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/ کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی (چندبخشی) ۱۲۱۸۰۷۹ - مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین الملل)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی) ۱۲۱۸۱۴۵

۲۴- در کشورهایی که در آنها سیستم قانون کد گذاری حاکم است، مالکیت مارک بر چه اساسی استوار است؟

۱. عدم تقدم در تعیین جایگاه آن در بازار

۲. عدم تقدم در به ثبت رسانیدن آن

۳. تقدم در تعیین جایگاه آن در بازار

۴. تقدم در به ثبت رسانیدن آن

۲۵- ضرورت منطبق کردن کالا با شرایط استفاده از آن به کدام یک از عوامل مربوط به استاندارد کردن کالا مربوط می شود؟

۱. تقاضای بازار

۲. صرفه جویی در عملیات تولید و بازاریابی

۳. تصمیمات و قوانین دولتی

۴. مطابقت با خط مشی و منابع شرکت

۲۶- اولین قدم در انتخاب بسته (در مورد بسته بندی کالا) برای یک بازار چه می باشد؟

۱. چگونگی بهترین برخورد با رجحان های ملی آن کشور

۲. تعیین اولویت بندی عقاید و طرز فکرهای ملی آن کشور

۳. تعیین نیازها و احتیاجات ملی بازار ملی آن کشور

۴. تعیین مناسب ترین و اقتصادی ترین روش بسته بندی

۲۷- کدام یک از گزینه های زیر از عوامل محلی کردن ضمانت کالا توسط شرکت می باشد؟

۱. شرکت ها به خاطر منافع اقتصادی، جهت استاندارد کردن ضمانت کالایشان با انگیزه هستند.

۲. اگر کارخانجات شرکت متعدد باشند و هر یک دارای استانداردهای کنترل کیفیت متفاوت از دیگران باشند.

۳. کم هزینه بودن شرایط استفاده مختلف در بازارهای خارجی گوناگون

۴. شرکت ها دارای شبکه خدمت بین المللی با کیفیت نسبتا یکسان باشند.

۲۸- کدام یک از عوامل زیر، در بازاریابی بین الملل تصمیم گیری در خصوص استفاده از منابع خارجی را تحت تاثیر قرار می دهد؟

۱. دسترسی به کانال های توزیع

۲. خرید کالا و خدمات

۳. استفاده از کانال های توزیع داخلی

۴. پیشبرد فروش و ارائه خدمات

سری سوال: ۱ یک

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

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/ کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی (چندبخشی) ۱۲۱۸۰۷۹ - مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین الملل)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی) ۱۲۱۸۱۴۵

۲۹- کدام یک از گزینه های زیر، از عمده دلایل موفقیت شرکت ها در مدیریت کانال های توزیع به شمار می آید؟

۱. انتخاب - قرارداد - سازماندهی - اجرا

۲. انتخاب - سازماندهی - اجرا - کنترل

۳. برنامه ریزی - سازماندهی - ایجاد انگیزه - کنترل

۴. انتخاب - قرارداد - ایجاد انگیزه - کنترل

۳۰- محل خرده فروشی باید به راحتی دیده شود. کدام یک از عوامل ایجاد واحد خرده فروشی زیر به این جمله اشاره دارد؟

۱. عادت خرید ۲. فاصله محصول ۳. جلب توجه ۴. حجم فروش

۳۱- تلفیق تولید و توزیع زیر نظر شرکت را چه می نامند؟

۱. ادغام ۲. تفکیک ۳. بازاریابی افقی ۴. بازاریابی عمودی

۳۲- هدف این نوع تبلیغات به وجود آوردن شناخت تقاضای اولیه است؟

۱. تبلیغات اطلاعی ۲. تبلیغات ترغیب کننده

۳. تبلیغات یادآوری کننده ۴. تبلیغات هشدار

۳۳- آمیخته تبلیغاتی از چه عناصری تشکیل شده است؟

۱. آگهی - پیشبرد فروش - بالا بردن سطح فروش - تبلیغات تجاری

۲. آگهی - تبلیغات تجاری - فروش شخصی - روابط عمومی

۳. آگهی - روابط عمومی - تبلیغات تجاری - بالا بردن سطح فروش

۴. آگهی - فروش شخصی - بالا بردن سطح فروش - تبلیغات تجاری

۳۴- متن آگهی باید با در نظر گرفتن ذوق، سلیقه و به خصوص زبان مشتریان احتمالی تنظیم گردد، بیانگر کدام یک از گزینه های زیر در ارتباط با تهیه متن آگهی است؟

۱. اختصاصی ۲. زنده و گویا ۳. تناسب مشتری ۴. تحرک

۳۵- حالتی که نرخ رشد شرکت بالا بوده و شرکت دارای سهم بازاریابی نیز می باشد، مربوط به کدام یک از حالات ماتریس

تصمیم گیری بوستون می باشد؟

۱. علامت سوال ۲. علامت ستاره

۳. علامت گاو شیرده ۴. علامت سگ

سری سوال: ۱ یک

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

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی (چندبخشی) ۱۲۱۸۰۷۹ - مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین الملل)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی) ۱۲۱۸۱۴۵

۳۶- کدام یک از روش های قیمت گذاری بر اساس توزیع شامل قیمت و بها کالا و هزینه حمل داخل کشتی می باشد؟

۱. سی - آی - اف (CIF)
۲. سی اند اف (C&F)
۳. فوب (FOB)
۴. اف - ای - اس (FAS)

۳۷- زمانی که پول محلی ضعیف باشد شرکت از چه تاکتیکی برای کاهش ریسک ناشی از تغییرات نرخ ارز بازارها استفاده می کند؟

۱. پرداخت نقدی انجام دهد.
۲. از منابع خارجی جهت توسعه بازار قرض نماید.
۳. بهره وری را بهبود بخشد.
۴. منابع و تولید در خارج صورت گیرد.

۳۸- کدام یک از گزینه های زیر بیانگر میزان غنی یا فقیر بودن محیطی است که سازمان ها با آن در ارتباطند؟

۱. فرهنگ محیط
۲. ظرفیت محیط
۳. عناصر محیط
۴. شرایط محیط

۳۹- کدام یک از گزینه های زیر از مزیت ساختار سازمانی بر مبنای وظیفه به شمار می رود؟

۱. هماهنگی تصمیماتی
۲. غنی بودن شغل ها
۳. تشریک مساعی محلی در تصمیم گیری ها
۴. ایجاد بوروکراسی

۴۰- کدام یک از گزینه های زیر از اهداف یک برنامه استراتژیک خوب به شمار می رود؟

۱. تشریک مساعی در عمل و دیدگاه داخلی آن
۲. فرموله کردن استراتژی ها و اجرای آنها
۳. اجرا کردن استراتژی ها و دیدگاه خارجی آن
۴. تشریک مساعی در عمل و فرموله کردن استراتژی ها

1218145 - 91-92-2

شماره سوال	پاسخ صحيح	وضعيت کليد
1	ب	عادي
2	ج	عادي
3	ج	عادي
4	الف	عادي
5	د	عادي
6	ب	عادي
7	الف	عادي
8	ج	عادي
9	ب	عادي
10	ب	عادي
11	د	عادي
12	ب	عادي
13	الف	عادي
14	ج	عادي
15	الف	عادي
16	د	عادي
17	الف	عادي
18	ج	عادي
19	الف	عادي
20	د	عادي
21	ب	عادي
22	د	عادي
23	الف	عادي
24	د	عادي
25	الف	عادي
26	ج	عادي
27	ب	عادي
28	الف	عادي
29	د	عادي
30	ج	عادي
31	د	عادي
32	الف	عادي
33	د	عادي
34	ج	عادي
35	ب	عادي
36	ج	عادي
37	الف	عادي
38	ب	عادي
39	الف	عادي
40	د	عادي

91-92-1



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

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی (چندبخشی) ۱۲۱۸۰۷۹ - مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین الملل)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی - بازرگانی بین الملل)، مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین الملل)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی - بازرگانی بین الملل) ۱۲۱۸۱۴۵

۱- بسیاری از تفاوت‌های موجود بین بازاریابی داخلی و بازاریابی بین المللی، ماهیتاً مربوط به کدام یک از گزینه‌های زیر می‌شود؟

۱. فرهنگ ۲. اقتصاد ۳. محیط ۴. رقبا

۲- کدام یک از موارد زیر، از عناصر مزیت استراتژیک بازاریابی نمی‌باشد؟

۱. کانالهای توزیع ۲. درآمد مؤثر خانوارها ۳. روشهای مؤثر بسته بندی ۴. سیستم کارآمد تحقیقات بازاریابی

۳- تجارت جهانی، امروزه یک مجموعه به هم پیوسته جهانی، از کدام یک از گزینه‌های زیر می‌باشد، که در گذشته ناشناخته بوده اند؟

۱. رقبا، بازارها، شرایط زندگی مطلوب ۲. رقبا، بازارها، تکنولوژی ۳. بازارها، تکنولوژی، شرایط زندگی استاندارد ۴. بازارها، تکنولوژی، کیفیت زندگی

۴- انسانها عقاید خود را به وسیله کدام یک از گزینه‌های زیر مبادله می‌کنند؟

۱. مذهب ۲. تعلیم و تربیت ۳. هنر ۴. زبان

۵- عبارت «اقدامی متهورانه برای قرار دادن طرفی از معامله در جایگاهی برتر می‌باشد»، بیان کننده ی کدام یک از تاکتیک‌های فرآیند مذاکره است؟

۱. تاکتیک FAIFACCOMPLI ۲. تاکتیک اقدام به حمله ۳. تاکتیک حمله غافلگیرانه ۴. تاکتیک عبور از موانع با یک پرش

۶- این مسئله زمانی حاد می‌شود که تیم مذاکره گر، تجربه کمی در برخورد با فروشنده دارد. این عبارت مربوط به کدام یک از تاکتیکهای فرآیند مذاکره است؟

۱. مربوط به تاکتیک ایجاد وقفه در مذاکره است. ۲. مربوط به تاکتیک نقض مفاد قرارداد است. ۳. مربوط به تاکتیک در اختیار گرفتن کنترل دستور جلسه است. ۴. مربوط به تاکتیک حفظ آبرو در مذاکره غیره رسمی است.

