نمونه سوالات : اصول بازار یابی

۱(۱۰۱۰) کدام نوع از نمونه گیری ها شامل افراد یا اقلامی است که انتخاب آنها به دلیل ویژگی های خاص آنهاست؟

۱(۱۰۱۰) نمونه گیری سهمیه ای
۲(۱۰۱۰) نمونه گیری قضاوتی
۳(۱۰۱۰) نمونه گیری غیراحتمالی
۴(۱۰۱۰) نمونه گیری منطقه ای

۲(۱۰۱۰)کدام مورد زیر جزء 6p می باشد؟

۱(۱۰۱۰) محصول
۲(۱۰۱۰) کالا
۳(۱۰۱۰) فروش
۴(۱۰۱۰) تبلیغات

۳(۱۰۱۰) چهارمین مرحله از هرم مراحل فرایند تحقیق کدام است؟

۱(۱۰۱۰) تعریف مساله
۲(۱۰۱۰) تعیین نمونه
۳(۱۰۱۰) بردازش اطلاعات
۴(۱۰۱۰) تعیین منابع اخذ اطلاعات

۴(۱۰۱۰) خریداران اولیه چند درصد از 5 گروه انتخاب کنندگان محصولات در زمان را تشکیل می دهند؟

۱(۱۰۱۰) 16٪
۲(۱۰۱۰) ٪ 34
۳(۱۰۱۰) 2.5٪
۴(۱۰۱۰) 13.5٪

۵(۱۰۱۰) در کدام مرحله منحنی رشد ،فروش به کندی افزایش می یابد و سودی وجود ندارد؟

۱(۱۰۱۰) مرحله رشد
۲(۱۰۱۰) مرحله بلوغ
۳(۱۰۱۰) مرحله معرفی
۴(۱۰۱۰) مرحله افول

۶(۱۰۱۰) یکی از بنیادی ترین و مهم ترین فعالیت های بازاریابی کدام است؟

۱(۱۰۱۰) توزیع
۲(۱۰۱۰) حمل و نقل
۳(۱۰۱۰) خدمات بازاریابی
۴(۱۰۱۰) بسته بندی

۷(۱۰۱۰) مطلوب ترین حالتی که یک بازاریاب با آن روبه رو می شود کدام است؟

۱(۱۰۱۰) تقاضای کامل
۲(۱۰۱۰) تقاضای واقعی
۳(۱۰۱۰) تقاضای بالفعل
۴(۱۰۱۰) تقاضای مخفی

۸(۱۰۱۰) مهم ترین و مشکل ترین وظیفه یک بازاریاب در کدام قسمت قرار می گیرد؟

۱(۱۰۱۰) آداب و رسوم و مقررات جامعه
۲(۱۰۱۰) شناخت فرهنگ
۳(۱۰۱۰) انگیزش
۴(۱۰۱۰) قبول عضویت فرد در یک گروه کار

۹(۱۰۱۰) کدام نوع از نمونه گیری ها بر حسب قضاوت و نظر محقق انتخاب می شود؟

۱(۱۰۱۰) نمونه گیری غیر احتمالی
۲(۱۰۱۰) نمونه گیری سهمیه ای
۳(۱۰۱۰) نمونه گیری ساده
۴(۱۰۱۰) نمونه گیری طبقه بندی شده

۱۰(۱۰۱۰) در کدام روش رابطه علت و معلولی بین دو بدیده کشف و اندازه گیری می شود؟

۱(۱۰۱۰) تحقیق اکتشافی

۲(۱۰۱۰) تحقیق توصیفی

۳(۱۰۱۰) تحقیق تجربی

۴(۱۰۱۰) تحقیق خوشه ای

۱۱(۱۰۱۰) اهداف اجرایی چگونه است؟

۱(۱۰۱۰) اهداف بلند مدت و چندساله

۲(۱۰۱۰) اهداف کوتاه مدت و چندساله

۳(۱۰۱۰) اهداف بلند مدت و یک ساله

۴(۱۰۱۰) اهداف کوتاه مدت و یک ساله

۱۲(۱۰۱۰) بازار انحصار چند جانبه بسته چگونه است؟

۱(۱۰۱۰) اگر بازاریابی طوری باشد که جهار بنگاه حداکثر 40 درصد بازار انحصاری را در انحصار داشته باشد.

۲(۱۰۱۰) اگر بازاریابی طوری باشد که جهار بنگاه حداکثر 30 درصد بازار انحصاری را در انحصار داشته باشد.

۳(۱۰۱۰) اگر بازاریابی طوری باشد که جهار بنگاه حداکثر 20 درصد بازار انحصاری را در انحصار داشته باشد.

۴(۱۰۱۰) اگر بازاریابی طوری باشد که جهار بنگاه حداکثر 50 درصد بازار انحصاری را در انحصار داشته باشد.

۱۳(۱۰۱۰) کدام مورد زیر از فروشگاه های ترکیبی هم بزرگ تر است؟

۱(۱۰۱۰) سوبراستارها

۲(۱۰۱۰) فروشگاه های راحت

۳(۱۰۱۰) فروشگاه های بزرگ

۴(۱۰۱۰) فوق بازارها

۱۴(۱۰۱۰) شرکت ها برای بررسی منتقدانه از عملگرد کلی بازار خود به کدام کنترل نیاز دارند؟

۱(۱۰۱۰) کنترل تولید

۲(۱۰۱۰) کنترل استراتژیک

۳(۱۰۱۰) کنترل مدیریت محصول

۴(۱۰۱۰) کنترل بازاریابی

۱۵(۱۰۱۰) $4p+s$ نشان دهنده کدام مورد زیر است؟

۱(۱۰۱۰) آمیخته بازاریابی ۲(۱۰۱۰) مبادله ۳(۱۰۱۰) انگیزه ۴(۱۰۱۰) تقاضا

۱۶(۱۰۱۰) در کدام نوع قیمت گذاری قیمت کالا تابع اقلام و لوازم اضافی همراه کالای اصلی است؟

۱(۱۰۱۰) قیمت گذاری اجباری

۲(۱۰۱۰) قیمت گذاری محصولات فرعی

۳(۱۰۱۰) قیمت گذاری اختیاری

۴(۱۰۱۰) قیمت گذاری خط محصول

۱۷(۱۰۱۰)روزنامه و صابون جزء کدام کالاهاست؟

۱(۱۰۱۰) کالاهای بادوام
۲(۱۰۱۰) کالاهای بی دوام
۳(۱۰۱۰) کالاهای راحتی
۴(۱۰۱۰) کالاهای مقایسه ای

۱۸(۱۰۱۰)رایج ترین و متفاوت ترین شکل سازمان بازاریابی کدام است؟

۱(۱۰۱۰) سازمان جغرافیایی
۲(۱۰۱۰) سازمان عملیاتی
۳(۱۰۱۰) سازمان مدیریت محصول
۴(۱۰۱۰) سازمان مدیریت بازار

۱۹(۱۰۱۰)بیمه عمر و دایره المعارف جزء کدام مورد زیر است؟

۱(۱۰۱۰) کالاهای صنعتی
۲(۱۰۱۰) کالاهای اختصاصی
۳(۱۰۱۰) کالاهای مصرفی
۴(۱۰۱۰) کالاهای محرک

۲۰(۱۰۱۰) آسان ترین شیوه قیمت گذاری کدام مورد زیر است؟

۱(۱۰۱۰) تعیین قیمت بر اساس هزینه تمام شده
۲(۱۰۱۰) قیمت گذاری بر اساس ذهنیت خریدار
۳(۱۰۱۰) قیمت گذاری بر اساس شرایط رقابتی
۴(۱۰۱۰) قیمت گذاری با ارایه بیشنهاد

۲۱(۱۰۱۰) کدام هزینه مستقیما تابع سطح تولید است؟

۱(۱۰۱۰) هزینه ثابت
۲(۱۰۱۰) هزینه سربار
۳(۱۰۱۰) هزینه متغیر
۴(۱۰۱۰) هزینه کل

۲۲(۱۰۱۰) کدام یک از اهداف بلند مدت بورس کالای کشاورزی ایران است؟

۱(۱۰۱۰) افزایش هزینه معاملات
۲(۱۰۱۰) کاهش سرعت انتقال اطلاعات
۳(۱۰۱۰) توسعه صادرات محصولات کشاورزی
۴(۱۰۱۰) جهانی شدن اقتصاد

۲۳(۱۰۱۰)سرمایه ، استاندارد و بسته بندی جزء کدام یک از فعالیت های بازاریابی کشاورزی است؟

۱(۱۰۱۰) فعالیت های مبادله ای
۲(۱۰۱۰) فعالیت های فیزیکی
۳(۱۰۱۰) فعالیت های تسهیلاتی
۴(۱۰۱۰) عملیات بازاریابی

۲۴(۱۰۱۰)در کدام بازارها معاملات تضمینی انجام می شود؟

۱(۱۰۱۰) بازارهای خرده فروشی
۲(۱۰۱۰) بازارهای مدت دار
۳(۱۰۱۰) بازارهای بورس
۴(۱۰۱۰) بازارهای عمده فروشی

۲۵(۱۰۱۰)سریع ترین و کم هزینه ترین منبع برای تهیه اطلاعات کدام است؟

۱(۱۰۱۰) منابع خارجی شرکت
۲(۱۰۱۰) منابع داخلی
۳(۱۰۱۰) سرویس اطلاعات بازاریابی
۴(۱۰۱۰) تحقیقات بازاریابی

۲۶(۱۰۱۰)احتمال عدم برداخت بدهی از سوی مشتریان جزء کدام ریسک محسوب می شود؟

۱(۱۰۱۰) ریسک اعتماد
۲(۱۰۱۰) ریسک بازار
۳(۱۰۱۰) ریسک شهرت یا اعتبار
۴(۱۰۱۰) ریسک عملیاتی

