

نام درس: بازاریابی بین‌المللی	تعداد سؤالات: تستی: ۲۵ تشریحی: ۵
رشته تحصیلی و کد درس: مدیریت بازرگانی - مدیریت صنعتی (سنتی - تجميع)	زمان آزمون: تستی: ۳۰ تشریحی: ۳۰ دقیقه
کد سری سؤال: یک (۱)	آزمون نمره منفی دارد ○ ندارد ⊗
استفاده از: —	مجاز است.

امام علی<sup>(ع)</sup>: برتری مردم به یکدیگر، به دانش‌ها و خردهااست؛ نه به ثروت‌ها و تبارها.

- کدام گزینه بیان‌کننده مفهوم بازاریابی بین‌المللی از دیدگاه پیتر دراکر می‌باشد؟  
 الف. یافتن جایگاه مناسب در بازار مصرف می‌باشد  
 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 می‌خواهند و می‌جویند  
 د. مجموعه‌ای از فعالیتهای انسانی و اقتصادی هدایت شده که در جهت ارضای نیازهای جامعه است
- کدامیک از گزینه‌های زیر از جمله عوامل سیاسی در محیط بازاریابی بین‌المللی 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 موافقت‌نامه حرکت می‌کنند؟  
 الف. مذاکره گسترده  
 ب. پیش‌مذاکره  
 ج. مذاکره تلفیقی  
 د. تصمیم‌گیری و اقدام
- کدامیک از ابزارهای اصلی خط‌مشی 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. بسته‌بندی  
 ج. برجسب کالا  
 د. طریقه استفاده
- اطلاع داشتن از رفتار خریداران و فرایندهای تصمیم، نشان‌دهنده 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. پیش‌بینی تقاضا

نام درس: بازاریابی بین المللی	تعداد سؤالات: تستی: ۲۵ تشریحی: ۵
رشته تحصیلی و کد درس: مدیریت بازرگانی - مدیریت صنعتی (سنتی - 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

نام درس: بازاریابی بین‌المللی	تعداد سؤالات: تستی: ۲۵ تشریحی: ۵
رشته تحصیلی و کد درس: مدیریت بازرگانی - مدیریت صنعتی (سنتی - تجميع)	زمان آزمون: تستی: ۳۰ تشریحی: ۳۰ دقیقه
۱۲۱۸۱۴۵ - ۱۲۱۸۰۷۹	آزمون نمره منفی دارد ○ ندارد ⊗
کد سری سؤال: یک (۱)	استفاده از: — مجاز است.

۱۸. در بخش خدمات توریستی و امور تبلیغاتی کدام کانال توزیع مورد بهره برداری قرار می‌گیرد؟

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 می‌تواند 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 می‌پذیرد؟

الف. فروشگاههای بزرگ      ب. سوپر مارکتها      ج. مراکز خرید      د. فروشگاههای زنجیره‌ای

۲۱. این نوع تبلیغات در مرحله رقابت مؤثر است و به صورت مقایسه‌ای عملکرد دو یا چند کالا را به مصرف کننده نشان می‌دهند؟

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. بین‌المللی      د. اختصاصی

۲۳. در کدامیک از بازارها اتخاذ یک سیاست از سوی یک فروشنده می‌تواند 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 صاحب‌نظران می‌باشد؟

الف. پیرین      ب. آکوف      ج. ایروینگ      د. گوردون

نام درس: بازاریابی بین‌المللی	تعداد سؤالات: تستی: ۲۵ تشریحی: ۵
رشته تحصیلی و کد درس: مدیریت بازرگانی - مدیریت صنعتی (سنتی - تجميع)	زمان آزمون: تستی: ۳۰ تشریحی: ۳۰ دقیقه
۱۲۱۸۱۴۵ - ۱۲۱۸۰۷۹	آزمون نمره منفی دارد ○ ندارد ⊗
کد سری سؤال: یک (۱)	استفاده از: — مجاز است.

« سؤالات 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 )