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

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی (چندبخشی) ۱۲۱۸۰۷۹ - مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین الملل)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی - بازرگانی بین الملل)، مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین الملل)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی - بازرگانی بین الملل) ۱۲۱۸۱۴۵

۷- برای انجام یک مذاکره موفق در زمینه های بازاریابی بین المللی و فروش، پس از تعیین هدف، باید کدام یک از گزینه های زیر مشخص گردد؟

۱. نقش شخص یا اشخاص مذاکره کننده
۲. میزان ثمربخش بودن مذاکرات
۳. حیطه و حدود مطالب مورد بحث یا دستور جلسه
۴. روشهای مذاکره

۸- برای موفقیت، اگر طرفین مایل به این کار باشند باید معضل امتیازدهی را حل کرد. این عبارت مربوط به کدام یک از مراحل مذاکره است؟

۱. مرحله تصمیم گیری و اقدام
۲. مرحله پیش مذاکره
۳. مرحله مذاکره گسترده
۴. مرحله مذاکره تلفیقی

۹- بارزترین موارد اختلاف در سلیقه های هنری، کدام یک از گزینه های زیر است؟

۱. موسیقی، زیبا شناسی، طراحی
۲. زیبا شناسی، رنگ، طراحی
۳. طراحی، موسیقی، رنگ
۴. رنگ، موسیقی، زیبا شناسی

۱۰- استفاده از اعطای جایزه و اعمال تخفیفات ویژه در مدت زمانهای کوتاه، برای تحقق کدام یک از اهداف ارتباطات به کار می رود؟

۱. انجام عمل خرید
۲. مصمم ساختن
۳. علاقمند کردن مشتریان به استفاده از کالا
۴. برتر دانستن

۱۱- مراحل توسعه اقتصادی کشور بر اساس طبقه بندی روستو، به چند مرحله تقسیم می شود؟

۱. سه مرحله
۲. چهار مرحله
۳. پنج مرحله
۴. شش مرحله

۱۲- متداول ترین محدودیت وارداتی برای کالاهای خارجی در سیستم بازرگانی بین المللی، کدام یک از گزینه های زیر است؟

۱. کنترل ارز
۲. سهمیه ها
۳. حمایت های اداری
۴. تعرفه های گمرکی

۱۳- عبارت «اتحادیه حقوق گمرکی است که نیروی کار و سرمایه به آسانی قابل مبادله است.» بیانگر کدامیک از مفاهیم زیر است؟

۱. اتحادیه اقتصادی
۲. اتحادیه سیاسی
۳. بازار مشترک
۴. مناطق آزاد تجاری

سری سوال: ۱ یک

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

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/ کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی (چندبخشی) ۱۲۱۸۰۷۹ - مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین الملل)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی - بازرگانی بین الملل)، مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین الملل)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی - بازرگانی بین الملل) ۱۲۱۸۱۴۵

۱۴- «شروطی از قبیل کاهش تعرفه، کاهش تورم، پایین آوردن هزینه های دولتی و ایجاد واحدهای بازرگانی مستقل» در مقابل اعطای وام به کشورهای در حال توسعه، برای کدام یک از گزینه های زیر بیان شده است؟

۱. بانک بین المللی ترمیم و توسعه

۲. شرکت مالی بین المللی

۳. صندوق بین المللی پول

۴. مؤسسه توسعه بین المللی

۱۵- هدف از کمیسیون قانون تجارت بین الملل (Uncitral)، کدام یک از گزینه های زیر است؟

۱. توسعه قوانین تجاری برای کشورهای عضو

۲. ایجاد و توسعه یک قانون تجاری یکسان برای تمام دنیا

۳. ثبت بین المللی مارک های تجاری

۴. ثبت محصول برای ایجاد حق انحصاری فروش آن

۱۶- کدام یک از گزینه های زیر درباره ی «یاتا» صحیح است؟

۱. یک سازمان وابسته به سازمان ملل با ۱۲۸ کشور عضو است.

۲. مقررات آن مقدماتاً فنی اند و خیلی بحث برانگیز نیستند.

۳. مقررات آن تجاری بوده و خیلی حساسند.

۴. سازمان بین المللی هواپیمایی کشوری است.

۱۷- برچسب کالا، کلاً بیشتر تابع کدام یک از گزینه های زیر است؟

۱. مقررات بسته بندی

۲. مقررات قانونی

۳. مقررات کشور مقصد

۴. مقررات کشور مبدأ

۱۸- مسئله قانونی عمده برای صادرکننده، کدام یک از گزینه های زیر است؟

۱. آگاه شدن از قوانین ملی مربوط به قراردادهای توزیع کننده

۲. آشنایی با قوانین کشور میزبان

۳. آگاه شدن از سیستم توزیع کشور میزبان

۴. آشنایی با قوانین توزیع کشور میزبان

۱۹- گام نهایی برای تعیین اطلاعات ضروری جهت تصمیم بازاریابی، کدام یک از گزینه های زیر است؟

۱. طراحی سیستم اطلاعاتی

۲. پیش بینی نیازها و خواسته های مردم

۳. تعیین هویت مردم

۴. تجزیه و تحلیل اطلاعات

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

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/ کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی (چندبخشی) ۱۲۱۸۰۷۹ - مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین الملل)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی - بازرگانی بین الملل)، مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین الملل)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی - بازرگانی بین الملل) ۱۲۱۸۱۴۵

۲۰- در جایی که واکنش افراد بازرگانی (تولید کنندگان و توزیع کنندگان) برای مشارکت، یک واکنش بی میلی است، ممکن است این امر ناشی از، کدام یک از گزینه های زیر باشد؟

۱. ناشی از انگیزشهای گوناگون باشد.
۲. ناشی از ماهیت و نقش مدیریت باشد.
۳. ناشی از سازمان اجتماعی باشد.
۴. ناشی از رکود اقتصادی باشد.

۲۱- کدام یک از گزینه های زیر از «ارکان اساسی سیستم اطلاعاتی بازاریابی» نمی باشد؟

۱. تجزیه و تحلیل و پردازش داده ها و سیستم گزارش گیری
۲. شناخت اطلاعات مورد نیاز سیستم اطلاعاتی بازاریابی
۳. کاربرد اطلاعات جمع آوری شده در تصمیم گیری های بازاریابی
۴. روش جمع آوری اطلاعات بازاریابی

۲۲- «قوانین و مقررات صادرات و واردات برای کشور مبدأ» مربوط به کدام یک از گزینه های زیر است؟

۱. اطلاعات عمومی
۲. اطلاعات دستوری
۳. اطلاعات منابع
۴. اطلاعات مربوط به بازار

۲۳- کدام یک از گزینه های زیر بیان کننده ی سبک های جمع آوری اطلاعات از طریق نظارت می باشد؟

۱. نظاره گری - تجسس
۲. راهنمایی - تحقیق
۳. راهنمایی - نظاره گری
۴. تحقیق - تجسس

۲۴- در کدام یک از روش های زیر، تلاش سازمان یافته ای برای کسب اطلاعات خاص برای هدفهای خاص ارائه می شود؟

۱. تجسس
۲. تحقیق
۳. نظارت
۴. راهنمایی

۲۵- «شرکت انحصار گر» در خصوص کدام یک از عوامل مؤثر در شکل گیری استراتژی بازاریابی بین المللی، بیان شده است؟

۱. عوامل بازار
۲. عوامل جغرافیایی
۳. عوامل شرکت
۴. عوامل رقابتی

سری سوال: ۱ یک

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

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/ کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی (چندبخشی) ۱۲۱۸۰۷۹ - مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین الملل)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی - بازرگانی بین الملل)، مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین الملل)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی - بازرگانی بین الملل) ۱۲۱۸۱۴۵

۲۶- در انتخاب روش ورود به بازار باید، به کدام یک از سوالات زیر پاسخ داده شود؟

۱. ماهیت و قدرت رقابتی شرکت چگونه است؟
۲. قدرت عرضه کنندگان محصول چقدر است؟
۳. چه نوع محصولات و خدمات جدیدی را شرکت می تواند ارائه دهد؟
۴. قدرت خرید مصرف کنندگان چقدر است؟

۲۷- کدام یک از انواع استراتژیهای ورود به بازار جهانی، از نظر سرمایه گذاری پر ریسک می باشد و نیاز به کنترلهای بیشتری دارد؟

۱. فرانشیز
۲. شرکتهای تجاری
۳. نمایندگی های فروش بازاریابی مستقیم
۴. تولید محصول در خارج (بازار هدف)

۲۸- کدام یک از استراتژیهای زیر در گروه «استراتژیهای تولید خارجی بدون سرمایه گذاری مستقیم» قرار می گیرد؟

۱. سرمایه گذاری مشترک
۲. خرید شرکت خارجی
۳. مالکیت کامل واحد تولیدی از طریق ساخت
۴. تولید قراردادی

۲۹- کدام یک از گزینه های زیر، کار تولیدی کاملی نیست اما ارزش افزوده عمده ای در بازار محلی ایجاد می کند؟

۱. تولید بر اساس قرارداد
۲. عملیات مونتاژ در خارج
۳. لیسانس یا اعطای مجوز ساخت
۴. ساخت یک شرکت جدید

۳۰- برای اجرای استراتژی صادرات، باید کدام یک از اقدامات زیر انجام شود؟

۱. استراتژی تنوع محصول
۲. استراتژی عدم تغییر محصول صادراتی
۳. استراتژی تغییر محصول
۴. استراتژی توسعه خط محصول

۳۱- کدامیک از اصطلاحات زیر بیان کننده ی «تحويل کالا در مقصد تعیین شده، مختص حمل با کامیون» می باشد؟

۱. CPT
۲. FOB
۳. FCA
۴. C&F

۳۲- کدام یک از گزینه های زیر، جزء عناصر تشکیل دهنده ی روش بازاریابی عمودی نیست؟

۱. خرده فروش ها
۲. کارگزاران
۳. عمده فروش ها
۴. تولید کننده

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

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی (چندبخشی) ۱۲۱۸۰۷۹ - مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین الملل)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی - بازرگانی بین الملل)، مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین الملل)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی - بازرگانی بین الملل) ۱۲۱۸۱۴۵

۳۳- استفاده از کدام یک از روشهای های زیر، درباره ی خدماتی که در توزیع به خریداران ارائه می شود: در مسیرهای طولانی مؤثرتر هستند؟

۱. انتقال فیزیکی کالا
۲. روش های نگهداری و انبارداری
۳. روش مونتاژ در توزیع
۴. پیشبرد فروش

۳۴- در کدام یک از انواع خرده فروشی، مصرف کننده نهایی که حق انتخاب داشته باشد، وجود ندارد؟

۱. خریداران متشکل
۲. حراج در خرده فروشی
۳. دستگاههای خودکار
۴. فروشگاه های ارزان

۳۵- کدام یک از گزینه های زیر، در خصوص آژانس های تبلیغاتی اختصاصی بیان شده است؟

۱. فعالیت های ترویج فروش
۲. فعالیت های روابط عمومی
۳. تبلیغات در وسایل حمل و نقل
۴. انتخاب رسانه، عقد قرارداد برای فضا در نشریات

۳۶- در بین عوامل مؤثر بر قیمت گذاری در بازاریابی بین المللی، کدام یک از عوامل زیر در گروه عوامل بازار قرار دارد؟

۱. توسعه بازاریابی و فروش
۲. تغییرات نرخ ارز
۳. هدفهای بازاریابی شرکت
۴. خدمات پس از فروش

۳۷- کدام یک از حالات زیر در ماتریس گروه مشاورین بوستون، بیان کننده ی «شرکت دارای سهم بازار بالا و لی نرخ رشد بازار پایین» است؟

۱. علامت سؤال
۲. علامت ستاره
۳. علامت گاو شیرده
۴. علامت سگ

۳۸- «زمانی که پول محلی قویتر باشد»، شرکت باید برای مقابله با انواع ریسک کدام یک از تاکتیک های زیر را در پیش گیرد؟

۱. بهره وری را بهبود بخشیده و هزینه ها را کاهش دهد.
۲. پرداخت نقدی انجام دهد.
۳. محصول جدیدی را با امکانات اضافی معرفی نماید.
۴. روی قیمت رقابت نماید.