۲۷(۱۰۱۰)ریسک مالی جزء کدام ریسک محسوب می شود؟

۱(۱۰۱۰) ریسک تولید
۲(۱۰۱۰) ریسک کسب و کار
۳(۱۰۱۰) ریسک شخصی
۴(۱۰۱۰) ریسک قیمت

۲۸(۱۰۱۰)برای هر استراتژی بدترین بیامد ممکن کدام است؟

۱(۱۰۱۰) قاعده حداکثر حداقل ها
۲(۱۰۱۰) قاعده حداکثر حداکثرها
۳(۱۰۱۰) اصل احتمال یکسان
۴(۱۰۱۰) اصل بیشترین احتمال

۲۹(۱۰۱۰)هرتوزیع فیزیکی با چه جیزی آغاز می شود؟

۱(۱۰۱۰) انبارداری
۲(۱۰۱۰) سفارش کالا
۳(۱۰۱۰) حمل و نقل
۴(۱۰۱۰) بازاریابی

۳۰(۱۰۱۰)به چه دلیل ایجاد تعاونی بازاریابی صورت می گیرد؟

۱(۱۰۱۰) انجام خدمات فعلی با هزینه بیشتر
۲(۱۰۱۰) کافی بودن خدمات واسطه
۳(۱۰۱۰) ایجاد رقابت
۴(۱۰۱۰) دخالت دولت

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

۱(۱۰۱۰) کدامیک از موارد جزو $4p+s$ نمی باشد؟

۱(۱۰۱۰) کالا ۲(۱۰۱۰) ریسک ۳(۱۰۱۰) قیمت ۴(۱۰۱۰) هر سه

۲(۱۰۱۰) تقاضای متزلزل در کدام نوع بازاریابی موثر است؟

۱(۱۰۱۰) بازاریابی تحریکی ۲(۱۰۱۰) بازاریابی تبدیلی ۳(۱۰۱۰) بازاریابی توسعه ای ۴(۱۰۱۰) بازاریابی انگیزشی

۳(۱۰۱۰) حالتی را که در آن سرعت تقاضا بالاتر از عرضه باشد ، کدام نوع بازاریابی می نامند؟

۱(۱۰۱۰) بازاریابی تحریکی ۲(۱۰۱۰) بازاریابی انگیزشی

۳(۱۰۱۰) بازاریابی ابقایی ۴(۱۰۱۰) هر سه مورد صحیح است.

۴(۱۰۱۰) کدام گزینه جزو چهار گانه تولید نیست؟

۱(۱۰۱۰) اطلاعات ۲(۱۰۱۰) زمین ۳(۱۰۱۰) کار ۴(۱۰۱۰) سرمایه

۵(۱۰۱۰) کدام مورد از مهم ترین مباحث بازاریابی نوین و راهبردی از زیر مجموعه کانال توزیع مورد توجه است؟

۱(۱۰۱۰) فساد محصول ۲(۱۰۱۰) تولید ۳(۱۰۱۰) حمل و نقل ۴(۱۰۱۰) هر سه

۶(۱۰۱۰) آخرین مرحله عملکرد و فعالیت فیزیکی بازاریابی چیست؟

۱(۱۰۱۰) توزیع مکانی ۲(۱۰۱۰) درجه بندی ۳(۱۰۱۰) سرت کالاها ۴(۱۰۱۰) بسته بندی

۷(۱۰۱۰) عمده ترین روش حمل و نقل میوه ها کدام روش است؟

۱(۱۰۱۰) راه های دسترسی زمینی ۲(۱۰۱۰) هواپیما

۳(۱۰۱۰) کشتی ۴(۱۰۱۰) راه هوایی

۸(۱۰۱۰) بازار اکثر محصولات کشاورزی نزدیک به کدام نوع بازار است؟

۱(۱۰۱۰) انحصاری چند جانبه ۲(۱۰۱۰) انحصاری یک جانبه

۳(۱۰۱۰) رقابت کامل ۴(۱۰۱۰) انحصار کامل

۹(۱۰۱۰) تقاضای کل بازار به کدام عامل بستگی دارد؟

۱(۱۰۱۰) دوره زمانی مشخص ۲(۱۰۱۰) محیط بازاریابی معین

۳(۱۰۱۰) منطقه جغرافیایی ۴(۱۰۱۰) هر سه مورد

۱۰(۱۰۱۰)معاملات تضمینی از کدام نوع بازار می باشد؟

۱(۱۰۱۰) بازار مدت دار ۲(۱۰۱۰) بازار فصلی ۳(۱۰۱۰) بازار محلی ۴(۱۰۱۰) هر سه

۱۱(۱۰۱۰)اولین مرحله فرآیند بازاریابی چیست؟

۱(۱۰۱۰) تغییر نتایج ۲(۱۰۱۰) تهیه طرح ۳(۱۰۱۰) تعیین مشکل ۴(۱۰۱۰) هیچکدام

۱۲(۱۰۱۰) پر هزینه ترین مرحله فرآیند تحقیقات بازاریابی چیست؟

۱(۱۰۱۰) جمع آوری اطلاعات ۲(۱۰۱۰) حذف اطلاعات

۳(۱۰۱۰) تهیه طرح ۴(۱۰۱۰) یافتن مشکل

۱۳(۱۰۱۰)دوره زمانی اهداف اجرایی چه مدتی است؟

۱(۱۰۱۰) نامحدود ۲(۱۰۱۰) یکساله

۳(۱۰۱۰) سه ساله ۴(۱۰۱۰) کوتاه مدت یا یکساله

۱۴(۱۰۱۰)در تحقیق تجربی کدام عامل تعیین کننده است؟

۱(۱۰۱۰) رابطه کالا و مصرف ۲(۱۰۱۰) رابطه آسیب رسانی

۳(۱۰۱۰) رابطه علت و معلولی ۴(۱۰۱۰) هیچکدام

۱۵(۱۰۱۰)وظیفه بازاریاب در بازاری با تقاضای کامل چیست؟

۱(۱۰۱۰) بازاریابی مجدد ۲(۱۰۱۰) بازاریابی تبدیلی ۳(۱۰۱۰) بازاریابی ابقایی ۴(۱۰۱۰) بازاریابی تحریکی

۱۶(۱۰۱۰) در کدام روش اطلاعات بوسیله محقق تولید می شود؟

۱(۱۰۱۰) روش پیمایشی ۲(۱۰۱۰) روش اسنادی ۳(۱۰۱۰) روش تجربی ۴(۱۰۱۰) روش اصلی

۱۷(۱۰۱۰) رایج ترین شکل سازمان بازاریابی چیست؟

۱(۱۰۱۰) سازمان عملیاتی ۲(۱۰۱۰) سازمان غیر اداری

۳(۱۰۱۰) سازمان اداری ۴(۱۰۱۰) سازمان زیر ساختی

۱۸(۱۰۱۰)کدام فروشگاه ها، بزرگترین فروشگاه های توزیع کالا هستند؟

۱(۱۰۱۰) فروشگاه های ترکیبی ها ۲(۱۰۱۰) فروشگاه های سوپر استور

۳(۱۰۱۰) فوق بازارها ۴(۱۰۱۰) مشخص نیست

۱۹(۱۰۱۰) کدام یک از انواع بازاریابی ابزار اساسی بازاریابی مستقیم به حساب می آید؟

۱(۱۰۱۰) بازاریابی از راه دور
۲(۱۰۱۰) بازاریابی با کاتالوگ
۳(۱۰۱۰) بازاریابی تلویزیونی
۴(۱۰۱۰) هر سه مورد

۲۰(۱۰۱۰) ترکیب خدمات از متغیر های تصمیم گیری کدام گروه است؟

۱(۱۰۱۰) خرده فروشان
۲(۱۰۱۰) عمده فروشان
۳(۱۰۱۰) کشاورزان
۴(۱۰۱۰) هر سه

۲۱(۱۰۱۰) بزرگترین گروه عمده فروشان کدامند؟

۱(۱۰۱۰) عمده فروشان تجاری
۲(۱۰۱۰) دلالان
۳(۱۰۱۰) دفاتر فروش
۴(۱۰۱۰) هر سه

۲۲(۱۰۱۰) تبلیغات پیشبردی مورد توجه کدام دسته است؟

۱(۱۰۱۰) کشاورزان
۲(۱۰۱۰) عمده فروشان
۳(۱۰۱۰) خرده فروشان
۴(۱۰۱۰) مشخص نیست

۲۳(۱۰۱۰) شکلات و روزنامه ها در محل خروجی فروشگاه ها از کدام نوع کالاها هستند؟

۱(۱۰۱۰) محرک
۲(۱۰۱۰) ناخواسته
۳(۱۰۱۰) ضروری
۴(۱۰۱۰) هر سه

۲۴(۱۰۱۰) وسایل کشف اعتیاد و دستگاه های پخش دیسکت از کدام نوع کالاها هستند؟

۱(۱۰۱۰) محرک
۲(۱۰۱۰) ناخواسته
۳(۱۰۱۰) ضروری
۴(۱۰۱۰) هر سه

۲۵(۱۰۱۰) خط محصولی که یک مدیر بتواند با کاهش تعداد اقلام کالا سود را افزایش دهید چه می نامند؟

۱(۱۰۱۰) خط بلند
۲(۱۰۱۰) خط کوتاه
۳(۱۰۱۰) یکسان است.
۴(۱۰۱۰) فرقی ندارد.

