

نام درس: بازاریابی بین الملل
روشته تحصیلی و کد درس: مدیریت بازرگانی، صنعتی، تجمیع صنعتی ۱۲۱۸۱۴۵ - ۱۲۱۸۰۷۹
تعداد سؤالات: 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
روشته تحصیلی و کد درس: مدیریت بازرگانی، صنعتی، تجمیع صنعتی ۱۲۱۸۰۷۹-۱۲۱۸۱۴۵
تعداد سؤالات: 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 می‌باشد؟
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 جمع‌آوری اطلاعات می‌باشد؟
الف. تجسس
ب. راهنمایی
ج. نظاره گری
د. تحقیق
۱۲. «مشارکت و سرمایه گذاری مشترک» جزء کدامیک از استراتژی‌های ورود به بازار جهانی می‌باشد؟
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 می‌باشد؟
الف. مسائل فنی
ب. شرایط استفاده مختلف
ج. نقش دولتها
د. شهرت بین المللی کالا
۱۴. با کدام یک از استراتژی‌های 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 می‌شود، باید بیانگر یک نوع تناسب منطقی بین نیازهای بازار و منابع شرکت باشد» این تعریف مربوط به کدام یک از عوامل استاندارد کردن کالا می‌شود؟
الف. تقاضای بازار
ب. مطابقت با خط مشی و منابع شرکت
ج. تصمیمات و قوانین دولتی
د. صرفه جوی در عملیات تولیدی و بازار یابی
۱۶. کدام گزینه از عمده دلایل موفقیت شرکت در مدیریت کانالهای توزیع می‌باشد؟
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 گزینه‌های زیر می‌باشد؟
الف. روش لجستیک
ب. روش بازاریابی عمودی
ج. روش بازاریابی افقی
د. روش بازاریابی مستقیم
۱۸. کدام گزینه جزء عناصر تبلیغاتی محسوب می‌شود؟
الف. آگهی
ب. تابلوهای تبلیغاتی
ج. کاتالوگ
د. گزارشهای سالیانه وبولتن شرکت
۱۹. «تاثیر گذاری سریع بر مشتری» هدف کدام فعالیت زیر می‌باشد؟
الف. فعالیتهای تبلیغات
ب. فعالیتهای روابط عمومی
ج. فعالیتهای مشاوره ای
د. فعالیتهای ایجاد ارتباط

نام درس: بازاریابی بین الملل
روشته تحصیلی و کد درس: مدیریت بازرگانی، صنعتی، تجمیع صنعتی ۱۲۱۸۱۴۵ - ۱۲۱۸۰۷۹
تعداد سؤالات: 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. کانال های 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)