۳۹- در کدام یک از انواع معاملات متقابل، تمام یا بخشی از هزینه خرید کالای سرمایه ای باید صرف خرید تجهیزات یا محصولات تولیدی آن کالای سرمایه ای شود؟

۱. معاملات پایاپای
۲. خرید متقابل
۳. معاملات بای بک
۴. تجارت جبران متقابل

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

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/ کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی (چندبخشی) ۱۲۱۸۰۷۹ - مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین الملل)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی - بازرگانی بین الملل)، مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین الملل)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی - بازرگانی بین الملل) ۱۲۱۸۱۴۵

۴۰- برطبق اصول بازاریابی، کانون فعالیتهای سازمان، کدام یک از گزینه های زیر می باشد؟

۱. تعیین استراتژی مطلوب
۲. تجزیه و تحلیل موقعیت
۳. تعیین هدفها و رسالت
۴. خواسته های مشتریان

SoalatPNU.ir
قیمت نمونه سوالات شامل تمامی نیمسال ها فقط ۷۵۰ تومان
مستقیماً از سایت ما خرید کنید

1218145 - 91-92-1

شماره سوال	پاسخ صحيح	وضعيت كليل
1	ج	عادي
2	ب	عادي
3	ج	عادي
4	د	عادي
5	الف	عادي
6	ب	عادي
7	ج	عادي
8	د	عادي
9	ج	عادي
10	الف	عادي
11	ج	عادي
12	د	عادي
13	ج	عادي
14	ج	عادي
15	ب	عادي
16	ج	عادي
17	ب	عادي
18	الف	عادي
19	ج	عادي
20	الف	عادي
21	ج	عادي
22	ب	عادي
23	ج	عادي
24	ب	عادي
25	د	عادي
26	الف	عادي
27	د	عادي
28	د	عادي
29	ب	عادي
30	د	عادي
31	الف	عادي
32	ب	عادي
33	ب	عادي
34	الف	عادي
35	ج	عادي
36	د	عادي
37	ج	عادي
38	الف	عادي
39	ج	عادي
40	د	عادي

90-91-2



سری سوال: یک ۱

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

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی (چندبخشی) (۱۲۱۸۰۷۹ - مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین الملل)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی) ۱۲۱۸۱۴۵)

۱- کدامیک از گزینه های زیر به مفهوم بازاریابی پیتز دراکر متفکر صاحب نام بازاریابی اشاره دارد؟

۱. بازاریابی یعنی یافتن جایگاه مناسب در بازار
۲. هدف بازاریابی فروش فراوان است
۳. بازاریابی فرایندی است که به وسیله آن ساختار تقاضای محصولات و خدمات پیش بینی می گردد
۴. بازاریابی یعنی شناخت آن چه مردم می خواهند

۲- اساس گروه بندی کشورها در بازاریابی تطبیقی به کدامیک از گزینه های زیر اشاره دارد؟

۱. استراتژی بازار و اثر بخشی بازاریابی
۲. مقررات پولی
۳. دوری یا نزدیکی جغرافیایی
۴. مقررات مالی

۳- کدام یک از گزینه های زیر به عناصر مزیت استراتژی بازاریابی اشاره دارد؟

۱. مقررات دولتی
۲. مقررات مالی
۳. تبلیغات موثر
۴. محدودیتهای محیطی

۴- کدامیک از گزینه های زیر به عوامل اقتصادی محیط بازاریابی اشاره دارد؟

۱. بوروکراسی دولتی
۲. توسعه صنعتی
۳. مقررات پولی و مالی
۴. ثبات سیاسی

۵- کدام یک از گزینه های زیر جز فرهنگ مادی محسوب می شود؟

۱. زبان
۲. سیستم توزیع
۳. عادات
۴. مذهب

۶- هدایت افراد و سازمانها در جهت شناخت، آگاه ساختن بازار و مردم، ترغیب و در نهایت اقدام به خرید کالا به کدام یک از گزینه های زیر در فعالیتهای بازار یابی بین الملل اشاره دارد؟

۱. تعلیم و تربیت
۲. ارتباطات
۳. مذاکره
۴. سیستم فرهنگی

۷- حرکت به سمت یک توافقنامه از طریق حل مساله جز کدام مرحله از مراحل مذاکره در فعالیتهای بازاریابی بین الملل محسوب می شود؟

۱. مذاکره تلفیقی
۲. مذاکره گسترده
۳. پیش مذاکره
۴. تصمیم گیری و اقدام

۸- کدامیک از گزینه های زیر جزء دلایل غیر اقتصادی جهت اتخاذ سیاستهای حمایتی محسوب می گردد؟

۱. ملاحظات سیاسی و اجتماعی
۲. ایجاد درآمد برای دولت
۳. حمایت از صنایع نوپا
۴. حمایت از نیروی کار داخلی

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

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی (چندبخشی) (۱۲۱۸۰۷۹) - مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین الملل)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی) (۱۲۱۸۱۴۵)

۹- کدام یک از ابزارهای اصلی خط مشی بازرگانی، کاملترین وسیله نظارت بر تجارت خارجی محسوب می شود؟

۱. قوانین اداری
۲. تعرفه گمرکی
۳. سهمیه ها
۴. کنترل ارز

۱۰- کدام یک از گزینه های زیر هدف استاندارد سازی یا هماهنگ کردن کلیه آیین نامه های دولتی موثر بر تجارت را دنبال می کند؟

۱. انکتاد
۲. بازار مشترک
۳. اتحادیه اقتصادی
۴. اتحادیه سیاسی

۱۱- گسترش صنعت، افزایش تولید و تغییر الگوی مصرف در جامعه به نتیجه کدام مرحله از درجه توسعه اقتصادی کشور بر طبق طبقه بندی روستو اشاره دارد؟

۱. جامعه سنتی
۲. مرحله قبل از جهش
۳. مرحله جهش
۴. مرحله بلوغ

۱۲- کدامیک از گزینه های زیر نه تنها عامل مهمی در تصمیم اولیه جهت سرمایه گذاری در یک کشور است بلکه در تداوم عملیات بازاریابی در آن کشور نقش مهمی را ایفا می کند؟

۱. محیط سیاسی کشور میزبان
۲. فرهنگ کشور میزبان
۳. اقتصاد کشور میزبان
۴. استراتژی بازار کشور میزبان

۱۳- فعالیتهای اصلی "تنظیم نرخها و کرایه های حمل بین المللی" است به کدام یک از گزینه های زیر اشاره دارد؟

۱. آی- تی- یو
۲. یاتا
۳. ایکائو
۴. فائو

۱۴- روند عمده رشد قوانین منطقه ای و رشد قانون بین الملل تحت تاثیر چه عواملی هستند؟

۱. تجارت بین الملل
۲. فعالیتهای بازاریابی بین المللی
۳. توسعه تکنولوژی و بازرگانی بین المللی
۴. محدودیتهای تجاری

۱۵- دو روشی که برای جمع آوری داده های اطلاعاتی در بازارهای خارجی می توان استفاده کرد به کدام یک از گزینه های زیر اشاره دارد؟

۱. مصاحبه - مشاهده
۲. مصاحبه - پرسشنامه
۳. پرسشنامه - مشاهده
۴. پرسشنامه - تحلیل محتوا

۱۶- کسب پاسخ به کدام یک از مشکلات تحقیق بازاریابی اشاره دارد؟

۱. فرهنگی
۲. تکنیکی
۳. داده ها
۴. اقتصادی

سری سوال: ۱ یک

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

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/ کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی (چندبخشی) ۱۲۱۸۰۷۹ - مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین الملل)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی) ۱۲۱۸۱۴۵

۱۷- کدام یک از موارد ذیل از اطلاعات مربوط به بازار می باشد؟

۱. اطلاعات بازار بالقوه
۲. شبکه های فروش
۳. رفتار تولید کننده
۴. میزان عرضه کالا توسط شرکتهای رقیب

۱۸- پرستیژ (وضعیت اجتماعی) شرکت به کدام یک از عوامل موثر در شکل گیری استراتژی بازاریابی اشاره دارد؟

۱. توسعه جغرافیایی
۲. عوامل بازار
۳. رقابت
۴. عوامل شرکت

۱۹- کدام یک از روشهای ورود به بازار جهانی بیشترین میزان ریسک و کنترل را نیاز دارد؟

۱. مونتاژ
۲. شرکتهای تجاری
۳. صادرات غیر مستقیم
۴. فرانشیز

۲۰- شرکتی که تمام مسئولیت عملیات صادرات از قبیل تحقیقات بازار یابی، تبلیغات و غیره را با انعقاد قرارداد انجام می دهد و به عنوان بخشی از شرکت اصلی محسوب می شود به کدامیک از گزینه های زیر اشاره دارد؟

۱. شرکت تجاری
۲. نمایندگان صادرات
۳. شرکت مدیریت صادرات
۴. دلالان صادرات

۲۱- در صورتی که شرکت به طور مستقیم نتواند نسبت به تاسیس نماینده فروش اقدام نماید از چه طریق اقدام به صادرات می کند؟

۱. قرار داد مدیریت
۲. دلالان فروش
۳. فرانشیز
۴. صادرات مستقیم توسط توزیع کنندگان

۲۲- کدام گزینه به معایب استراتژی تولید بر اساس قرار داد اشاره دارد؟

۱. کاهش هزینه حمل
۲. پایین بودن هزینه تولید
۳. سرعت تحویل
۴. کاهش کنترل کیفیت تولید

۲۳- کدام گزینه به عوامل تشویق استراتژی غیر یکسان نمودن تولید کالا در بازار یابی بین المللی اشاره دارد؟

۱. تحریک مصرف کننده
۲. اثر تکنولوژی
۳. صرفه جویی اقتصادی در بازاریابی
۴. شرایط استفاده مختلف

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

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی (چندبخشی) (۱۲۱۸۰۷۹ - مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین الملل)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی) ۱۲۱۸۱۴۵

۲۴- زمانی که شرکت سایپا علاوه بر پرآید محصولات مشابه را به بازار عرضه می کند از چه استراتژی استفاده می کند؟

۱. استراتژی تنوع افقی
۲. استراتژی تنوع عمودی
۳. استراتژی صادرات
۴. استراتژی محصول

۲۵- بسته بندی کالا به عنوان یکی از ابزارهای بازاریابی دارای اهمیت زیادی در کدام یک از گزینه های زیر است؟

۱. فروش
۲. پیشبرد فروش
۳. روابط عمومی
۴. تولید

۲۶- کدام یک از گزینه های زیر جزء مهمترین عامل در برچسب زنی محسوب می شود؟

۱. اطلاعات مصرف کننده
۲. اطلاعات تولید کننده
۳. اطلاعات بازاریابی
۴. اطلاعات بازرگانی

۲۷- در کدامیک از انواع خرده فروشی معمولاً اجناس را بر حسب سفارش با مارک تجاری با کیفیت خاص مورد نظرشان سفارش می دهند؟

۱. فروشگاه بزرگ
۲. فروشگاه زنجیره ای
۳. سوپر مارکت
۴. مراکز خرید

۲۸- کدام یک از گزینه های زیر به عنوان ابزاری جهت بهبود رقابت به شمار می رود؟

۱. حمل کالا
۲. خدمت
۳. برچسب زنی
۴. بسته بندی

۲۹- کانال توزیع (تولید کننده ← خرده فروش ← مصرف کننده) به فروش کدامیک از محصولات زیر اشاره دارد؟

۱. فروش میوه کنار جالیز
۲. فروش مواد غذایی
۳. فروش محصولات صنعتی
۴. فروش خدمات

۳۰- در کدام نوع ارائه خدمات، خرده فروش می تواند فروش بیشتری داشته باشد؟

۱. فروش نسبه واعتباری
۲. مبادله اطلاعات
۳. خدمات بعد از فروش
۴. فروش پستی

۳۱- در این روش "بازاریابی تولید کننده، خرده فروش، عمده فروش، به صورت یگانه فعالیت می نمایند و هر یک در واحدهای دیگر به اندازه ای نفوذ دارند که همه با هم همکاری نزدیک دارند." تعریف کدام یک از گزینه های زیر است؟

۱. امتیازی
۲. چند کاناله
۳. افقی
۴. عمودی

سری سوال: ۱ یک

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

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/ کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی (چندبخشی) ۱۲۱۸۰۷۹ - مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین الملل)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی) ۱۲۱۸۱۴۵

۳۲- عبارت "کالاهای فصلی مانند بستنی و نوشابه ها را می توان در تمام مدت سال مصرف کرد به کدامیک از اهداف تبلیغات اشاره دارد؟