۲۶(۱۰۱۰) بزرگترین مزیت نوسازی مرحله ای خط تولید چیست؟

۱(۱۰۱۰) زمان بر بودن
۲(۱۰۱۰) پر هزینه بودن
۳(۱۰۱۰) اطلاع از واکنش مشتریان
۴(۱۰۱۰) هر سه

۲۷(۱۰۱۰) در طول منحنی عمر محصول مشکل ترین مرحله برای شرکت کدام است؟

۱(۱۰۱۰) مرحله افول
۲(۱۰۱۰) مرحله رشد
۳(۱۰۱۰) مرحله بلوغ
۴(۱۰۱۰) مرحله معرفی

۲۸(۱۰۱۰)هزینه کل شامل کدام موارد است؟

۱(۱۰۱۰) فقط هزینه ثابت

۲(۱۰۱۰) فقط هزینه متغیر

۳(۱۰۱۰) هزینه ثابت و متغیر

۴(۱۰۱۰) مشخص نیست

۲۹(۱۰۱۰) تقاضای فرضی برای کدام کالاها از نوع خطی است؟

۱(۱۰۱۰) کالای شخصیت آور

۲(۱۰۱۰) کالای غیر مشخص

۳(۱۰۱۰) کالای معمولی

۴(۱۰۱۰) هر سه

۳۰(۱۰۱۰)واکنش تقاضا در برابر تغییر قیمت چه نام دارد؟

۱(۱۰۱۰) کشش تقاضا

۲(۱۰۱۰) کشش قیمت

۳(۱۰۱۰) کشش عرضه

۴(۱۰۱۰) هر سه

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

۱- در بازار یابی ،انتقال اطلاعات از شخصی به شخص دیر یا اشخاص دیر به منظور آگاهی چه نامیده می شود

۱. تبلیغ ۲. آگهی ۳. ترفیع ۴. مبادله

۲- مهم ترین و مشکل ترین وظیفه ی بازاریاب دام عامل می باشد؟

۱. شناخت بازار ۲. اطلاعات قیمت

۳. شناخت عوامل درونی (انگیزش،احساس و آگاهی) ۴. تعیین بازار هدف

۳- تشخیص دهندگان اصلی نیاز مصرف کنندگان با استفاده از مواد اولیه کدام گروه هستند؟

۱. تولید کنندگان ۲. عمده فروشان ۳. دولت ۴. خریدار نهایی

۴- در تجارت بین المللی سهم کدامیک از روشهای حمل و نقل بیشتر می باشد؟

۱. حمل و نقل زمینی ۲. حمل و نقل دریایی ۳. حمل و نقل هوایی ۴. موارد 1 و 3

۵- بازاریابی از نوع موجود د ر شمال کشور(عرضه دستاوردهای روستاییان توسط خودشان)چه نوع بازاری محسوب می شود؟

۱. بازار تولید به مصرف ۲. بازار سر مزرعه ۳. بازار خرده فروشی ۴. بازار عمده فروشی

۶- کدامیک از انواع زیر بازارهایی است که در آنجا معاملات تضمینی انجام می شود و در واقع نوعی بازار سلف می باشد؟

۱. بازارهای مدت دار ۲. بازار بورس ۳. بازار مصرف ۴. بازار خرده فروشی

۷- در کدامیک از محصولات زیر دولت به عنوان خریدار نهایی محسوب می شود و سهم مبادلات آزاد در این گروه اندک است؟

۱. محصولات جالیزی و میوه ها ۲. خرما

۳. دانه های روغنی ۴. چغندر قند

۸- سریع ترین و کم هزینه ترین روش کسب اطلاعات مدیران بازار یابی کدامیک از منابع زیر می باشد؟

۱. اطلاعات و اخبار بازار یابی ۲. منابع داخلی شرکت

۳. تحقیقات بازار یابی ۴. مشتریان

۹- اهداف کوتاه مدت یا یک ساله که در حقیقت برنامه کار بنگاه را مشخص می کند چه نوع اهدافی می باشد

۱. اهداف راهبردی ۲. چشم انداز ۳. اهداف اجرایی ۴. دور نما

۱۰- زمانی که طرح سوال برای عده زیادی از مردم است و محقق به پاسخ سریع نیاز دارد،از چه روش جمع آوری اطلاعات استفاده می شود؟

۱. نظر خواهی از طریق پست
۲. مصاحبه حضوری
۳. مصاحبه تلفنی
۴. مصابه در منازل،دفتر کار یا مزرعه

۱۱- شرکت ها برای بررسی منتقدانه از عملکردکلی بازار یابی خود به کدام کنترل نیاز دارند؟

۱. کنترل تولید
۲. کنترل بازار یابی
۳. کنترل استراتژیک
۴. سازمان مدیریت محصول

۱۲- نام فعالیتهایی که هدف،(فروش کالا و خدمات به کسانی است که برای فروش مجدد یا مصارف تجاری کالا خریداری می کنند)چیست

۱. عمده فروشی
۲. دلالان
۳. خرده فروشان
۴. بازار یابی

۱۳- گروههایی که به خریدار و فروشنده حین مذاکره ومعامله کمک میکند ،چه گروههایی هستند؟

۱. کارگران
۲. عمده فروشان نقدی
۳. واسطه های امانی
۴. دلالان

۱۴- دسته ای از کالاها که بازار یابان آنها را بر اساس عادات خرید مصرف کنندگان تقسیم می کنند

۱. کالاهای با دوام
۲. کالاهای بی دوام
۳. کالاهای مصرفی
۴. همه موارد

۱۵- دسته ای از هزینه ها که تابع سطح تولید می باشد؟

۱. هزینه های متغیر
۲. هزینه های ثابت
۳. هزینه های سربار
۴. هزینه ککل

۱۶- آب و هوا ،امراض،علف های هرز و ناباروری دام های تولیدی متعلق به کدام دسته از منابع ریسک ها می باشند؟

۱. ریسک تولید
۲. ریسک قیمت
۳. ریسک مالی
۴. ریسک عملیاتی

۱۷- مرحله ای که فروش به سرعت زیاد شده و رقبا وارد بازار می شوند راچه می نامند؟

۱. معرفی
۲. رشد
۳. بلوغ
۴. اشباع

۱۸- واکنش تقاضا در برابر قیمت را چه می نامند؟

۱. کشش تولید
۲. کشش قیمتی تقاضا
۳. کشش قیمتی عرضه
۴. کشش درامدی

۱۹- آسان ترین شیوه قیمت گذاری بر چه اساسی است؟

۱. هزینه تمام شده ۲. ذهنیت خریدار ۳. رقابت ۴. هزینه تولید اولیه

۲۰- کدام مرحله سرآغاز مرگ محصول است؟

۱. معرفی ۲. افول ۳. بلوغ ۴. رشد

۲۱- نظریه رشد تصاعدی جمعیت بیش ازمواد غذایی متعلق به کیست؟

۱. کپنبرگ ۲. مالتوس ۳. فریزر ۴. التون

۲۲- کدام گزینه کانال بازاریابی مستقیم است؟

۱. کانال 3 ۲. کانال2 ۳. کانال 4 ۴. کانال 1

۲۳- بسته بندی انگور در بسته های حصیری ۳ کیلویی مخصوص کدام کشور است؟

۱. ایران ۲. انگلیس ۳. اردن ۴. شیلی

۲۴- عمده ترین روش حمل و نقل میوه ها کدام است؟

۱. زمینی ۲. هوایی ۳. دریایی ۴. دریایی و هوایی

۲۵- در تقاضای منفی از کدام بازار یابی استفاده می شود؟

۱. انگیزشی ۲. تبدیلی ۳. عدم بازاریابی ۴. توسعه ای

۲۶- تقاضای مخفی از خصوصیات کدام است؟

۱. عدم بازار یابی ۲. بازاریابی مدد ۳. بازاریابی توسعه ای ۴. بازاریابی همزمان

۲۷- کدام نیازها با ارزش های شخصی فرد ارتباط دارد؟

۱. نیاز درونی ۲. نیاز فیزیکی ۳. نیاز بیولوژیک ۴. نیاز اجتماعی

۲۸- تقاضای متزلزل از خصوصیات کدام بازار یابی است؟

۱. بازاریابی همزمان ۲. عدم بازاریابی ۳. بازار یابی مجدد ۴. بازار یابی ابقایی

۲۹- عمده ترین بسته بندی یونانی کدام است؟

۱. جعبه چوبی ۲. فلزی ۳. پلاستیکی ۴. فلزی و پلاستیکی

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

۱- شناخت کدام عامل مهم ترین وظیفه یک بازاریاب است؟

۱. نیاز های اجتماعی
۲. عوامل درونی و انگیزشی
۳. نیازهای فیزیکی
۴. عوامل خاص اجتماعی

۲- کدام عامل جزء عوامل آمیخته بازاریابی(4p+s) است؟

۱. عمده فروشان
۲. خرده فروشان
۳. ترویج
۴. ریسک

۳- مطلوب ترین حالت یعنی تقاضای کامل درکدام نوع بازاریابی اتفاق می افتد؟

۱. تحریکی
۲. تبدیلی
۳. مجدد
۴. ابقایی

۴- کدام گزینه جزء خصوصیات محصولات کشاورزی است؟

۱. بی دوام بودن
۲. فصلی نبودن
۳. حجیم نبودن
۴. فساد پذیری

۵- عمده ترین روش حمل و نقل میوه ها چیست؟

۱. کشتی
۲. هواپیما
۳. راه های هوایی
۴. راه های دسترسی زمینی

۶- فاصله موجود بین حداقل توان بازار و توان بالقوه بازار را چه می نامند؟

۱. بازار تقاضا
۲. بازار عرضه
۳. اعتبار بازار
۴. حساسیت کلی تقاضا

۷- معاملات تضمینی از خصوصیات کدام بازار ها می باشد؟

۱. بازار سر مزرعه
۲. بازار روز
۳. بازار تقاضا
۴. بازار مدت دار

۸- اگر چهار بنگاه حداکثر چهل درصد بازار انحصاری را داشته باشند آن بازار را چه می‌نامند؟

