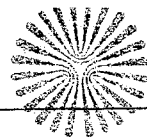


این سؤال برای دانشجویان طرح تجميع رشته مدیریت بازرگانی نمی باشد.

۱. امروزه جهانی شدن بازاریابی بین الملل نسبت به بازاریابی داخلی در کدامیک از ابعاد زیر رشد بیشتری داشته است؟
الف. شیوه های اعتباری ب. بوروکراسی دولتی ج. اقتصادی و اجتماعی د. تجارت و سرمایه گذاری
۲. «هنر» و «تعلیم و تربیت» از عوامل تشکیل دهنده کدامیک از موارد زیر می باشند؟
الف. تکنولوژی آموزشی ب. فرهنگ جهانی ج. فرهنگ مادی د. ارتباطات اجتماعی
۳. در کدامیک از دوره ها یا مراحل زیر، حرکت به سمت یک توافقنامه از طریق حل مسائل صورت می گیرد؟
الف. مذاکره تلفیقی ب. تصمیم گیری و اقدام ج. مذاکره گسترده د. پیش مذاکره
۴. کدامیک از گزینه های زیر، نمایانگر سهم انواع متفاوت کالاها و خدمات در تجارت است؟
الف. خط مشی بازرگانی جهانی ب. سازمان تجارت جهانی
ج. تراز پرداخت های جهانی د. ترکیب تجارت جهانی
۵. توفیق کدامیک از تشکلهای زیر، بستگی زیادی به منطق اقتصادی، انگیزه ها، تاریخ اقتصادی و سنت های دیرینه کشورها دارد؟
الف. اتحادیه اقتصادی ب. اتحادیه سیاسی ج. اتحادیه حقوق گمرکی د. مناطق آزاد تجاری
۶. کدامیک از ارگانهای زیر، جهت مساعدت به کشورهایی که وضعیت تراز پرداخت های آنها اجازه وام گرفتن با شرایط معمولی را به آنها می دهد، بوجود آمده است؟
الف. مؤسسه توسعه بین المللی ب. شرکت مالی بین المللی
ج. بانک بین المللی ترمیم و توسعه د. صندوق بین المللی پول
۷. هدف پیمانهای مالیاتی کدام است؟
الف. کاهش نرخ مالیات ب. ثبات نرخ مالیات
ج. اجتناب از مالیات مضاعف د. اجتناب از افزایش درآمد مالیاتی
۸. طراحی مؤثر، تحویل بموقع و کاربرد اطلاعات در یک سازمان بازرگانی چه نام دارد؟
الف. سیستم اطلاعاتی بازاریابی ب. اطلاعات جامع بازرگانی
ج. فرآیند اطلاعات بازرگانی د. ذخیره سازی اطلاعات بازاریابی
۹. در کدامیک از سبکهای زیر از روشهای جمع آوری اطلاعات از طریق نظارت، اطلاعات بطور روشن در اختیار بازاریاب قرار می گیرد؟
الف. راهنمایی ب. نظاره گری ج. تحقیق د. تجسس
۱۰. در کدامیک از موارد زیر، شرکت اصلی، امتیاز فروش محصول را به شرکتهای خارجی واگذار می کند؟
الف. مونتاژ ب. سرمایه گذاری مشترک ج. فرانشیز د. قرارداد مدیریت
۱۱. مهمترین عنصر یک برنامه بازاریابی، کدام است؟
الف. قیمت ب. توزیع ج. ترفیع د. محصول
۱۲. در کدام مرحله از مراحل سیکل عمر کالا، هزینه های مربوط به فروش در حداقل خود می باشد؟
الف. مرحله بلوغ ب. مرحله نزول ج. مرحله رشد د. مرحله معرفی
۱۳. دلیل عمده و اصلی برای مارک یکسان جهانی زدن بر کالا، کدام است؟
الف. جلوگیری از تقلید و کپی برداری ب. توجه به جنبه های قانونی
ج. صرفه جویی های ناشی از مقیاس د. اجبار شرکتهای چند ملیتی



نام درس: بازاریابی بین الملل

کد درس: ۲۸۱۶۸۳

تعداد سؤالات: ۲۰ تکمیلی — تشریحی: ۵

رشته تحصیلی: گرایش: مدیریت بازرگانی - طرح تجمیع رشته مدیریت صنعتی زمان امتحان: تئوری و تکمیلی ۳۰ دقیقه تشریحی ۴۵ دقیقه

تعداد کل صفحات: ۲

(طرح تجمیع رشته مدیریت صنعتی: ۱۳۲۳۶۸)

۱۴. از کدامیک از روشهای توزیع زیر به منظور سهولت دسترسی خریدار استفاده می شود؟
 الف. توزیع وسیع ب. توزیع انحصاری ج. توزیع برگزیده د. توزیع خرده فروشی
۱۵. کدامیک از خرده فروشی های زیر از مزیت خرید کلان برخوردار بوده و از انبارهای مشترک استفاده می کنند؟
 الف. سوپرمارکتها ب. مراکز خرید ج. فروشگاههای ارزان د. فروشگاههای زنجیره ای
۱۶. به روشی اطلاق می شود که در آن یک شرکت به تلفیق تولید و توزیع زیر نظر خودش می پردازد؟
 الف. روش بازاریابی افقی ب. روش بازاریابی عمودی ج. روش بازاریابی چند کاناله د. روش بازاریابی لجستیک
۱۷. ارائه کالا به مشتریان احتمالی همراه با توضیحات شفاهی به منظور بفروش رساندن کالا، چه نام دارد؟
 الف. آگهی ب. تبلیغات تجاری ج. فروش شخصی د. ارتقاء فروش
۱۸. به جمله ای اطلاق می شود که به منظور تکرار دائمی یا تکرار به مدت طولانی، طرح می شود و در تبلیغات اهمیت خاصی دارد؟
 الف. آگهی ب. لوگو ج. تبلیغ تجاری د. شعار تبلیغاتی
۱۹. در این روش قیمت گذاری، قیمت شامل قیمت کالا و هزینه حمل کالا تا مقصد می باشد؟
 الف. قیمت براساس C&F ب. قیمت براساس CIF ج. قیمت براساس FOB د. قیمت براساس FAS
۲۰. افزایش کارایی، تصمیم گیری سریع و هماهنگی تصمیماتی از مزایای کدامیک از ساختارهای سازمانی زیر است؟
 الف. ساختار سازمانی ترکیبی ب. ساختار سازمانی بر مبنای وظیفه ج. ساختار سازمانی ماتریسی د. ساختار سازمانی بر بنای ناحیه

سؤالات تشریحی

بارم هر سؤال تشریحی ۱/۵ نمره می باشد.

۱. روشهای مذاکرات بازاریابی را نام برده و هر یک را به اجمال شرح دهید؟
 خانم سیم سطلی
۲. از میان عوامل مختلفی که اندازه بازارها را تحت تأثیر خود قرار می دهند، فقط عامل جمعیت را توضیح دهید؟
 برادرزاده سوسا جسی
۳. انواع مشکلات مربوط به تحقیق بازاریابی در کشورهای مختلف را نام برده و یکی را به اختیار و بطور خیلی مختصر شرح دهید؟
۴. فرآیند طراحی و تولید محصول برای بازارهای بین المللی را به ترتیب مراحل بیان نمایند؟
۵. انواع تبلیغات بر حسب هدف را نام برده و هر کدام را توضیح دهید؟