۱. ازدیاد نوع مصرف ۲. ازدیاد مقدار خرید ۳. ازدیاد مدت مصرف ۴. ازدیاد تکرار مصرف

۳۳- کدام یک از گزینه های زیر به مهمترین و حساس ترین قسمت آگهی اشاره دارد؟

۱. متن ۲. اختتام ۳. عنوان ۴. پیام

۳۴- عبارت "فعالیت یا تکنیک ترغیب مشتری" به کدامیک از گزینه های زیر اشاره دارد؟

۱. تبلیغات ۲. روابط عمومی ۳. فروش ۴. تبلیغات پیشبرد فروش

۳۵- در ارتباط با عوامل موثر بر قیمت گذاری کدامیک از گزینه های زیر به عوامل بازار اشاره دارد؟

۱. انبارداری ۲. خدمات بعد از فروش ۳. هزینه حمل کالا ۴. توسعه بازاریابی و فروش

۳۶- در کدامیک از روش های قیمت گذاری شرکت یک قیمت پایه تعیین می نماید که ثابت است اما برای خریداران متفاوت با درصدی تغییر ارائه می شود؟

۱. قیمت گذاری متفاوت ۲. قیمت گذاری براساس هزینه ۳. قیمت گذاری رقابتی ۴. قیمت گذاری روانی

۳۷- این نوع دامپینگ با تبانی بنگاههای یک یا چند کشور از طریق کارتل اعمال می شود به کدام یک از گزینه های زیر اشاره دارد؟

۱. دامپینگ ارزی ۲. دامپینگ وارونه ۳. دامپینگ اتفاقی ۴. دامپینگ گروهی

۳۸- کدامیک از گزینه های زیر به عوامل خارجی موثر بر سازماندهی فعالیتهای بازاریابی اشاره دارد؟

۱. فرهنگ حاکم بر شرکت ۲. هدف و آرمانهای شرکت ۳. استراتژی مورد استفاده شرکت در ورود به بازار ۴. نوع مشتری و میزان پراکندگی آنها در محیط

۳۹- از مزایای این نوع ساختار سازمانی، توانایی آن در عکس العمل سریع نسبت به برنامه های خاص تولیدی در بازار است، تعریف کدام یک از گزینه های زیر است؟

۱. ساختار سازمانی بر مبنای مشتری ۲. ساختار سازمانی بر مبنای محصول ۳. ساختار سازمانی ترکیبی ۴. ساختار سازمانی بر مبنای وظیفه

سری سوال: ۱ یک

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

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی (چندبخشی) (۱۲۱۸۰۷۹ - ، مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین الملل)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی) ۱۲۱۸۱۴۵

۴۰- کدام گزینه به اولین مرحله از فرآیند برنامه ریزی بازاریابی اشاره دارد؟

۱. انتخاب بازار هدف
۲. بررسی بازار
۳. بررسی شرایط رقابت
۴. تعیین استراتژی رقابت

SoalatPNU.ir
قیمت نمونه سوالات شامل تمامی نیمسال‌ها فقط ۷۵۰ تومان
مستقیماً از سایت ما خرید کنید

1218145 - 90-91-2

شماره سوال	پاسخ صحيح	وضعيت کليد
1	ب	عادي
2	الف	عادي
3	ج	عادي
4	ب	عادي
5	ب	عادي
6	ب	عادي
7	الف	عادي
8	الف	عادي
9	د	عادي
10	ب	عادي
11	ج	عادي
12	الف	عادي
13	ب	عادي
14	ج	عادي
15	ج	عادي
16	الف	عادي
17	الف	عادي
18	د	عادي
19	الف	عادي
20	ج	عادي
21	د	عادي
22	د	عادي
23	د	عادي
24	الف	عادي
25	ب	عادي
26	الف	عادي
27	ب	عادي
28	ب	عادي
29	ب	عادي
30	الف	عادي
31	د	عادي
32	ج	عادي
33	ج	عادي
34	الف	عادي
35	ب	عادي
36	الف	عادي
37	د	عادي
38	د	عادي
39	ب	عادي
40	ب	عادي

89-90-2





نام درس: بازاریابی بین المللی - بازاریابی بین الملل
رشته تحصیلی / کد درس: مدیریت بازرگانی سنتی (۱۲۱۸۱۴۵) - مدیریت صنعتی - سنتی - تجمیع (۱۲۱۸۰۷۹) زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۳۵ تشریحی: ۴۰
جبرانی ارشد - مدیریت بازرگانی (بازاریابی - بین الملل) (۱۲۱۸۱۴۵)
کد سری سؤال: یک (۱) استفاده از: -- مجاز است.

تنها با یاد اوست که دل‌ها آرام می‌گیرد.

۱. این جمله از کدام متفکر در رشته بازاریابی است:
« هدف بازاریابی، فروش فراوان است. هدف شناختن و درک مشتری به نحوی است که کالا و خدمات ارائه شده دقیقاً مناسب باشد »

الف. فلیپ کاتلر ب. پیتر دراگر ج. گری ارسترانگ د. دیوید اکر
۲. بیشترین تفاوت موجود بین بازاریابی داخلی و بین المللی مربوط به چیست؟
الف. مقررات دولتی ب. تفاوت‌های فرهنگی ج. تفاوت‌های محیطی د. تکنیک‌های بازاریابی
۳. کدام گزینه زیر به مفهوم نحوه بهره‌گیری مردم از توانایی‌های خود می‌باشد؟
الف. فرهنگ سیاسی ب. فرهنگ اقتصادی ج. فرهنگ تکنولوژیک د. فرهنگ ارزشی
۴. به وظیفه کدام گزینه، هدایت افراد یا سازمان‌ها در شناخت کالا و خدمات و ترغیب آنها نسبت به ترجیح دادن کالا و در نهایت خرید و مصرف کالا است؟

الف. بازاریابی ب. توزیع ج. بازاریابی بین الملل د. ارتباطات
۵. در این مرحله از مراحل مذاکره، مذاکرات توسط هیأت نمایندگی طرفین به طور جدی آغاز و ادامه می‌یابد؟
الف. مذاکره گسترده ب. پیش مذاکره ج. مذاکره تلفیقی د. تصمیم‌گیری و اقدام
۶. کدام گزینه به اقدامات و قوانین دولتی در خصوص تجارت خارجی اشاره دارد؟
الف. تراز پرداختها ب. برنامه ریزی استراتژیک ج. خط مشی بازرگانی د. امور مالی بین المللی
۷. رفاه اقتصادی جهان در شرایط وجود موانع تعرفه‌ای چه وضعیتی پیدا می‌کند؟
الف. کاهش می‌یابد. ب. تغییر نمی‌کند. ج. افزایش می‌یابد. د. به مقدار جزئی افزایش می‌یابد.

۸. در این گروه بندی بازار بین المللی، نیروی کار و سرمایه به آسانی قابل مبادله است؟
الف. بازار مشترک ب. اتحادیه حقوق گمرکی ج. اتحادیه اقتصادی د. اتحادیه سیاسی
۹. یک ایدئولوژی مشخص و مشترک برای تمام ملل است و عقیده‌ای است در میان افراد یک ملت که آنها متفاوت یا بهتر از افراد ملل دیگر هستند؟

الف. سوسیالیسم ب. ناسیونالیسم ج. کمونیسم د. مردم‌گرایی
۱۰. این قوانین بیشتر بستگی به تصمیمات قبلی و پیشین دارد تا به شرح جزئیات فرائض و قواعد قانونی.
الف. قانون بین المللی ب. قانون کشوری ج. قانون عمومی د. قوانین منطقه‌ای
۱۱. کدام یک جزء مشکلات تحقیق بازاریابی در کشورهای مختلف نیست؟
الف. مشکلات فرهنگی ب. مشکلات اجتماعی ج. مشکلات تکنیکی د. مشکلات داده



نام درس: بازاریابی بین المللی - بازاریابی بین الملل
رشته تحصیلی / کد درس: مدیریت بازرگانی سنتی (۱۲۱۸۱۴۵) - مدیریت صنعتی - سنتی - تجمیع (۱۲۱۸۰۷۹) زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۳۵ تشریحی: ۴۰
جبرانی ارشد - مدیریت بازرگانی (بازاریابی - بین الملل) (۱۲۱۸۱۴۵)
کد سری سؤال: یک (۱) استفاده از: --- مجاز است.

۱۲. در این وضعیت از حالات مختلف توسعه جغرافیایی، شرکت با کیفیت مطلوب تولید و در تعداد محدودی از بازارها فعال است؟

الف. وضعیت با برتری تولید

ب. وضعیت برتر

ج. وضعیت با برتری موقعیت جغرافیایی

د. حالت ضعیف

۱۳. به شرکتی گفته می‌شود که تمام مسئولیت‌های صادرات از قبیل تحقیقات بازاریابی، تبلیغات، حمل و ... را با انعقاد قرارداد انجام می‌دهد؟

الف. توزیع کنندگان

ب. نمایندگی‌ها

ج. قرارداد مدیریت

د. شرکتهای مدیریت صادرات

۱۴. مهمترین عنصر برنامه بازاریابی کدام گزینه زیر می‌باشد؟

الف. مصرف کننده

ب. محصول

ج. توزیع

د. تبلیغات

۱۵. یکی از روشهای مهم برنامه ریزی تولید، در بازاریابی بین المللی چیست؟

الف. تصمیم گیری

ب. عرضه محصولات جدید

ج. پیش بینی دوره عمر محصول

د. ارتباطات بازاریابی

۱۶. در این استراتژی بازاریابی، بخش معینی از بازار هدف در نظر گرفته می‌شود و با گرفتن بازخور از مشتریان کیفیت و عملکرد کالا بهبود می‌یابد؟

الف. استراتژی صادرات

ب. استراتژی تفکیکی

ج. استراتژی تنوع محصول

د. استراتژی تخصیصی

۱۷. اولین قدم در انتخاب بسته برای یک بازار کدام مورد زیر است؟

الف. تعیین نیازها و احتیاجات ملی بازار آن کشور

ب. تعیین اهداف اقتصادی شرکت

ج. مقدار هزینه بسته بندی

د. زیبایی طرح بسته

۱۸. کدام یک از گزینه های زیر از عمده دلایل موفقیت شرکت در مدیریت کانال های توزیع است؟

الف. انتخاب، قرارداد، کنترل، ایجاد انگیزه

ب. واسطه یابی، انتخاب، قرارداد، کنترل

ج. قرارداد، ایجاد انگیزه، کنترل، واسطه یابی

د. مدیریت کانال، واسطه یابی، قرارداد، کنترل

۱۹. خرید از کدام خرده فروشی زیر به صورت Selfservice انجام می‌شود؟

الف. فروشگاههای زنجیره‌ای

ب. خریداران متشکل

ج. فروش از طریق پست

د. سوپر مارکتها

۲۰. وقتی ارتباط به صورت دسته جمعی صورت گیرد و یک یا چند نفر در یک زمان با عده زیادی تماس گیرند چه نامیده می‌شود؟

الف. فروش

ب. تبلیغات

ج. مذاکره

د. ارتباطات خارجی

۲۱. عبارتست از هر نوع تبلیغ غیر شخصی درباره اندیشه ها، کالاها یا خدماتی که بابت آن تبلیغ، پولی پرداخت می‌شود:

الف. آگهی

ب. روابط عمومی

ج. فروش شخصی

د. تبلیغات تجاری

نام درس: بازاریابی بین المللی - بازاریابی بین الملل
رشته تحصیلی / کد درس: مدیریت بازرگانی سنتی (۱۲۱۸۱۴۵) - مدیریت صنعتی - سنتی - تجمیع (۱۲۱۸۰۷۹) زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۳۵ تشریحی: ۴۰
جبرانی ارشد - مدیریت بازرگانی (بازاریابی - بین الملل) (۱۲۱۸۱۴۵)
کد سری سؤال: یک (۱) استفاده از: --- مجاز است.