۱. رقابت کامل
۲. رقابت ناقص
۳. بازار رقابت انحصاری
۴. بازار انحصار چند جانبه بسته

۹- کسب اطلاعات از کدام منابع سریع تر و کم هزینه تر است؟

۱. منابع داخلی
۲. تحقیقات بازاریابی
۳. سایت های اطلاع رسانی
۴. اطلاعات بازاریابی

۱۰- دوره زمانی اهداف اجرایی چه مدتی است؟

۱. بلندمدت ۲. دو ساله ۳. چند ساله ۴. کوتاه مدت یا یکساله

۱۱- در کدام روش رابطه علت و معلولی بین دو پدیده کشف و اندازه گیری می شود؟

۱. تحقیق تجربی ۲. تحقیق توصیفی ۳. تحقیق اصلی ۴. تحقیق اکتشافی

۱۲- اولین مرحله از فرآیند تحقیقات بازاریابی چیست؟

۱. تهیه طرح ۲. تعریف مشکل و مسئله ۳. اجرای طرح ۴. تفسیر نتایج

۱۳- به دست آوردن اطلاعات پس از تعیین آنها از کدام روش صورت می گیرد؟

۱. روش مصاحبه ۲. روش پرسشنامه

۳. روش اصلی ۴. روش اسنادی و پیمایشی

۱۴- زمانی که محقق بخواهد پرسش هایش را به صورتی عمیق مورد بحث قرار دهد از کدام نوع مصاحبه یا نظرخواهی استفاده می‌کند؟

۱. نظر خواهی حضوری ۲. نظر خواهی از طریق پست

۳. مصاحبه تلفنی ۴. مصاحبه گروهی

۱۵- رایج ترین و متداول ترین شکل سازمان بازاریابی چیست؟

۱. سازمان زیر ساختی ۲. سازمان عملیاتی ۳. سازمان اداری ۴. سازمان موقت

۱۶- شرکت های دارای محصولات متنوع و چندین مارک از چه نوع سازمانی استفاده می‌کنند؟

۱. سازمان جغرافیایی ۲. سازمان فروش

۳. سازمان مدیریت محصول ۴. سازمان جغرافیایی و فروش

۱۷- کدام نوع کنترل در بررسی منتقدانه شرکت برای ارزیابی خط مشی ها و اهداف کاربرد دارد؟

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

۱۸- کدام نوع فروشگاه ها بزرگ ترین فروشگاه های توزیع کالا هستند؟

۱. فروشگاه های ترکیبی ۲. سوپر استور ها

۳. فوق بازار ها ۴. فروشگاه های زنجیره ای

۱۹- کدام یک از انواع بازاریابی ،ابزار اصلی بازاریابی مستقیم به حساب می آید؟

۱. بازاریابی از راه دور ۲. بازاریابی با کاتالوگ ۳. بازاریابی الکترونیکی ۴. بازاریابی تلویزیونی

۲۰- کدام دسته به تبلیغات پیشبردی بیشتر توجه دارند؟

۱. خرده فروشان ۲. عمده فروشان

۳. هر دو دسته ۴. بستگی به نوع فروش دارد

۲۱- کدام گزینه قسمت اعظم خرده فروشی را تشکیل می دهد؟

۱. بازاری ۲. سازمانی ۳. غیر فروشگاهی ۴. فروشگاهی

۲۲- بزرگ‌ترین گروه عمده فروشان کدام دسته هستند؟

۱. دفاتر فروش ۲. دلالان ۳. عمده فروشان تجاری ۴. کارگزاران

۲۳- عواملی که پس از سفارش کالا،با هماهنگی تولید کننده آن را ارائه می کنند چه می‌نامند؟

۱. واسطه های امانی ۲. واسطه های زمانی ۳. واسطه های فرمایشی ۴. واسطه های مالی

۲۴- بیشترین نوع موجود در عمده فروشی کارگزاری کدام گزینه است؟

۱. بیمه ۲. نمایندگی های تولید کنندگان

۳. معاملات ملکی ۴. مواد غذایی

۲۵- شکلات و روزنامه در محل خروجی فروشگاه ها از کدام نوع کالاها می باشند؟

۱. ناخواسته ۲. ضروری ۳. محرک ۴. اضطراری

۲۶- محصولات دخانی، صابون و روزنامه جزءکدام دسته محصولات هستند؟

۱. مقایسه ای ۲. اختصاصی ۳. راحتی ۴. ضروری

۲۷- کدام دسته از کالاها بدون برنامه ریزی قبلی و یا صرف انرژی برای یافتن آنها خریداری می‌شوند و همه‌جا در دسترس‌اند؟

۱. محرک ۲. اختصاصی ۳. مقایسه ای ۴. ضروری

۲۸- بیمه عمر و دایره‌المعارف از مثال های کلاسیک کدام نوع کالاها هستند؟

۱. راحتی ۲. ضروری ۳. ناخواسته ۴. محرک

۲۹- خط محصولی که یک مدیر بتواند با افزودن بر تعداد اقلام کالا سود را افزایش دهد چه می‌نامند؟

۱. کوتاه
۲. بلند
۳. میانی
۴. بر اساس نوع کالا می باشد

۳۰- تنها عیب نوسازی مرحله ای خط تولید چیست؟

۱. زمان بر بودن
۲. پر هزینه بودن
۳. سرگردانی مشتری
۴. مطلع شدن رقبا

۳۱- قیمت در حال کاهش از خصوصیات کدام مرحله منحنی عمر محصول است؟

۱. افول
۲. معرفی
۳. رشد
۴. بلوغ

۳۲- در طول منحنی عمر محصول،مشکل ترین مرحله برای شرکت کدام است؟

۱. بلوغ
۲. افول
۳. رشد
۴. معرفی

۳۳- کدام گزینه حد پایین قیمت فروش را نشان می دهد؟

۱. تقاضا
۲. قیمت بازار
۳. قیمت دلالان
۴. هزینه

۳۴- تقاضای فرضی برای کدام کالاها از نوع خطی است؟

۱. کالای شخصیت آور
۲. کالای معمولی
۳. کالای معمولی و شخصیت آور
۴. کالای اظطراری

۳۵- واکنش تقاضا در برابر تغییر قیمت چه نام دارد؟

۱. کشش تقاضا
۲. کشش عرضه
۳. کشش قیمت
۴. کشش بازار

۳۶- آسان ترین شیوه قیمت گذاری کدام است؟

۱. بر اساس هزینه تمام شده
۲. بر اساس قیمت گذاری رقابتی
۳. بر اساس قیمت گذاری خریداران
۴. بر اساس قیمت گذاری دلالان

۳۷- در کدام روش قیمت گذاری قیمت کالا تابع اقلام و لوازم اضافی همراه کالاست؟

۱. قیمت گذاری نفوذی
۲. قیمت گذاری اجباری
۳. قیمت گذاری اختیاری
۴. قیمت گذاری خط محصول

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

۱- کدام دسته نیازها به پذیرش فرد توسط افراد دیگر بستگی دارد؟

۱. فیزیکی ۲. درونی ۳. اجتماعی ۴. درونی و فیزیکی

۲- شناخت کدام عوامل مهم ترین وظیفه یک بازاریاب است؟

۱. درونی ۲. اجتماعی ۳. فیزیکی ۴. هر سه مورد

۳- از نظر تئوریسین های اقتصادی کدام عامل را مهم ترین عامل برای رسیدن به هدف‌های اقتصادی در زمینه‌های مادی و طبیعی می‌دانند؟

۱. خود انسان ۲. تبلیغات ۳. کالا ۴. تولید بالاتر

۴- کدام عامل جزء آمیخته بازاریابی نیست؟

۱. ترویج ۲. کالا ۳. محل ۴. تقاضا

۵- کدام گزینه در مورد قیمت گذاری در بازاریابی صحیح است؟

۱. قیمت گذاری یک وسیله بازاریابی انعطاف پذیر است.

۲. قیمت گذاری یک وسیله بازاریابی غیر انعطاف پذیر است.

۳. قیمت گذاری گاهی انعطاف پذیر و گاهی غیر انعطاف پذیر است.

۴. قیمت گذاری یک وسیله بازاریابی کاملا غیر انعطاف پذیر است.

۶- تقاضای منفی برای کدام نوع بازاریابی ضرورت دارد؟

۱. تبدیلی ۲. انگیزشی ۳. توسعه ای ۴. مجدد

۷- اجناس بی ارزش و فاقد توان رفع نیاز شخصی نیاز به کدام نوع بازاریابی برای فروش دارند؟

۱. تبدیلی ۲. انگیزشی ۳. توسعه ای ۴. مجدد

۸- تقاضای مخفی در کدام نوع بازاریابی مشاهده می شود؟

۱. تبدیلی ۲. تحریکی ۳. توسعه ای ۴. انگیزشی

۹- مطلوب ترین حالت بازار که یک بازاریاب با آن مواجه می شود کدام است؟

۱. تقاضای کامل ۲. تقاضای متزلزل ۳. تقاضای فصلی ۴. تقاضای مجدد

۱۰- در مورد دخانیات کدام نوع بازاریابی صورت می گیرد؟

۱. مجدد ۲. همزمانی ۳. انگیزشی ۴. مخالف

۱۱- کدام گزینه از عوامل تشکیل دهنده مبادله است؟

۱. اعتبارات ۲. زمین ۳. کار ۴. مدیریت

۱۲- عمده ترین روش حمل و نقل میوه ها کدام است؟

۱. راه های زمینی ۲. راه های هوائی

۳. راه های کشتیرانی ۴. راه های دریایی و هوایی

۱۳- گریپ کار یا کاغذ شیمیایی سولفوره مخصوص حمل کدام نوع محصول است؟

۱. سیب ۲. انگور ۳. گلابی ۴. انار

۱۴- عمده ترین بسته بندی های یونانی در کدام جنس ارائه می شود؟

۱. چوبی ۲. فلزی

۳. پلاستیکی ۴. ترکیب پلاستیکی و فلزی

۱۵- بسته بندی های کاغذی آغشته به کدام ماده باعث افزایش مدت زمان نگهداری و جلوگیری از قارچ‌زدگی می‌شود؟

۱. نیترات ۲. پتاسیم ۳. مواد سولفوره ۴. کلسیم

۱۶- بر اساس استاندارد 830 ملی دمای انبارداری انگور چند درجه است؟

۱. صفر تا پنج درجه ۲. صفر تا بیست درجه

۳. بیست تا بیست و پنج درجه ۴. صفر تا پانزده درجه

۱۷- مهم ترین مبحث بازاریابی نوین و راهبردی از زیر مجموعه کانال توزیع چیست؟

۱. تولید ۲. تقاضا ۳. حمل و نقل ۴. فروش

۱۸- سهم حمل و نقل دریایی در تجارت بین المللی چند درصد است؟

۱. 90 درصد ۲. 80 درصد ۳. 50 درصد ۴. کمتر از 20 درصد

۱۹- کدام نکته در مورد تقاضای کل بازار صحیح است؟

۱. عدد ثابتی است
۲. عدد ثابتی نیست
۳. تابع شرایط معینی نیست
۴. تابع خرده فروشان بازار است

۲۰- کل کالایی که در منطقه مشخص در زمان مشخص توسط گروهی مشخص از مصرف کنندگان خریداری می‌شود را چه می‌نامند؟

۱. تقاضای عوامل تولید بازار
۲. تقاضای فصلی بازار
۳. تقاضای کل بازار
۴. عرضه بازار

۲۱- حساسیت کلی تقاضا چیست؟

۱. فاصله بین حدکثر توان بازار و توان بالقوه بازار
۲. فاصله بین حداقل توان بازار و توان بالقوه بازار
۳. فاصله بین حداقل توان بازار و توان بافعل بازار
۴. فاصله بین توان بالقوه بازار و توان بالفعل بازار

۲۲- فروشندگان بازار های سر مزرعه چه کسانی هستند؟

۱. کشاورزان
۲. عمده فروشان
۳. صنایع تولیدی
۴. کشاورزان و عمده فروشان به صورت مشترک

۲۳- معاملات تضمینی مخصوص کدام نوع بازارهاست؟

۱. سر مزرعه
۲. تولید به مصرف
۳. بورس
۴. بازار های مدت دار

۲۴- دومین مرحله تحقیقات بازاریابی چیست؟

۱. تعریف مشکل
۲. تفسیر نتایج
۳. تهیه طرح تحقیق
۴. تعبیر نتایج

۲۵- در کدام نوع تحقیق اطلاعات از منابع رسمی اخذ می شود؟

۱. اکتشافی
۲. ترتیبی
۳. توصیفی
۴. تجربی

۲۶- در کدام نوع تحقیق رابطه علی و معلولی بین اجزاء تحقیق بررسی می شود؟

۱. اکتشافی
۲. توصیفی
۳. ترتیبی
۴. تجربی

۲۷- نمونه گیری منطقه ای زیر مجموعه کدام نوع نمونه گیری است؟

۱. ساده
۲. طبقه بندی شده
۳. خوشه ای
۴. ساده و طبقه بندی شده

۲۸- کدام نوع نمونه گیری در تحقیقات اولیه که تعیین خطای نمونه گیری اهمیت زیادی ندارد استفاده می‌شود؟

۱. نمونه گیری ساده
۲. نمونه گیری طبقه بندی شده
۳. نمونه گیری احتمالی
۴. نمونه گیری غیر احتمالی

۲۹- رایج ترین شکل سازمان بازاریابی کدام است؟

۱. سازمان عملیاتی
۲. سازمان جغرافیایی
۳. سازمان مدیریت محصول
۴. سازمان مدیریت بازار

۳۰- فروشگاهی که تعداد نسبتا محدودی از کالا در اختیار دارد با ترکیب کاملی از هر قلم کالا را چه می‌نامیم؟

۱. فروشگاه اختصاصی
۲. فروشگاه بزرگ
۳. سوپر مارکت
۴. فروشگاه راحت

۳۱- بزرگ ترین گروه عمده فروشان کدام دسته زیر است؟

۱. عمده فروشان تجاری
۲. عمده فروشان با خدمات کامل
۳. عمده فروشان امانی
۴. عمده فروشان فرمایشی

۳۲- آن دسته از کالاها که با حداقل مقایسه و تلاش مشتری به طور عادی و سریع خریده می‌شوند را چه می‌نامند؟

۱. کالاهای مقایسه ای
۲. کالاهای راحتی
۳. کالاهای اختصاصی
۴. کالاهای ناخواسته

۳۳- آخرین مرحله منحنی عمر محصول کدام است؟

۱. رشد
۲. افول
۳. معرفی
۴. بلوغ

۳۴- تاکید بر تمایز از خصوصیات کدام مرحله منحنی عمر است؟

۱. بلوغ
۲. معرفی
۳. افول
۴. رشد

۳۵- کدام نوع هزینه ها را "سربار" نیز می گویند؟

۱. ثابت
۲. متغیر
۳. ثابت و متغیر
۴. هزینه های فصلی

۳۶- واکنش تقاضا در برابر تغییر قیمت را چه می نامند؟

۱. کشش تقاضا
۲. کشش قیمت
۳. کشش عرضه
۴. کشش صادرات

۳۷- آسان ترین شیوه قیمت گذاری کدام است؟

۱. تعیین قیمت بر اساس هزینه کارگری
۲. تعیین قیمت بر اساس هزینه مواد اولیه
۳. تعیین قیمت بر اساس هزینه تمام شده
۴. تعیین قیمت بر اساس هزینه فروش واحد های صادراتی

۳۸- بازار محلی برای کدام نوع تبادلات است؟

۱. بالقوه
۲. بالفعل
۳. بالقوه و بالفعل
۴. مبادلات غیر قابل پیش بینی

۳۹- کدام عامل در میزان تقاضای کالا دخیل نیست؟

۱. قیمت کالا
۲. سلیقه مشتری
۳. تعداد مصرف کننده
۴. بازارثانویه کالا

۴۰- نیازهای بیولوژیک از کدام دسته نیاز های اصلی هستند؟

۱. فیزیکی
۲. اجتماعی
۳. درونی
۴. درونی و اجتماعی

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

۱- انتقال اطلاعات از شخصی به شخص یا اشخاص دیگر به منظور آگاهی آنها چه نام دارد؟

۱. تبلیغ ۲. آگهی ۳. عرضه ۴. ترویج

۲- شناخت کدام دسته از عوامل ، مهم ترین و مشکل ترین وظیفه یک بازاریاب است؟

۱. عوامل فیزیکی ۲. عوامل اجتماعی ۳. عوامل درونی ۴. عوامل مالی

۳- کدام گزینه جزو عوامل بازاریابی (آمیخته بازاریابی) به شمار نمی رود؟

۱. کالا ۲. خدمات ۳. ترویج ۴. نیاز

۴- برای انجام بازاریابی انگیزشی از کدام یک از روشهای زیر نمی توان وارد عمل شد؟

۱. فراهم سازی شرایطی که خود بخود نیاز به کالا را مطرح می کند

۲. انجام تبلیغات وسیع و گسترده در بازار

۳. عرضه هر چه بیشتر کالا در سطح وسیعی از بازار

۴. تلاش برای ارتباط دادن کالا با نیازهای موجود در بازار

۵- فرایند تبدیل موثر تقاضای مخفی به تقاضای واقعی و بالفعل را چه می نامند؟

۱. بازاریابی مجدد ۲. بازاریابی ابقایی ۳. بازاریابی همزمانی ۴. بازاریابی توسعه ای

۶- در چه زمانی بازاریاب احساس می کند نیاز به فعالیت بازاریابی نیست؟

۱. وقتی محصول مورد نیاز مصرف کننده نیست. ۲. وقتی تقاضای بیش از حد وجود دارد.

۳. وقتی عرضه بیش از حد وجود دارد. ۴. وقتی مصرف کننده از مصرف کالا ناراضی است.

۷- یکی از دشوارترین موانعی که بر سر راه بهبود نظامها و روشهای بازاریابی در کشورهای در حال توسعه قرار گرفته چیست؟

۱. مصرف کنندگان ۲. نظام تولید ۳. نظام توزیع عوامل تولید ۴. ترویج

۸- کدام گزینه یکی از بنیادی ترین فعالیت های بازاریابی و از مهمترین مباحث بازاریابی نوین و راهبردی است که بسیار مورد توجه می‌باشد؟

۱. جمع آوری ۲. بسته بندی ۳. استانداردسازی ۴. حمل و نقل

۹- نخستین مرحله عملکردهای فیزیکی و اولین وظیفه نظام بازاریابی چیست؟

۱. کاشت محصول ۲. انبارداری ۳. جمع آوری محصول ۴. حمل و نقل

۱۰- کدام فرایند سبب تعدیل عرضه محصولات کشاورزی و جلوگیری از سقوط یا افزایش بی رویه قیمتها می‌شود؟

۱. انبارداری ۲. حمل و نقل ۳. توزیع مکانی ۴. تبدیل

۱۱- کدامیک از موارد زیر به عنوان نظام مرکبی است که هم وظیفه حفاظتی و هم وظیفه ارتباطی یا اطلاع رسانی را به‌عهده دارد؟

۱. حمل و نقل ۲. بسته بندی ۳. توزیع ۴. فرآوری

۱۲- کدام گزینه می تواند اساس مبادلات پایاپای و یا معاملات نقدی و اعتباری در بازارهای جهانی باشد؟

۱. بسته بندی ۲. انبارداری ۳. استاندارد کردن ۴. درجه بندی

۱۳- کدام گزینه از دلایل انبار کردن محصولات کشاورزی نمی باشد؟

۱. امکان فروش با قیمت بالاتر در آینده
۲. خرید محصول به صورت مرحله به مرحله
۳. کاهش نوسان قیمت
۴. رسیدن محصول در انبار

۱۴- کدام گزینه صحیح نیست؟

۱. تقاضای کل بازار تابع شرایط معینی است.
۲. مقدار فروش حداقل بازار هیچ هزینه بازاریابی ندارد.
۳. تقاضای اولیه همان تقاضای کل است برای تمام مارکهای یک کالا یا خدمت.
۴. سطح تقاضای بازار ابتدا نرخ رشد کاهنده و سپس نرخ رشد فزاینده دارد.