۲۲. کدام مورد زیر از عوامل محیطی موثر بر قیمت گذاری می باشد؟

الف. دامنه تولید ب. تغییرات نرخ ارز ج. هدف های رقابتی د. خدمات پس از فروش

۲۳. حالتی از ماتریس BCG که نرخ رشد بازار بالا، ولی سهم بازار پائین است و شرکت به منابع مالی بیشتری نیاز دارد؟

الف. علامت ستاره ب. علامت گاو شیرده ج. علامت سگ د. علامت سؤال

۲۴. عوامل موثر بر سازماندهی به چند دسته تقسیم می شود؟

الف. عوامل مرتبط و غیر مرتبط ب. عوامل خارجی و داخلی
ج. عوامل محیطی و غیر محیطی د. عوامل اجتماعی و اقتصادی

۲۵. ساختار سازمانی شامل کدام گزینه است؟

الف. چارچوب سازمان و شبکه ارتباطات، تمرکز و عدم تمرکز، سلسله مراتب
ب. چارچوب سازمان و شبکه ارتباطات، سلسله مراتب، رسمیت و عدم رسمیت
ج. سلسله مراتب، تمرکز و عدم تمرکز، رسمیت و عدم رسمیت
د. چارچوب سازمان و شبکه ارتباطات، تمرکز و عدم تمرکز، رسمیت و عدم رسمیت

سوالات تشریحی

۱. انواع عوارض گمرکی را بنویسید و به اختصار شرح دهید. (۱ نمره)

۲. مزایا و معایب روش سرمایه گذاری مشترک در بازارهای خارجی را بنویسید. (۱/۵ نمره)

۳. ویژگی های عمده فروشان را بنویسید. (۱ نمره)

۴. وظایف روابط عمومی را بنویسید. (۱ نمره)

۵. شش مورد از انواع دامپینگ را نام برده و به اختصار شرح دهید. (۱/۵ نمره)

شماره سوال	پاسخ صحيح	وضعيت كليل
1	ب	عادي
2	ج	عادي
3	ب	عادي
4	د	عادي
5	الف	عادي
6	ج	عادي
7	الف	عادي
8	الف	عادي
9	ب	عادي
10	ج	عادي
11	ب	عادي
12	الف	عادي
13	د	عادي
14	ب	عادي
15	ج	عادي
16	د	عادي
17	الف	عادي
18	الف	عادي
19	د	عادي
20	ب	عادي
21	الف	عادي
22	ب	عادي
23	د	عادي
24	ب	عادي
25	د	عادي



نام درس: بازاریابی بین المللی - بازاریابی بین المللی
کد درس: ۱۴۱۸۱۴۵ (مدرسه بازاریابی) (۱۳۱۸۰۶۹) (مدرسه بازاریابی) (مدرسه بازاریابی)
رشته تحصیلی: گرایش: مدیریت بازاریابی ۱۴۱۸۱۴۵
مقطع: کارشناسی - سال تحصیلی: ۱۳۸۹ - نیمسال: اول - نمره: ۷ - نمره: ۷

- سئول ۱ صفحه ۶۳ انمره ۱
- سئول ۲ صفحه ۱۹۵ انمره ۱/۵
- سئول ۳ صفحه ۲۹۲ انمره ۱
- سئول ۴ صفحه ۳۲۹ انمره ۱
- سئول ۵ صفحه ۳۵۹ انمره ۱/۵

SoalatPNU.ir

مستقیماً از سایت ما خرید کنید

نیمسال‌ها فقط ۷۵۰ تومان

89-90-1



نام درس: بازاریابی بین الملل
رشته تحصیلی / گد درس: مدیریت صنعتی (سنتی - تجمیع ۱۲۱۸۰۷۹)
مدیریت بازرگانی (سنتی - جبرانی ارشد) (بازرگانی بین الملل - بازاریابی) (۱۲۱۸۱۴۵)
گد سری سوال: یک (۱)
استفاده از: —
مجاز است.

امام خمینی^(ره): این محرم و صفر است که اسلام را زنده نگه داشته است.

۱. ساختار سازمانی ماتریس، ترکیبی از ساختار سازمانی بر مبنای
 - الف. محصول و ساختار وظیفه‌ای می‌باشد.
 - ب. محصول و ساختار سازمانی بر مبنای مشتری می‌باشد.
 - ج. وظیفه و ساختار سازمانی بر مبنای مشتری می‌باشد.
 - د. محصول و ساختار سازمانی بر مبنای ناحیه می‌باشد.
۲. از جمله عوامل داخلی شرکت می‌باشد.
 - الف. تکنولوژی
 - ب. شرایط اقتصادی
 - ج. ظرفیت محیط
 - د. ساختار سازمانی
۳. در کدام نوع سیستم توزیع فروشنده حق فروش کالای رقیب را نداشته و فقط کالای تولید کننده خاص را که با او قرارداد دارد می‌تواند بفروشد؟
 - الف. توزیع برگزیده
 - ب. توزیع انحصاری
 - ج. توزیع وسیع
 - د. توزیع کانالی
۴. کدام مورد از وظایف کانال‌های توزیع می‌باشد؟
 - الف. مسئولیت انجام تبلیغات
 - ب. مشاوره به خریداران
 - ج. تعیین میزان کالای سفارشی
 - د. ارزیابی هزینه‌های تولید محصول
۵. علامت اختصاری S مفهوم کدام عامل مرتبط با توزیع را می‌رساند؟
 - الف. هزینه‌های سفارش
 - ب. هزینه‌های نگهداری
 - ج. هزینه‌های استاندارد
 - د. هزینه‌های انبارداری
۶. کدام مورد از عمده دلایل موفقیت شرکت در مدیریت کانال‌های توزیع می‌باشد؟
 - الف. ارتباط بین کانال‌های توزیع شرکت
 - ب. قرارداد
 - ج. سبک مدیریت
 - د. قیمت کالا
۷. در کدام روش مصرف کننده نهائی حق انتخاب ندارد؟
 - الف. فروش از طریق پست
 - ب. دستگاه خود پرداز (خودکار)
 - ج. حراج در خرده فروشی
 - د. خریداران متشکل
۸. روش بازاریابی عمودی عبارتست از تلفیق و زیر نظر شرکت.
 - الف. عمده فروشی و خرده فروشی
 - ب. فروش پستی و الکترونیکی
 - ج. تولید و توزیع
 - د. خرید و فروش



نام درس: بازاریابی بین الملل

رشته تحصیلی / کد درس: مدیریت صنعتی (سنتی - تجمیع ۱۲۱۸۰۷۹)

مدیریت بازرگانی (سنتی - جبرانی ارشد) (بازرگانی بین الملل - بازاریابی) (۱۲۱۸۱۴۵)

کد سری سوال: یک (۱)

استفاده از: —

مجاز است.

تعداد سوالات: تستی: ۲۵ تشریحی: ۵

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۳۰ تشریحی: ۳۰

۹. علت نهایی اختلاف و بی ثباتی سیاسی.....است.

الف. اختلاف فرهنگی

ب. اختلافات قومی

ج. مذهب

د. تکرار تغییرات در رژیم حکومتی

۱۰. قانونی که چندین کشور آن را پذیرفتند را قانون.....می گویند.

الف. قانون خاص

ب. قانون تجارت جهانی

ج. قانون نامه

د. قانون عمومی

۱۱. بازاریابان بین المللی در صورت بروز منازعات ترجیح می دهند از کدام طریق زیر برطرف کنند؟

الف. دادگاه لاهه

ب. دادگاه بین المللی

ج. میانجیگری

د. تجارت جهانی

۱۲. کدام یک از اقلام در بر چسب معمولی ارائه می شود؟

الف. تاریخ تولید

ب. کشور تولیدکننده

ج. تاریخ انقضاء محصول

د. ضمانت نامه

۱۳. فعالیت اصلی.....تنظیم نرخها و کرایه های حمل بین المللی است.

الف. ای - تی - یو ITU

ب. یا تا

ج. ایکائو

د. کمیسیون قانون تجارت بین الملل

۱۴. کدام مورد زیر هدف استانداردسازی کلیه آیین نامه های دولتی مؤثر بر تجارت را دنبال می کند؟

الف. اتحادیه حقوق گمرکی

ب. اتحادیه سیاسی

ج. بازار مشترک

د. اتحادیه اقتصادی

۱۵. افرادی که در غرب زندگی می کنند بیشتر به صورت.....و در شرق به صورت.....با هم ارتباط برقرار می کنند.

الف. غیرکلامی - کلامی

ب. کلامی - غیرکلامی

ج. موسیقی - دینی

د. علمی - دینی

۱۶. از ارکان مذاکرات بازاریابی می باشد.

الف. قیمت

ب. شرایط تحویل

ج. فرهنگ

د. افراد

۱۷. کلید ورود به فرهنگها می باشد.

الف. احترام به فرهنگ مقابل

ب. مذهب

ج. زبان

د. علم

۱۸. کدام گزینه از روشهای صادرات مستقیم است؟

الف. فروش داخلی

ب. شرکت های تجاری

ج. توزیع کنندگان

د. دلان

۱۹. بسیاری از تفاوت های موجود بین بازاریابی داخلی و بازار یابی بین المللی ماهیتاً مربوط به کدام مورد زیر می باشد؟

الف. ساختار صنعت

ب. تکنولوژی

ج. ساختار سازمان

د. محیط

۲۰. کدام مورد زیر جزء اطلاعات منابع بازاریابی به شمار می رود؟

الف. شبکه های توزیع

ب. ادغام و سرمایه گذاری مشترک

ج. عوارض گمرکی

د. اطلاعات اجتماعی

نام درس: بازاریابی بین الملل

رشته تحصیلی / کد درس: مدیریت صنعتی (سنتی - تجمیع ۱۲۱۸۰۷۹)

مدیریت بازرگانی (سنتی - جبرانی ارشد) (بازرگانی بین الملل - بازاریابی) (۱۲۱۸۱۴۵)

کد سری سؤال: یک (۱)

استفاده از: —

مجاز است.

تعداد سؤالات: تستی: ۲۵ تشریحی: ۵
زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۳۰ تشریحی: ۳۰

۲۱. اقتصاد صادرات مواد خام و اولیه جزء کدامیک از عوامل اقتصادی در بازاریابی بین المللی می باشد؟

- الف. اقتصاد بر اساس ساختار صنعت
ب. اقتصاد بر اساس درآمد ملی
ج. اقتصاد جایگزین
د. اقتصاد بر اساس تولید ناخالص داخلی
۲۲. اثرات تبلیغات عبارتند از:

- الف. ازدیاد کانالهای توزیع
ب. افزایش قیمت کالا
ج. کاهش ریسک
د. ایجاد احتیاج

۲۳. مرحله چهارم دوره تجارت و تولید عبارتست از:

- الف. رقابت وارداتی
ب. رقابت صادراتی
ج. قدرت صادراتی
د. تولیدات خارجی

۲۴. یکی از موفقترین توسعه های عمده در دنیای اقتصاد بعد از جنگ جهانی دوم می باشد.