۱۵- کدام نوع بازار به مجموعه ای از مصرف کنندگان اطلاق می شود که نسبت به یک کالا علاقمندند، دارای درآمد نیز هستند و به آن کالا دسترسی نیز دارند؟

۱. بازار بالقوه ۲. بازار هدف
۳. بازار در دسترس واجد شرایط ۴. بازار در دسترس

۱۶- تمرکز کدام نوع بازار اغلب در سطح شهرستانها و در محل کارخانجات فرآوری محصول است؟

۱. بازارهای تولید به مصرف ۲. بازار سر مزرعه
۳. بازار عمده فروشی ۴. بازار خرده فروشی

۱۷- کدام بازار نوعی بازار سلف است و در آن معاملات تضمینی انجام می شود؟

۱. بازار تولید به مصرف ۲. بازار مدت دار ۳. بازار سر مزرعه ۴. بازار عمده فروشی

۱۸- در کدام نوع بازار رقابت شدیدی حاکم است و محصولات بدون آنکه دیده شوند معامله می‌شوند؟

۱. بازار عمده فروشی ۲. بازار مدت دار ۳. بازار بورس ۴. بازار خرده فروشی

۱۹- برای کدام یک از محصولات زیر ، بخش قابل توجهی از کارخانه ها در اختیار بخش خصوصی بوده و دولت به منظور حمایت از تولیدکنندگان، قیمت تضمینی محصول را ارائه می‌نماید؟

۱. چغندرقند ۲. ذرت ۳. پنبه ۴. گندم

۲۰- پر هزینه ترین مرحله فرایند تحقیقات بازاریابی کدام است؟

۱. تعریف مشکل ۲. تجزیه و تحلیل اطلاعات

۳. تعبیر و تفسیر گزارشها ۴. جمع آوری اطلاعات

۲۱- کدام روش نمونه گیری غالباً زمانی استفاده می شود که جمعیت کوچک باشد و بتوان همه اعضای آماری را شمارش کرد؟

۱. نمونه گیری خوشه ای ۲. نمونه گیری طبقه بندی شده

۳. نمونه گیری تصادفی ساده ۴. نمونه گیری منطقه ای

۲۲- کدام گزینه جزو نمونه گیری های غیراحتمالی به شمار نمی رود؟

۱. نمونه گیری طبقه بندی شده ۲. نمونه گیری قضاوتی

۳. نمونه گیری ساده ۴. نمونه گیری سهمیه ای

۲۳- کدام دسته از فروشگاه ها به صورت سلف سرویس اداره می شوند و درصد سود کمی روی کالاها می‌کشند؟

۱. فروشگاه های اختصاصی ۲. فروشگاه های بزرگ

۳. سوپرمارکت ها ۴. فروشگاه های راحت

۲۴- کدام یک از گزینه های زیر ، فروشگاه های کوچکی هستند که تعداد محدودی ، اما بسیار سودآور و پر منفعت از کالاهای راحتی را برای فروش در اختیار دارند؟

۱. سوپر استورها ۲. فروشگاه های راحت ۳. سوپرمارکت ها ۴. فروشگاه های بزرگ

۲۵- کدام نوع بازاریابی ، ابزار اساسی بازاریابی مستقیم به حساب می آید؟

۱. بازاریابی از راه دور ۲. بازاریابی تلویزیونی ۳. بازاریابی با کاتالوگ ۴. بازاریابی الکترونیکی

۲۶- کدام دسته از کالاها بدون برنامه ریزی قبلی یا صرف انرژی برای یافتن آنها خریداری می شوند؟

۱. کالاهای بادوام ۲. کالاهای راحتی ۳. کالاهای ضروری ۴. کالاهای محرک

۲۷- بیمه عمر و دایره المعارف جزو کدام کالاها می باشند؟

۱. کالاهای اختصاصی ۲. کالاهای ناخواسته ۳. کالاهای راحتی ۴. کالاهای اضطراری

۲۸- تولیدکنندگان برای فروش کدام دسته از کالاها از فروشندگان بسیار کارآزموده‌ای استفاده می‌کنند که توسط مهندسان فروش همراهی می‌شوند؟

۱. کالاهای اختصاصی ۲. کالاهای بادوام

۳. کالاهای سرمایه ای تاسیساتی ۴. کالاهای سرمایه ای کمکی

۲۹- در کدام یک از مراحل منحنی عمر محصول ، فروش به سرعت افزایش می یابد و رقبا وارد بازار می‌شوند؟

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

۳۰- در کدام مرحله منحنی عمر محصول ، هزینه های تبلیغات فروش اغلب به ایجاد تقاضا برای خود محصول اختصاص می‌یابد؟

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

۳۱- شرکتهایی که با مازاد ظرفیت یا شرایط رقابتی بسیار جدی مواجه می شوند ، کدام گزینه را بعنوان مهمترین و اصلی‌ترین هدف انتخاب می‌کنند؟

۱. بقا ۲. به حداکثر رساندن سود جاری

۳. رهبری سهم بازار ۴. رهبری کالا از نظر کیفیت

۳۲- در مرحله افول محصول، هدف از راهبرد ادامه تولید و عرضه محصول با کاهش هزینه‌ها چیست؟

۱. حفظ قابلیت تأمین نیازهای مشتریان ۲. کاهش هزینه های بازاریابی

۳. به دست آوردن سهم بیشتری از بازار ۴. تأکید بر تمایز محصول

۳۳- کدام دسته از عمده فروشان چون فاقد موجودی جنس هستند و هزینه های آنها پایین‌تر است، برای مشتریان امکان صرفه‌جویی در پول را فراهم می‌کنند؟

۱. عمده فروشان نقدی ۲. واسطه های امانی ۳. واسطه های فرمایشی ۴. عمده فروشان پستی

۳۴- کدام دسته از عمده فروشان به خرده فروشان اقلام دارویی و کالاهای بقالی خدمت می‌کنند و کالاهایی که معامله می‌کنند اکثراً از نوع اقلام غیرغذایی است؟

۱. عمده فروشان نقدی
۲. واسطه های فرمایشی
۳. تعاونی های تولیدکنندگان
۴. واسطه های امانی

۳۵- هزینه های متغیر تابعی از چه عاملی می باشند؟

۱. میزان سرمایه گذاری
۲. هزینه های بازاریابی
۳. سطح تولید
۴. نرخ بهره بانکی

۳۶- کدام نوع بازار از تعداد زیادی خریدار و فروشنده تشکیل می شود که اقلام همگونی را با هم داد و ستد می‌کنند؟

۱. رقابت انحصاری
۲. رقابت کامل
۳. انحصار چند قطبی
۴. انحصار کامل

۳۷- واکنش تقاضا در برابر تغییر قیمت چه نام دارد؟

۱. کشش قیمت
۲. مازاد تقاضا
۳. قیمت پذیری
۴. قیمت گذاری

۳۸- در کدام شیوه قیمت گذاری، قیمت کالا بر اساس قیمتی تعیین می شود که رقبا تعیین کرده‌اند؟

۱. قیمت گذاری بر اساس روش اضافه بر هزینه تمام شده
۲. تعیین قیمت بر اساس قیمت جاری
۳. قیمت گذاری بر اساس ذهنیت خریدار
۴. قیمت گذاری با ارائه پیشنهاد

۳۹- در کدام شیوه قیمت گذاری ، شرکت باید درباره انتخاب جایگاه برای کالا از نظر ترکیب کیفیت و قیمت تصمیم بگیرد؟

۱. قیمت گذاری نفوذی
۲. قیمت گذاری کالای تقلیدی جدید
۳. قیمت گذاری کالای ابداعی
۴. قیمت گذاری غیر نفوذی

۴۰- کدام یک از انواع ریسک ، خطر بکارگیری نظامهای کنترلی مناسب در محیط سازمان را نشان می‌دهد؟

۱. ریسک بازار
۲. ریسک اعتماد
۳. ریسک عملیاتی
۴. ریسک اعتبار

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

۱- کدام گزینه به معنای انتقال اطلاعات از شخصی به شخص یا اشخاص دیگر به منظور آگاهی آنهاست؟