- الف. تشکیل بازار مشترک
ب. دسته بندی های منطقه ای
ج. تشکیل اتحادیه های اقتصادی
د. راه اندازی شرکت های چند ملیتی

۲۵. صندوق بین المللی پول و بانک جهانی در چه تاریخی ایجاد شده اند؟

- الف. بعد از جنگ جهانی اول
ب. بعد از جنگ جهانی دوم
ج. سال ۱۹۸۰
د. ۱۹۹۰ میلادی

« سوالات تشریحی »

۱. در مورد اهداف و محدودیتهای کانالهای توزیع چه می دانید، به اختصار تشریح نمایید. (۱/۵ نمره)

۲. مشکلات مطرح در تحقیق بازاریابی در کشورهای مختلف را نام ببرید. (۱ نمره)

۳. ای - تی - یو - اینتلسات (ITU, intelsat) را شرح دهید. (۱ نمره)

۴. اهداف ارتباطات را نام برده و شرح دهید. (۱/۵ نمره)

۵. اهداف مناطق آزاد تجاری را شرح دهید. (۱ نمره)

شماره سوال	پاسخ صحيح	وضعيت کليد
1	د	عادي
2	د	عادي
3	ب	عادي
4	الف	عادي
5	ج	عادي
6	ب	عادي
7	د	عادي
8	ج	عادي
9	ج	عادي
10	د	عادي
11	ج	عادي
12	ب	عادي
13	ب	عادي
14	ج	عادي
15	ب	عادي
16	د	عادي
17	ج	عادي
18	ج	عادي
19	د	عادي
20	ب	عادي
21	الف	عادي
22	د	عادي
23	الف	عادي
24	ب	عادي
25	ب	عادي



مرکز آزمون
کلید سوالات تشریحی (محرمانه)

صفحه: ۱ از: ۱

نام درس: بازاریابی بین الملل

کد سری سؤال: ۱

کد درس: ۱۲۱۸۰۷۹ - ۱۲۱۸۱۴۵ - ۱۲۳۵۰۱۴ (تجميع سوالات)

رشته تحصیلی-گرایش: مدیریت صنعتی (ستی - تجميع) - بازرگانی (ستی) - جبرانی ارشد بازرگانی: (بازرگانی بین الملل - بازاریابی)

مقطع: کارشناسی سال تحصیلی: ۸۹-۹۰ نیمسال: اول *دوم ترم تابستان تاریخ آزمون: ۸۹/۱۰/۲۸ بارم: ۶ نمره

سوال ۱	صفحه ۲۷۶	(۱/۵ نمره)
سوال ۲	صفحه ۱۵۱	(۱ نمره)
سوال ۳	صفحه ۱۲۱	(۱ نمره)
سوال ۴	صفحه ۲۸	(۱/۵ نمره)
سوال ۵	صفحه ۷۵	(۱ نمره)

SoalatPNU.ir
قیمت نمونه سوالات شامل تمامی نیمسال ها فقط ۷۵۰ تومان
مستقیماً از سایت ما خرید کنید

88-89-2



نام درس: بازاریابی بین الملل
رشته تحصیلی و گد درس: مدیریت بازرگانی، صنعتی، تجمیع صنعتی ۱۲۱۸۱۴۵ - ۱۲۱۸۰۷۹
تعداد سوالات: تستی: ۲۵ تشریحی: ۵
زمان آزمون: تستی: ۳۵ تشریحی: ۳۵ دقیقه
آزمون نمره منفی دارد ○ ندارد ⊗
کد سری سؤال: یک (۱)
استفاده از: --
مجاز است.

امام علی^(ع): شرافت به خرد و ادب است نه به دارایی و نژاد.

۱. سیستمهای توزیع، جزئی از کدام یک از عناصر فرهنگ (فرهنگ جهانی) به شمار می‌روند؟
الف. فرهنگ زبان
ب. فرهنگ مذهب
ج. فرهنگ عادت در قبول ریسک
د. فرهنگ مادی
۲. «هدایت افراد یا سازمانها در شناخت کالا و خدمات و ترغیب آنها نسبت به ترجیح دادن کالا و در نهایت، خرید و مصرف کالا» وظیفه کدامیک از عوامل تاثیر گذار در فعالیتهای بازاریابی بین الملل می‌باشد؟
الف. تعلیم و تربیت
ب. ارتباطات
ج. سیستمهای توزیع
د. فرهنگ مادی
۳. حرکت به سمت یک توافقنامه از طریق حل مسائل، جزء کدام مرحله از مراحل مذاکره (دوره‌های مذاکرات) در فعالیتهای بازاریابی بین‌الملل می‌باشد؟
الف. تصمیم گیری و اقدام
ب. مذاکره گسترده
ج. مذاکره تلفیقی
د. پیش مذاکره
۴. «سندی که کلیه معاملات اقتصادی بین یک کشور و سایر کشورها را در دوره ای مشخص، که اصولاً یک سال است ثبت می‌کند» کدام یک از گزینه‌های زیر می‌باشد؟
الف. صورت سود و زیان
ب. صادرات و واردات مرئی
ج. تراز تجاری
د. تراز پرداختها
۵. کدامیک از گزینه‌های زیر جزء دلایل غیر اقتصادی برای رویکرد حمایت گرایی یا خط مشی بازرگانی می‌باشد؟
الف. حمایت از نیروهای داخلی
ب. موارد ضد دامپینگ
ج. بهبود روابط مبادله
د. حفظ حقوق طبقات خاصه جامعه
۶. «مرحله ای که اولین تغییرات در نحوه تولید به وجود آمده و نطفه صنعت بسته میشود و صنعت شروع به نشان دادن نقش خود در جامعه میکند» کدامیک از مراحل توسعه اقتصادی می‌باشد؟
الف. قبل از جهش
ب. جامعه سنتی
ج. مرحله جهش
د. مرحله بلوغ
۷. «تکرار تغییرات در حکمرانی، احزاب و گروه‌های» توضیح کدام یک از گزینه‌های زیر می‌باشد؟
الف. ناسیونالیزم
ب. شاخص‌های باثباتی
ج. سوسیالیزم
د. شاخص‌های بی ثباتی
۸. کدامیک از سازمانهای زیر مقرراتی را برای ارتباطات بین الملل از طریق رادیو، تلفن و تلگراف تشکیل می‌دهد؟
الف. یاتا
ب. آی-تی-یو
ج. ایکائو
د. ایلو
۹. روشهایی که برای جمع آوری داده‌های اطلاعاتی در بازارهای خارجی قابل استفاده میباشد کدام است؟
الف. مصاحبه و مشاهده
ب. مشاهده و تحلیل محتوا
ج. پرسشنامه و مشاهده
د. پرسشنامه و مصاحبه

نام درس: بازاریابی بین الملل

رشته تحصیلی و کد درس: مدیریت بازرگانی، صنعتی، تجميع صنعتی ۱۲۱۸۱۴۵ - ۱۲۱۸۰۷۹

تعداد سوالات: تستی: ۲۵ تشریحی: ۵
زمان آزمون: تستی: ۳۵ تشریحی: ۳۵ دقیقه
آزمون نمره منفی دارد ○ ندارد ⊗

کد سری سؤال: یک (۱)

استفاده از: --

مجاز است.

۱۰. «تعیین بازار فروش و امکان دستیابی به سهم پیش بینی شده بازار» تعریف کدام گزینه می باشد؟

الف. سازماندهی بازاریابی بین الملل

ب. برنامه ریزی بازاریابی بین الملل

ج. پیش بینی بازاریابی بین الملل

د. هماهنگی بازاریابی بین الملل

۱۱. این روش «تلاش سازمان یافته ای برای کسب اطلاعات خاص برای هدفهای خاصی است.» این تعریف مربوط به کدام روش جمع آوری اطلاعات می باشد؟

الف. تجسس

ب. راهنمایی

ج. نظاره گری

د. تحقیق

۱۲. «مشارکت و سرمایه گذاری مشترک» جزء کدامیک از استراتژی های ورود به بازار جهانی می باشد؟

الف. صادرات

ب. صادرات مستقیم

ج. تولید در خارج از کشور

د. قرارداد مدیریت

۱۳. کدام گزینه جزء استراتژی یکسان سازی تولید کالا در بازاریابی بین الملل می باشد؟

الف. مسائل فنی

ب. شرایط استفاده مختلف

ج. نقش دولتها

د. شهرت بین المللی کالا

۱۴. با کدام یک از استراتژی های زیر میتوان وارد بازار شد؟

الف. استراتژی صادرات محصول

ب. استراتژی تنوع محصول

ج. استراتژی تخصصی و تفکیکی محصول

د. استراتژی عدم تغییر محصول

۱۵. «هر کالایی که به بازار عرضه می شود، باید بیانگر یک نوع تناسب منطقی بین نیازهای بازار و منابع شرکت باشد» این تعریف مربوط به کدام یک از عوامل استاندارد کردن کالا می شود؟

الف. تقاضای بازار

ب. مطابقت با خط مشی و منابع شرکت

ج. تصمیمات و قوانین دولتی

د. صرفه جوی در عملیات تولیدی و بازاریابی

۱۶. کدام گزینه از عمده دلایل موفقیت شرکت در مدیریت کانالهای توزیع می باشد؟

الف. ایجاد انگیزه

ب. ایجاد واسطه

ج. خصوصیت محصول

د. خصوصیت مشتری

۱۷. «تلفیق تولید و توزیع زیر نظر شرکت»، مربوط به کدام یک از گزینه های زیر می باشد؟

الف. روش لجستیک

ب. روش بازاریابی عمودی

ج. روش بازاریابی افقی

د. روش بازاریابی مستقیم

۱۸. کدام گزینه جزء عناصر تبلیغاتی محسوب می شود؟

الف. آگهی

ب. تابلوهای تبلیغاتی

ج. کاتالوگ

د. گزارشهای سالیانه و بولتن شرکت

۱۹. «تاثیر گذاری سریع بر مشتری» هدف کدام فعالیت زیر می باشد؟

الف. فعالیتهای تبلیغات

ب. فعالیتهای روابط عمومی

ج. فعالیتهای مشاوره ای

د. فعالیتهای ایجاد ارتباط

نام درس: بازاریابی بین الملل

رشته تحصیلی و کد درس: مدیریت بازرگانی، صنعتی، تجميع صنعتی ۱۲۱۸۱۴۵ - ۱۲۱۸۰۷۹

تعداد سوالات: تستی: ۲۵ تشریحی: ۵

زمان آزمون: تستی: ۳۵ تشریحی: ۳۵ دقیقه

آزمون نمره منفی دارد ○ ندارد ⊗

کد سری سؤال: یک (۱)

استفاده از: --

مجاز است.

۲۰. « ساختار بازاری است، که دارای مشخصه» تعداد زیادی خریدار و فروشنده است و معاملات هر یک از آنها نسبت به محصول کل صنعت به قدری ناچیز است که آنها نمیتوانند قیمت کالا را تحت تاثیر قرار دهند» تعریف کدام یک از مبانی اقتصادی قیمت گذاری می باشد؟

الف. انحصار خالص ب. رقابت انحصاری ج. بازار رقابت خالص د. بازار چند قطبی

۲۱. خدمات پس از فروش جزء کدامیک از عوامل موثر بر قیمت گذاری می باشد؟

الف. عوامل شرکت و تولید ب. عوامل بازار

ج. عوامل محیطی د. عوامل فروش

۲۲. در این شیوه قیمت گذاری، پتانسیل بازار به ویژه بازار هدف، ارزیابی شده و تغییرات قیمت در دوره های مختلف تخمین زده می شود؟

الف. روش قیمت گذاری بر اساس هزینه ب. روش قیمت گذاری رقابتی

ج. روش قیمت گذاری متفاوت د. روش قیمت گذاری براساس بازار

۲۳. این نوع دامپینگ را بنگاه ها به منظور رهایی از ذخایر کالای خود اعمال میکنند و پس از دستیابی بنگاه به هدفشان، متوقف می شود؟

الف. دامپینگ وارونه ب. دامپینگ اتفاقی و موقت

ج. دامپینگ تناوبی و فصلی د. دامپینگ خاص یا مستقیم

۲۴. این نوع ساختار، ترکیبی از ساختار سازمانی بر مبنای محصول و ساختار سازمانی بر مبنای ناحیه می باشد؟

الف. ساختار سازمانی ادوکراسی ب. ساختار سازمانی جغرافیای

ج. ساختار سازمانی ترکیبی د. ساختار سازمانی ماتریسی

۲۵. خطوطی که عضو اتحادیه حمل و نقل دریایی می باشند و در اکند راه های تجارتی کار می کنند توضیح کدام یک از گزینه های زیر می باشند؟

الف. خطوط سمینار ب. خطوط مستقل ج. خطوط کنفرانس د. کشتی های اتفاقی

سؤالات تشریحی:

۱. چهار مورد از تفاوت های بازارهای داخلی و خارجی را نام برده و بازاریابی تطبیقی را توضیح دهید. (۲ نمره)

۲. عوامل موثر در شکل گیری استراتژی بازاریابی را نام برده، یک مورد را به دلخواه توضیح دهید. (۱ نمره)

۳. کانالهای اصلی توزیع را نام ببرید، و یک مورد را به دلخواه توضیح دهید. (۱ نمره)

۴. حالت های ماتریس گروه مشاورین بوستون (BCG) را با رسم ماتریس توضیح دهید. (۱ نمره)

۵. انواع معاملات متقابل را نام برده و یک مورد آنرا توضیح دهید. (۱ نمره)

شماره سوال	پاسخ صحيح	وضعيت كليد
1	د	عادي
2	ب	عادي
3	ج	عادي
4	د	عادي
5	د	عادي
6	الف	عادي
7	د	عادي
8	ب	عادي
9	ج	عادي
10	ب	عادي
11	د	عادي
12	ج	عادي
13	د	عادي
14	ج	عادي
15	ب	عادي
16	الف	عادي
17	ب	عادي
18	الف	عادي
19	الف	عادي
20	ج	عادي
21	ب	عادي
22	د	عادي
23	ج	عادي
24	د	عادي
25	ج	عادي



نام درس: بازرگانی بین الملل
کد درس: ۱۲۱۸۱۴۵ = ۱۲۱۸۰۷۹
رشته تحصیلی: گرایش: حساب بازرگانی، صفحی (تجميع صفحی)
مقطع: کارشناسی ... سال تحصیلی: ۸۹-۸۸ نیمسال: اول ... نوبت: ۱ ... نمره: ۸۹ ... بارم: ۴ ... نمره

سوال ۱	صفحات ۷ و ۴	نمره ۲
۲	۱۷۸ الی ۱۷۵	نمره
۳	۲۸۳ الی ۲۸۱	"
۴	۳۴۶ الی ۳۴۵	"
۵	صفحه ۳۶۵	"

بانک سوال

SoalatPNU.ir
شامل تمامی نیمسال ها و نوبت ها
مستقیماً از سایت ما خرید کنید
۲۸۰ تومان

88-89-1



نام درس: بازاریابی بین المللی	تعداد سوالات: تستی: ۲۵ تشریحی: ۵
رشته تحصیلی و کد درس: مدیریت بازرگانی - مدیریت صنعتی (ستى - تجميع)	زمان آزمون: تستی: ۳۰ تشریحی: ۳۰ دقیقه
۱۲۱۸۱۴۵ - ۱۲۱۸۰۷۹	آزمون نمره منفی دارد ○ ندارد ⊗
کد سرى سؤال: یک (۱)	استفاده از: -- مجاز است.

امام علی^(ع): برتری مردم به یکدیگر، به دانش‌ها و خردهااست؛ نه به ثروت‌ها و تبارها.

- کدام گزینه بیان کننده مفهوم بازاریابی بین المللی از دیدگاه پیتر دراگر می باشد؟
 الف. یافتن جایگاه مناسب در بازار مصرف می باشد
 ب. شناختن و درک مشتری به نحوی که کالا یا خدمات ارائه شده دقیقاً منطبق با نیازهای او باشد
 ج. شناخت آنچه مردم یا بازار می خواهند و می جویند
 د. مجموعه‌ای از فعالیتهای انسانی و اقتصادی هدایت شده که در جهت ارضای نیازهای جامعه است
- کدامیک از گزینه های زیر از جمله عوامل سیاسی در محیط بازاریابی بین المللی است؟
 الف. قومیت
 ب. بوروکراسی دولتی
 ج. اقتصاد جایگزین
 د. درآمد بسیار پایین خانوارها
- عوامل مؤثر بر توانایی نفوذ یک شرکت خارجی کدام گزینه زیر است؟
 الف. سطح آموزش عمومی کشور میزبان
 ب. توسعه یافتگی کانالهای توزیع
 ج. رضایت مندی عموم از خدمات
 د. گستردگی برنامه‌های تبلیغاتی
- در کدامیک از مراحل مذاکره، طرفین برای حصول موفقیت به سمت امضای موافقت نامه حرکت می کنند؟
 الف. مذاکره گسترده
 ب. پیش مذاکره
 ج. مذاکره تلفیقی
 د. تصمیم گیری و اقدام
- کدامیک از ابزارهای اصلی خط مشی بازرگانی کاملترین وسیله نظارت بر تجارت خارجی است؟
 الف. کنترل ارز
 ب. قوانین اداری
 ج. تعرفه‌های گمرکی
 د. سهمیه‌ها
- کدام گزینه از مشخصات کالا بیشتر تابع مقررات قانونی است؟
 الف. وزن خالص
 ب. بسته بندی
 ج. برچسب کالا
 د. طریقه استفاده
- اطلاع داشتن از رفتار خریداران و فرایندهای تصمیم، نشان دهنده کدامیک از مشکلات فرهنگی در تحقیق بازاریابی است؟
 الف. مشکل زبان
 ب. سازمان اجتماعی
 ج. کسب پاسخ
 د. به روز نبودن
- سیاستهای حمایتی و اتوماسیون به ترتیب جزء کدام گروه از اطلاعات بازاریابی است؟
 الف. عمومی - منابع
 ب. عمومی - بازار
 ج. بازار - دستوری
 د. دستوری - منابع
- کدامیک از روشهای تجزیه و تحلیل اطلاعات در تحقیقات بازاریابی کاربرد ندارد؟
 الف. تکنیک حداقل مجذورات
 ب. تحلیل محتوا
 ج. سری‌های زمانی
 د. پیش بینی تقاضا

نام درس: بازاریابی بین المللی	تعداد سوالات: تستی: ۲۵ تشریحی: ۵
رشته تحصیلی و کد درس: مدیریت بازرگانی - مدیریت صنعتی (ستتی - تجميع)	زمان آزمون: تستی: ۳۰ تشریحی: ۳۰ دقیقه
۱۲۱۸۱۴۵ - ۱۲۱۸۰۷۹	آزمون نمره منفی دارد ○ ندارد ⊗
کد سری سؤال: یک (۱)	استفاده از: --
	مجاز است.

۱۰. از دیدگاه لورچ و گوگل، وضعیت با برتری موقعیت جغرافیایی در بر گیرنده کدامیک از حالت‌های زیر است؟
- الف. اتکا به کیفیت مطلوب تولید در تعداد محدودی از بازارهای فعال
- ب. اکتفا بر تعداد زیادی از بازارهای جهانی با کیفیت پایین
- ج. عدم توجه به کیفیت تولید با وضعیت جغرافیایی ضعیف
- د. اتکا به توانایی‌های رقابتی شرکت در بازارهای جهانی
۱۱. «استراتژیهای تطبیق داده شده» جزء کدامیک از عوامل مؤثر بر توسعه استراتژی بازاریابی بین المللی است؟
- الف. عوامل شرکت ب. عوامل بازار ج. عوامل رقابتی د. عوامل جغرافیایی
۱۲. "مونتاز" جزء کدامیک از دسته‌بندی‌های استراتژی ورود به بازار جهانی است؟
- الف. صادرات غیر مستقیم ب. صادرات مستقیم
- ج. سرمایه گذاری غیر مستقیم د. تولید در خارج از کشور
۱۳. در کدامیک از روشهای صادرات مستقیم پرداخت کمیسیون مورد توجه می‌باشد؟
- الف. نمایندگی‌ها ب. توزیع کنندگان ج. قرارداد مدیریت د. فرانشیز
۱۴. در توافق نامه‌های اعطای امتیاز کدام گزینه از ارکان آن می‌باشد؟
- الف. خدمات مالی ب. فروش محصول ج. فروش مهارت د. خدمات مدیریت
۱۵. سومین مرحله از فرایند طراحی و تولید محصول در بازارهای بین المللی چیست؟
- الف. ارائه ایده‌های نوین برای کالاهای جدید
- ب. مرتبط ساختن کالا با نیازهای ویژه مصرف کنندگان
- ج. تعیین استراتژی بازاریابی برای کالای جدید
- د. تجزیه و تحلیل تجاری
۱۶. تولید و توزیع کالا به طور یکسان و یکنواخت، نشان دهنده کدامیک از دلایل استراتژی یکسان سازی در تولید کالا است؟
- الف. صرفه جویی اقتصادی در بازاریابی
- ب. اثر تکنولوژی
- ج. صرفه جویی اقتصادی در تولید
- د. تحریک مصرف کننده
۱۷. در کدامیک از استراتژیهای بازاریابی، قطعات محصول و محصولات قبلی و بعدی آن نیز تولید می‌شود؟
- الف. استراتژی تفکیکی ب. استراتژی تنوع عمودی ج. استراتژی صادرات د. استراتژی تنوع افقی

تعداد سوالات: تستی: ۲۵ تشریحی: ۵
زمان آزمون: تستی: ۳۰ تشریحی: ۳۰ دقیقه
آزمون نمره منفی دارد ○ ندارد ⊗

نام درس: بازاریابی بین المللی
رشته تحصیلی و کد درس: مدیریت بازرگانی - مدیریت صنعتی (ستتی - تجميع)

۱۲۱۸۱۴۵ - ۱۲۱۸۰۷۹

کد سری سؤال: یک (۱)

استفاده از: --

مجاز است.

۱۸. در بخش خدمات توریستی و امور تبلیغاتی کدام کانال توزیع مورد بهره برداری قرار می گیرد؟

الف. تولید کننده ← کارگزار ← خرده فروش

ب. تولید کننده ← کارگزار ← عمده فروش ← خرده فروش

ج. تولید کننده ← عمده فروش ← خرده فروش ← مصرف کننده

د. تولید کننده ← کارگزار ← مصرف کننده

۱۹. در کدام نوع از ارائه خدمات، خرده فروش می تواند فروش بیشتری داشته باشد؟

الف. مبادله اطلاعات ب. خدمات پس از فروش ج. فروش نسیه و اعتباری د. تخفیف دادن

۲۰. در کدام نوع از انواع خرده فروشی پرداخت به طور متمرکز صورت می پذیرد؟

الف. فروشگاههای بزرگ ب. سوپر مارکتها ج. مراکز خرید د. فروشگاههای زنجیره ای

۲۱. این نوع تبلیغات در مرحله رقابت مؤثر است و به صورت مقایسه ای عملکرد دو یا چند کالا را به مصرف کننده نشان می دهند؟

الف. تبلیغات ترغیب کننده ب. تبلیغات یادآوری

ج. تبلیغات آگاهی دهنده د. تبلیغات اطلاعی

۲۲. فعالیتهای ترویج فروش جزء کدامیک از انواع آژانسهای تبلیغاتی است؟

الف. عمومی ب. محلی ج. بین المللی د. اختصاصی

۲۳. در کدامیک از بازارها اتخاذ یک سیاست از سوی یک فروشنده می تواند در وضع بازار و سایر فروشندگان مؤثر باشد؟

الف. رقابت انحصاری ب. انحصار خالص ج. رقابت خالص د. چند قطبی

۲۴. کدام گزینه از جمله سیاست تحدیدی مورد استفاده در بازرگانی خارجی است؟

الف. افزایش سود بازرگانی ب. تدبیر ارزی

ج. اعمال سیاست تعلیق د. برقراری جایزه صدور

۲۵. « برنامه ریزی یعنی طراحی آینده و راههای رسیدن به آن به طور مؤثر » از تعاریف کدامیک از صاحب نظران می باشد؟

الف. پیرین ب. آکوف ج. ایروینگ د. گوردون

نام درس: بازاریابی بین‌المللی	تعداد سوالات: تستی: ۲۵ تشریحی: ۵
رشته تحصیلی و کد درس: مدیریت بازرگانی - مدیریت صنعتی (ستتی - تجميع)	زمان آزمون: تستی: ۳۰ تشریحی: ۳۰ دقیقه
۱۲۱۸۰۷۹ - ۱۲۱۸۱۴۵	آزمون نمره منفی دارد ○ ندارد ⊗
کد سری سؤال: یک (۱)	استفاده از: -- مجاز است.