۱. بازار ۲. تولید ۳. تبلیغ ۴. آگهی

۲- مهم ترین محور ارتباطی و فضای شهری در شهرهای ایرانی در گذشته چه بوده است؟

۱. کاروانسرا ۲. راه ۳. بازار ۴. مسجد

۳- کلی ترین مفهوم مارکتینگ چیست؟

۱. تولید بالاتر ۲. نزدیک کردن خریداران و فروشندگان

۳. فروش زیاد ۴. تبلیغات هدفمند

۴- تغییر کدام عامل ، بسیار ساده تر از هر نوع تغییر در عوامل مارکتینگ است؟

۱. تبلیغ ۲. قیمت ۳. فروش ۴. تقاضا

۵- تقاضای مخفی در کدام نوع بازاریابی مشاهده می شود؟

۱. بازاریابی انگیزشی ۲. بازاریابی توسعه ای ۳. بازاریابی تبدیلی ۴. بازاریابی مجدد

۶- در تقاضای بیش از حد ، بایستی کدام نوع بازاریابی را انجام داد؟

۱. بازاریابی مخالف ۲. عدم بازاریابی ۳. بازاریابی همزمانی ۴. بازاریابی مجدد

۷- کدام یک از موارد زیر بعنوان مهم ترین مباحث بازاریابی نوین و راهبردی از زیر مجموعه کانال توزیع مورد توجه است؟

۱. قیمت گذاری ۲. سودآوری ۳. حمل و نقل ۴. بورس

۸- در خصوص مواردی همچون دخانیات و اسباب بازی های خطرناک برای کودکان ، بایستی کدام روند بازاریابی صورت گیرد؟

۱. بازاریابی مخالف ۲. عدم بازاریابی ۳. بازاریابی انگیزشی ۴. بازاریابی کامل

۹- کدام یک از موارد زیر جزو عوامل تشکیل دهنده مبادله است؟

۱. زمین ۲. کار ۳. سرمایه ۴. اعتبارات

۱۰- ضروری ترین عامل برای خرید و فروش چیست؟

۱. فروشنده ۲. خریدار ۳. مالک ۴. پول

۱۱- کدام یک از موارد زیر بخاطر اهمیتی که در دنیای تجارت دارد به عنوان پنجمین P در کنار چهار P دیگر، آمیخته بازاریابی نامیده می‌شود؟

۱. بسته بندی ۲. فراوری ۳. خدمات پس از فروش ۴. تبلیغات

۱۲- عمده ترین روش حمل و انتقال میوه ها استفاده از کدام نوع حمل و نقل است؟

۱. هوایی ۲. دریایی ۳. زمینی ۴. ریلی

۱۳- در نظام مبتنی بر بازار آزاد ، کدام عامل بعنوان ابزاری برای ایجاد تعادل ، نقش محوری و اساسی ایفا می‌کند؟

۱. عرضه ۲. تقاضا ۳. دولت ۴. قیمت

۱۴- کدام گزینه جزو ویژگیهای خاص محصولات کشاورزی نمی باشد؟

۱. فصلی بودن ۲. حجم کم ۳. رطوبت زیاد ۴. فساد پذیری

۱۵- در نظام بازارگرا هدف اصلی چیست؟

۱. تامین خواسته مصرف کننده ۲. تولید بیشتر

۳. تنوع محصولات ۴. رسیدن به سود بیشتر

۱۶- نخستین مرحله از سلسله عملیات کشاورزی چیست؟

۱. جمع آوری مازاد محصولات ۲. شروع کاشت

۳. خرید نهاده های مورد نیاز ۴. پیش بینی میزان تقاضا

۱۷- فاصله بین حداقل توان بازار و توان بالقوه بازار را چه می نامند؟

۱. حساسیت کلی قیمت ۲. حساسیت کلی عرضه ۳. حساسیت کلی تولید ۴. حساسیت کلی تقاضا

۱۸- در کدام یک از انواع بازار ، محصولات بدون آنکه ظاهر شوند معامله می شوند؟

۱. بازار تولید به مصرف ۲. بازار سر مزرعه ۳. بازار بورس ۴. بازار عمده فروشی

۱۹- معاملات تضمینی در کدام یک از انواع بازارها انجام می شود؟

۱. بازار سر مزرعه ۲. بازار تولید به مصرف ۳. بازار مدت دار ۴. بازار عمده فروشی

۲۰- اگر ساختار بازار به گونه ای باشد که بیش از 50 رقیب بدون آنکه سهم قابل توجهی از بازار را در انحصار داشته باشند در این بازار موجود باشد، کدام ساختار بازار است؟

۱. بازار رقابت کامل ۲. بازار انحصار کامل ۳. بازار انحصار چند جانبه ۴. بازار رقابت انحصاری

۲۱- پر هزینه ترین مرحله فرایند تحقیقات بازاریابی کدام است؟

۱. جمع آوری اطلاعات ۲. تعریف مشکل ۳. تعیین اهداف تحقیق ۴. تهیه طرح تحقیق

۲۲- در کدام یک از انواع تحقیق ، رابطه علت و معلولی بین دو پدیده کشف و اندازه گیری می‌شود؟

۱. تحقیق اکتشافی ۲. تحقیق توصیفی ۳. تحقیق تجربی ۴. تحقیق توسعه ای

۲۳- در کدام یک از روشهای نمونه گیری ، محققان جامعه را به گروه هایی تقسیم می کنند که شامل انواع مختلفی از اعضاء هستند و سپس از میان آنها گروه‌هایی را انتخاب می‌کنند که نمونه کل جامعه باشد؟

۱. نمونه گیری تصادفی ساده ۲. نمونه گیری خوشه ای

۳. نمونه گیری طبقه بندی شده ۴. نمونه گیری منطقه ای

۲۴- اولین مرحله از فرایند هر تحقیق چیست؟

۱. تعریف مسئله ۲. پردازش اطلاعات

۳. تعیین نمونه ها ۴. تعیین نیازهای اطلاعاتی

۲۵- کدام یک از روشهای نمونه گیری شامل افراد یا اقلامی است که انتخاب آنها به دلیل ویژگیهای خاص آنهاست؟

۱. نمونه گیری قضاوتی ۲. نمونه گیری سهمیه ای

۳. نمونه گیری ساده ۴. نمونه گیری طبقه بندی شده

۲۶- گران ترین نوع تحقیق کدام است؟

۱. تحقیقات حضوری ۲. نظرخواهی از طریق پست

۳. مصاحبه تلفنی ۴. مصاحبه در مراکز خرید

۲۷- دوره زمانی اهداف اجرایی تحقیقات بازاریابی ، چند ساله است؟

۱. یک ساله ۲. دو ساله ۳. سه ساله ۴. چهار ساله

۲۸- رایج ترین و متداول ترین شکل سازمان بازاریابی کدام است؟

۱. سازمان عملیاتی
۲. سازمان جغرافیایی
۳. سازمان مدیریت محصول
۴. سازمان دایره بازاریابی

۲۹- مزیت اصلی سازمان عملیاتی چیست؟

۱. بزرگی آن
۲. وسعت آن
۳. اداره آسان آن
۴. هزینه پایین آن

۳۰- فروشگاه های بزرگ ، کم هزینه و با حجم کالاهای زیاد را چه می نامند؟

۱. سوپر مارکتها
۲. فروشگاه های اختصاصی
۳. سوپر استورها
۴. فوق بازارها

۳۱- کدام فروشگاهها از فروشگاه های ترکیبی بزرگترند و اندازه آن ها سه برابر زمین فوتبال است؟

۱. سوپر استورها
۲. فوق بازارها
۳. فروشگاه های راحت
۴. فروشگاه های بزرگ

۳۲- هزینه های زیاد استخدام، آموزش و ترغیب فروشندگان ، از معایب کدام روش فروش است؟

۱. فروش خانه به خانه
۲. فروش الکترونیک
۳. فروش با کاتالوگ
۴. فروش اتوماتیک

۳۳- کدام نوع کالاها آن دسته از کالاها و خدمات مصرفی اند که با حداقل مقایسه و تلاش مشتری به‌طور عادی و سریع خریده می‌شوند؟

۱. کالاهای صنعتی
۲. کالاهای راحتی
۳. کالاهای اختصاصی
۴. کالاهای مقایسه ای

۳۴- در کدام یک از مراحل منحنی طول عمر محصول ، محصول برای اولین مرتبه به بازار عرضه می‌شود؟

۱. معرفی
۲. بلوغ
۳. رشد
۴. اشباع

۳۵- برای یک شرکت ، مشکل ترین مرحله از مراحل چهارگانه منحنی طول عمر محصول چیست؟

۱. معرفی
۲. رشد
۳. بلوغ
۴. افول

۳۶- کدام گزینه حد پایین قیمت فروش را نشان می دهد؟

۱. هزینه
۲. تابع بازار
۳. تقاضا
۴. عرضه

۳۷- آسان ترین شیوه قیمت گذاری کدام است؟

۱. تعیین قیمت بر اساس قیمت جاری
۲. تعیین قیمت بر اساس ذهنیت خریدار
۳. تعیین قیمت بر اساس هزینه تمام شده
۴. تعیین قیمت با ارائه پیشنهاد

۳۸- کدام یک از انواع تخفیفات را فروشنده برای اعضای کانال توزیع خود نظیر خرده فروشان در نظر می‌گیرد؟

۱. تخفیفات نقدی
۲. تخفیفات فصلی
۳. تخفیفات مقداری
۴. تخفیفات عملیاتی

۳۹- بهترین بازار برای محصولات کشاورزی در کشورهای در حال توسعه چیست؟

۱. بازار رقابتی
۲. بازار انحصار کامل
۳. بازار رقابت انحصاری
۴. بازار انحصار چندجانبه

۴۰- کدام یک از قواعد تصمیم گیری ، منجر به بالاترین بازده خالص میانگین در طول زمان می‌شود؟

۱. قاعده حداکثر حداقل ها
۲. قاعده حداکثر حداکثرها
۳. قاعده احتمال یکسان
۴. قاعده حداکثر ارزش مورد انتظار

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

۱- نیازهایی که با ارزش های شخصی فرد ارتباط دارند، چه نوع نیازهایی می‌باشند؟

۱. نیازهای فیزیکی ۲. نیازهای درونی ۳. نیازهای اجتماعی ۴. نیازهای عاطفی

۲- فرایند تبدیل موثر تقاضای مخفی به تقاضای واقعی وبالفعل تعریف کدام بازاریابی زیر است؟

۱. بازاریابی همزمانی ۲. بازاریابی مجدد ۳. بازاریابی ابقایی ۴. بازاریابی توسعه ای

۳- کدامیک جزو عوامل بازاریابی نمی باشد؟

۱. ترویج ۲. کالا ۳. قیمت ۴. تقاضا

۴- از جمله مزایای درجه بندی محصولات کشاورزی کدام است؟

۱. خدمات بازاریابی را تسهیل می‌کند ۲. باعث کاهش درآمدکشاورزان می شود

۳. درساختاربازارمحصولات تاثیری ندارد ۴. درتوسعه بازارمحصول نقشبی ندارد

۵- سهم حمل و نقل دریایی درتجارت بین المللی کالاها تقریبا چند درصداست؟

۱. 45 ۲. 55 ۳. 80 ۴. 90

۶- عناصر آمیخته بازاریابی کدامند؟

۱. کالا،قیمت،عرضه،تقاضا ۲. کالا ، عرضه ، تقاضا ،توزیع

۳. کالا ،قیمت،مکان،ارتقا ۴. کالا ،مکان،عرضه،تقاضا

۷- کدامیک از محصولات کشاورزی بازار مبادلاتی تقریبا انحصاری دارند و دولت به عنوان خریدار عمده آن عمل می‌کند؟

۱. گندم ۲. حبوبات ۳. سیب زمینی ۴. دانه های روغنی

۸- فاصله موجود بین حداقل توان بازار و توان بالقوه بازارچه چیزی رانشان می دهد؟

۱. حساسیت کلی تولید ۲. حساسیت کلی توزیع ۳. حساسیت کلی تقاضا ۴. حساسیت کلی عرضه

۹- اندازه بازار به کدام عوامل بستگی ندارد؟

۱. امکانات حمل و نقل ۲. امکانات وسایل پرداخت ۳. شاخص های راهنما ۴. گستردگی اطلاعات

۱۰- پرهزینه ترین مرحله تحقیقات بازاریابی کدام است؟

۱. تهیه طرح تحقیق ۲. جمع آوری اطلاعات ۳. تغییرنتایج تحقیق ۴. تعریف اهداف تحقیق

۱۱- مراکز عمده دولتی اطلاع رسانی بازار محصولات کشاورزی در ایران کدامند؟

۱. سازمان تعاون روستایی –شرکت سهامی پشتیبانی امور دام ۲. وزارت بازرگانی-سازمان تعاون روستایی

۳. وزارت تعاون- وزارت بازرگانی ۴. شرکت غله-وزارت جهادکشاورزی

۱۲- به کدام نوع مصاحبه گروه کانون نیز گفته می شود؟

۱. مصاحبه درمراکزخرید ۲. مصاحبه گروهی ۳. مصاحبه تلفنی ۴. مصاحبه درمنازل

۱۳- استفاده از کدام روش نمونه گیری های غیراحتمالی بازاریابی بسیارمتداول است؟

۱. نمونه گیری سهمیه ای ۲. نمونه گیری قضاوتی ۳. نمونه گیری آسان ۴. نمونه گیری تصادفی

۱۴- در مقایسه، نمونه گیری طبقه بندی شده نسبت به تصادفی ..... است.

۱. گران تر ۲. ارزان تر ۳. ساده تر ۴. هیچ کدام

۱۵- تحقیقات بازاریابی از چه زمانی جای خود رادرادبیات بازاریابی باز کرده است؟

۱. جنگ جهانی اول ۲. دوره رنسانس ۳. جنگ جهانی دوم ۴. دهه50

۱۶- دوره زمانی اهداف اجرایی، چه مدتی است؟

۱. بلند مدت ۲. یکساله ۳. دوساله ۴. چندساله

۱۷- رایج ترین ومتداول ترین شکل سازمان بازاریابی کدام است؟

۱. سازمان دایره بازاریابی ۲. سازمان جغرافیایی

۳. سازمان عملیاتی ۴. سازمان مدیریت محصول

۱۸- ایجاد یک سازمان مدیریت محصول درچه صورتی موجه است؟

۱. شرکت مبادرت به تولید یک محصول خاصی نماید

۲. شرکت محصولات زیادومتنوعی داشته باشد

۳. چندین مدیرگروه محصول را رهبری نمایند

۴. هریک از مدیران مسولیت یک محصول خاص را به عهده بگیرند

۱۹- درکدام نوع از انواع کنترل بازاریابی هماهنگی و تناسب خط مشی های اسامی شرکت با فرصت‌های موجود بازار بررسی می‌شود؟

۱. کنترل برنامه سالانه ۲. کنترل سودآوری ۳. کنترل برنامه روزانه ۴. کنترل استراتژیک

۲۰- مزیت اصلی سازمان عملیاتی بازاریابی کدام است؟

۱. اداره آسان آن
۲. استقرار فروشندگان درمحل
۳. شناسایی مشتریان به آسانی
۴. کاهش هزینه سفر مشتریان

۲۱- کدامیک از خرده فروشی های زیربه صورت سلف سرویس اداره می شوند؟

۱. فروشگاه های اختصاصی
۲. فروشگاه های بزرگ
۳. سوپرمارکت ها
۴. فروشگاه های راحت

۲۲- وظیفه اول هرخرده فروش چیست؟

۱. تعیین سیاستهای قیمت گذاری
۲. قرارگرفتن درجایگاه خود
۳. تعیین بازارهدف
۴. توسعه محدوده ارایه خدمات

۲۳- کدامیک از متغیرهای اصلی تصمیم گیری خرده فروشان نمی باشد؟

۱. ترکیب کالا
۲. نوع خدمات قابل ارائه
۳. ترکیب خدمات همراه
۴. فضای عمومی فروشگاه

۲۴- بزرگترین گروه عمده فروشان کدامند؟

۱. عمده فروشان باخدمات کامل
۲. عمده فروشان باخدمات محدود
۳. دلالان
۴. عمده فروشان تجاری

۲۵- حجم فروش دفاتر و شعبات فروش تولید کنندگان چند درصد عمده فروشی را تشکیل می‌دهد؟

۱. 25
۲. 29
۳. 31
۴. 40

۲۶- براساس منحنی عمر محصول بیشترین مقدار محصول پس از کدام مرحله است؟

۱. مرحله ی رشد محصول
۲. مرحله ی بلوغ و اشباع
۳. مرحله ی افول محصول
۴. مرحله ی معرفی محصول

۲۷- کدام دسته از کالاها، از جمله کالاهای مصرفی اند که مشتری در فرایند انتخاب آنها عواملی نظیر مناسبت، کیفیت، قیمت و شکل را در نظر می‌گیرد؟

۱. کالاهای راحتی
۲. کالاهای اختصاصی
۳. کالاهای ناخواسته
۴. کالاهای مقایسه ای

۲۸- در کدام مرحله از مراحل منحنی عمر محصول فروش به سرعت افزایش می یابد و رقبا وارد بازار می‌شوند؟

۱. مرحله ی بلوغ و اشباع
۲. مرحله ی رشد
۳. مرحله ی افول
۴. مرحله ی معرفی

۲۹- هزینه هایی که شرکت هرماه بابت اجاره، سوخت، بهره بانکی، حقوق و مزایای مدیران می‌پردازد، جزو کدام دسته از هزینه‌ها بشمار می‌آیند؟

۱. هزینه های متغیر ۲. هزینه کل ۳. هزینه های جاری ۴. هزینه های ثابت

۳۰- در مرحله بلوغ و اشباع روند قیمت چگونه است؟

۱. حداکثر و سپس کاهش ۲. کاهش و سپس حداکثر

۳. یکنواخت ۴. روند افزایشی دارد

۳۱- حد بالایی قیمت فروش تابع چیست؟

۱. هزینه و تقاضا ۲. بازار و تقاضا ۳. تقاضا ۴. هزینه

۳۲- تخفیفیاتی که فروشنده برای اعضای کانال توزیع کالای خود نظیر خرده فروشان در نظر می‌گیرد، چه نام دارند؟

۱. تخفیفات عملیاتی ۲. تخفیفات نقدی ۳. تخفیفات فصلی ۴. تخفیفات مقداری

۳۳- در کدامیک از کانال های بازاریابی مصرفی هیچ سطحی از واسطه وجود ندارد؟

۱. کانال1 ۲. کانال2 ۳. کانال3 ۴. کانال4

۳۴- مهمترین متغیر اقتصادی محصول کدام است؟

۱. کیفیت ۲. قیمت ۳. قابل فروش بودن ۴. رقابت

۳۵- طبق تئوری های اقتصادی، بهترین بازار محصولات کشاورزی در کشورهای در حال توسعه کدام است؟

۱. بورس کالا ۲. بازار رقابتی ۳. بازار محلی ۴. بازار بین المللی

۳۶- خطر به کارگیری نظام های کنترلی مناسب در محیط سازمان جزو کدامیک از ریسک‌های کسب و کار می‌باشد؟

۱. ریسک بازار ۲. ریسک اعتماد ۳. ریسک عملیاتی ۴. ریسک شهرت

۳۷- اکثر تصمیمات کشاورزی در کدام دسته طبقه بندی می شوند؟

۱. حتمیت ۲. قطعیت ۳. عدم حتمیت ۴. عدم قطعیت

۳۸- کدام ریسک باعث می شود که ارزش محصول انبار شده کاهش یابد؟

۱. ریسک کاهش کیفیت و بازار پسندی ۲. ریسک مالی

۳. ریسک از دست دادن محصول ۴. ریسک قیمت ها

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