« سوالات تشریحی »

۱. عناصر ششگانه فرهنگ عام را نام ببرید، ۲ مورد را به اجمال توضیح دهید. (۱/۵ نمره)
۲. ارکان اساسی سیستم اطلاعاتی بازاریابی را نام ببرید. (۱ نمره)
۳. معیارهای انتخاب یک نماینده فروش را نام ببرید. (۱/۵ نمره)
۴. کانالهای توزیع را تعریف کرده و ۳ مورد از خدماتی که در توزیع به خریداران ارائه می‌شود را نام ببرید. (۱/۵ نمره)
۵. روابط عمومی را به طور کامل تعریف کنید. (۱ نمره)

شماره سوال	پاسخ صحيح	وضعيت كليلد
1	ب	عادي
2	ب	عادي
3	الف	عادي
4	ج	عادي
5	الف	عادي
6	ج	عادي
7	ب	عادي
8	د	عادي
9	ب	عادي
10	ب	عادي
11	ج	عادي
12	د	عادي
13	ب	عادي
14	د	عادي
15	ب	عادي
16	ج	عادي
17	ب	عادي
18	د	عادي
19	ج	عادي
20	ب	عادي
21	الف	عادي
22	الف	عادي
23	د	عادي
24	الف	عادي
25	ب	عادي



نام درس: بازارهای مالی - الماس
کد درس: ۱۲۱۸۱۴۵ - ۱۲۱۸۰۷۹
رشته تحصیلی: گرایش: مدیریت بازرگانی - مدیریت (سنتی، کلیه)
مقطع: کارشناسی - سال تحصیلی: ۸۸-۸۹ نیمسال: اول ۷ نوبت: نوبت تابستان تاریخ آزمون: ۸۸/۱/۲۹ بارم: ۲۰۵ نفره

سوال ۱	صفحه ۱۷	۱۵ مرد
۲	۱۶۰	۱ مرد
۳	۱۸۸	۱۱۵ مرد
۴	۲۷۴	۱۱۵ مرد
۱۵	۳۲۹	۱ مرد

SoalatPNU.ir
قیمت نمونه سوالات شامل تمامی نیمسالها فقط ۷۵۰ تومان
مستقیماً از سایت ما خرید کنید

87-88-1



نام درس: بازاریابی بین الملل

تعداد سؤال: ۲۰

نوع

تکمیلی

نشری ۵

رشته تحصیلی: گرایش: مدیریت بازرگانی - مدیریت صنعتی - تجميع صنعتی زمان امتحان: تستی و تکمیلی ۳۰ دقیقه تشریحی ۵۰ دقیقه

کد درس: مدیریت بازرگانی: ۱۲۱۸۱۴۵ - مدیریت صنعتی: ۱۲۱۸۰۷۹ - تجميع صنعتی: ۱۲۱۸۰۷۹ تعداد کل صفحات: ۲

۱. بازاریابی بین المللی با کدامیک از گزینه های زیر ارتباط نزدیکی دارد؟
 - الف. با سطح عمومی قیمت ها
 - ب. با سطح رقابت
 - ج. با سطح کیفیت کالاها و خدمات
 - د. با سطح تقاضای ملی
۲. مهمترین تفاوت بازاریابی داخلی با بازاریابی بین المللی در چیست؟
 - الف. در محیط بازاریابی
 - ب. در استراتژی های بازاریابی
 - ج. در آمیخته های بازاریابی
 - د. در برنامه های بازاریابی
۳. ابزار، مصنوعات و تکنولوژی بیانگر کدامیک از عوامل تشکیل دهنده فرهنگ جهانی است؟
 - الف. فرهنگ معنوی
 - ب. هنر
 - ج. فرهنگ نامشهود
 - د. فرهنگ مادی
۴. کدامیک از گزینه های زیر بیانگر ارکان مذاکرات بازاریابی است؟
 - الف. ساختار، افراد، اطلاعات
 - ب. هدف، افراد، اطلاعات
 - ج. ساختار، افراد، تکنولوژی
 - د. هدف، افراد، تکنولوژی
۵. در کدام مرحله از مراحل مذاکرات تجاری، مذاکرات توسط هیات نمایندگی طرفین بطور جدی آغاز می شود؟
 - الف. در مرحله پیش مذاکره
 - ب. در مرحله تصمیم گیری و اقدام
 - ج. در مرحله مذاکره گسترده
 - د. در مرحله مذاکره تلفیقی
۶. کدامیک از گزینه های زیر بیانگر سیاست های عمده مرکانتی لیست ها است؟
 - الف. ملی گرایی، تمرکز طلا، افزایش صادرات
 - ب. ملی گرایی، تمرکز طلا، تراز تجاری منفی
 - ج. ملی گرایی، تمرکز طلا، افزایش واردات
 - د. ملی گرایی، تمرکز طلا، تراز مطلوب تجاری
۷. به سندی گفته می شود که در آن کلیه معاملات اقتصادی بین یک کشور با سایر کشورها در طی دوره ای مشخص به ثبت می رسد.
 - الف. ترازنامه
 - ب. اعتبار اسنادی
 - ج. تراز پرداخت ها
 - د. صورت سود و زیان
۸. متداولترین محدودیت وارداتی برای کالاهای خارجی در سیستم بازرگانی بین المللی کدام است؟
 - الف. محدودیت تعرفه ای
 - ب. محدودیت فرهنگی
 - ج. محدودیت تجاری مالی
 - د. محدودیت بهداشتی - زیست محیطی
۹. کاملترین وسیله نظارت بر تجارت خارجی کدام است؟
 - الف. اعمال سهمیه های وارداتی
 - ب. کنترل ارز
 - ج. دامپینگ
 - د. تیم های بازرسی
۱۰. بر اساس طبقه بندی روستو، در کدام مرحله از مراحل توسعه، صنعت شکل می گیرد؟
 - الف. مرحله تولید انبوه
 - ب. مرحله جهش
 - ج. مرحله قبل از جهش
 - د. مرحله بلوغ
۱۱. دو نقش اصلی دولت ها در اقتصاد کدام است؟
 - الف. نقش تسهیل کننده، نقش تقنینی
 - ب. نقش مداخله کننده، نقش تنظیم کننده
 - ج. نقش تسهیل کننده، نقش تنظیم کننده
 - د. نقش مداخله کننده، نقش تقنینی

نام درس: بازاریابی بین الملل

تعداد سؤال: ۲۰ سئى تکمیلی .. تشریحى ۵

رشته تحصیلی: گرایش: مدیریت بازرگانی- مدیریت صنعتی- تجميع صنعتی زمان امتحان: تستی و تکمیلی ۳۰ دقیقه تشریحى ۵۰ دقیقه

کد درس: مدیریت بازرگانی: ۱۲۱۸۱۴۵- مدیریت صنعتی: ۱۲۱۸۰۷۹- تجميع صنعتی: ۱۲۱۸۰۷۹ تعداد کل صفحات: ۲

۱۲. گزینه صحیح درباره دادخواهی به عنوان راه حلی برای رفع منازعات تجاری بین الملل کدام است؟

الف . بازاریابان از دادخواهی به عنوان آخرین راه چاره استفاده می کنند

ب . دادخواهی نقاط ضعف روش حکمیت را برطرف می کند

ج . دادخواهی به عنوان روشی سریع و کم هزینه محسوب می شود

د . دادخواهی ، امکان تبعیض در قضاوت دادگاههای خارجی را کاهش می دهد

۱۳. تفاوت زبان درکشورهای مختلف بیانگر کدام یک از مشکلات تحقیق بازاریابی است؟

الف. مشکلات تکنیکی ب . مشکلات فرهنگی ج . مشکلات فنی د. مشکلات اجتماعی

۱۴. کدام دسته از اطلاعات زیر، براساس مقررات و قوانین یک کشور اعم از کشور مبدا یا مقصد به وجود می آید؟

الف . اطلاعات دستوری ب . اطلاعات منابع ج . اطلاعات عمومی د . اطلاعات مربوط به بازار

۱۵. به حالتی گفته می شود که در آن یک شرکت در تعداد زیادی از بازارهای خارجی با محصولات بی کیفیت حضور دارد؟

الف . وضعیت برتر ب . وضعیت با برتری تولید

ج . وضعیت با برتری موقعیت جغرافیایی د . وضعیت ضعیف

۱۶. کدام یک از گزینه های زیر جزو روشهای صادرات مستقیم محسوب می شود؟

الف . فروش ب . فرانشیز

ج . شرکتهای مدیریت صادرات د . دلان و نمایندگان صادرات

۱۷. کدامیک از عوامل زیر نوع بسته بندی کالاهای صنعتی را بیشتر تحت تاثیر قرار می دهد؟

الف . عوامل اقتصادی ب . عوامل فنی و تکنولوژیکی

ج . عوامل فرهنگی د . عوامل رفتاری

۱۸. کدامیک از گزینه های زیر از جمله دلایل موفقیت شرکتهای در مدیریت کانالهای توزیع محسوب می شود؟

الف . تکنولوژی توزیع ب . ارتباطات ج . انتخاب د . مهندسی مجدد

۱۹. استفاده از کدام یک از انواع تبلیغات ، در مرحله رقابت موثرتر است؟

الف . تبلیغات کنترلی ب . تبلیغات اطلاعی ج . تبلیغات ترغیب کننده د . تبلیغات یادآوری

۲۰. تغییرات نرخ ارز جزو کدامیک از عوامل موثر بر قیمت گذاری ارزیابی بین المللی است؟

الف . عوامل محیطی ب . عوامل بازار ج . عوامل شرکت د . عوامل تولید

سوالات تشریحی

۱. بازاریابی بین المللی را تعریف کنید .

۲. سه روش عمده مذاکرات بازاریابی را شرح دهید .

۳. تولید در خارج از کشور بعنوان یکی از استراتژیهای ورود به بازارهای خارجی شامل چه روشهایی است؟ آنها را نام ببرید.

۴. مراحل سیکل عمر کالا را به کمک یک نمودار نشان دهید.

۵. دامپینگ را تعریف کنید و پنج نوع آن را نام ببرید.

شماره سوال	پاسخ صحيح	وضعيت كليد
1	ب	عادي
2	الف	عادي
3	د	عادي
4	ب	عادي
5	ج	عادي
6	د	عادي
7	ج	عادي
8	الف	عادي
9	ب	عادي
10	ج	عادي
11	ب	عادي
12	الف	عادي
13	ب	عادي
14	الف	عادي
15	ج	عادي
16	ب	عادي
17	الف	عادي
18	ج	عادي
19	ج	عادي
20	الف	عادي



پاسخ سؤالات تشریحی درس تأثیرات اجتماعی بر محیط رشته: مدیریت بازرگانی - حقوقی صفحه: ۵

محرمانه مستقیم

توضیح طراح سؤال

سال تحصیلی ۸۷-۸۸ نیمسال اول ☒ نیمسال دوم ☐ بارم: ۱ از ۵ ۵

سؤال ۱
۳ ر ۴
۲
۳
۴
۵

۳۶ و ۳۵۹ و ۳۵۶

SoalatPNU.ir
قیمت نفوذ سوالات شما تمامی نیمسالها فقط ۷۵۰ تومان
مستقیماً از سایت ما خرید کنید