

تعداد سوالات نظری: ۲۵ نظری: ۵
زمان آزمون (نظری): تستی و تکمیلی: ۳۵ نظری: ۲۰

نام درس: تحقیقات بازاریابی
رشته تحصیلی: گرایش مدیریت (بازرگانی)
کلاس: ۱۲۱۸۱۲۸

● دانشجوی گرامی: لطفاً، گزینه ۱ را در قسمت کد سری سؤال برگه پاسخنامه خود، علامت بزنید. بدیهی است، مسئولیت این امر برعهده شما خواهد بود.

● این آزمون نمره منفی ندارد.

۱. کدامیک از موارد زیر جزء عوامل موقعیتی و غیر قابل کنترل سازمان نمی باشد؟

- الف. تکنولوژی
ب. مقررات دولتی
ج. تصمیمات مربوط به قیمت
د. منابع داخلی سازمان

۲. اولین مرحله در فرآیند تصمیم گیری کدام یک از مراحل زیر است؟

- الف. تعریف مسئله تصمیم گیری
ب. شناخت موقعیت تصمیم گیری
ج. شناسایی مسیرهای عملیاتی جانشین
د. انتخاب مسیر عملیاتی بهینه

۳. کدام مورد در اجرای سیستم اطلاعاتی بازاریابی جزء منابع اطلاعات خارجی می باشد؟

- الف. منابع حسابداری و منابع سازمان فروش
ب. منابع صنعتی و منابع کتابخانه ای
ج. منابع سامان فروش و منافع صنعتی
د. منابع سازمان فروش و منابع کتابخانه ای

۴. سیستم پیشرفته ترین نوع سیستمهاست که به پرسشهای پیچیده تر تصمیم گیرنده، پاسخ می دهد؟

- الف. ذخیره و کسب اطلاعات
ب. نظارت بر اطلاعات
ج. تجربه و تحلیل اطلاعات
د. پشتیبانی اطلاعات

۵. در فرآیند تحقیق، کدام مرحله مستلزم بررسی های میدانی است؟

- الف. پردازش داده ها
ب. تهیه گزارش تحقیقی
ج. نمونه گیری
د. گردآوری اطلاعات

۶. سیرآوردهای زمان و بودجه لازم برای اجرای تحقیق را در بر می گیرد؟

- الف. لپستیک
ب. عملکرد
ج. منشأ
د. اطلاعات

۷. بیشتر پروژه های مربوط به تحقیقات بازاریابی با کدامیک از انواع تحقیق آغاز می شود؟

- الف. تحقیقات اکتشافی
ب. تحقیقات آزمایشی
ج. تحقیقات توصیفی
د. تحقیقات علی

۸. در تحقیقات نمونه ثابتی از پاسخ دهندگان وجود دارند که بطور مستمر آنها اطلاعات بدست می آید.

- الف. توصیفی
ب. پانل
ج. اکتشافی
د. علی

۹. کدامیک از موارد زیر جزء معایب طرح پانل نمی باشد؟

- الف. افزایش هزینه و زمان اجرای پروژه
ب. اعضاء امکان دارد تحت تاثیر عوامل غیر قابل کنترل قرار گیرند.
ج. در عضویت های طولانی فرد خود را یک متخصص می انگارد.

د. اعضاء نماینده جمعیت مورد مطالعه نمی باشند.

۱۰. خطر « اثر هاتورین » در کدام مورد زیر وجود دارد؟

- الف. طرح علی
ب. طرح توصیفی
ج. طرح پانل
د. طرح کتابخانه ای

تعداد سوالات تئوری: ۲۵ تکلیفی: ۵

زمان آزمون (بدون استراحت): ۳۵ دقیقه: ۲۰

۹۵

نام درس: تحقیقات بازاریابی
رشته تحصیلی: مدیریت (بازرگانی)

کلاس: ۱۳۸۱۳۸

۱۱. متداولترین روش گردآوری اطلاعات کدام است؟
الف. پرسشنامه با ساختار و مستقیم
ب. پرسشنامه با ساختار و غیر مستقیم
ج. پرسشنامه بدون ساختار و غیر مستقیم
د. روش عملکرد وظیفه عینی
۱۲. مصاحبه حضوری و فردی بدون ساختار که در آن با استفاده از پرسشهای گسترده، پاسخ دهنده را وادار می کند آزادانه صحبت کند گویند
الف. مصاحبه غیر مستقیم
ب. مصاحبه گروه کانون
ج. روش عملکرد وظیفه عینی
د. مصاحبه عقلی
۱۳. کدامیک از روشهای مصاحبه زیر را 'روش فرافکنی' می نامند؟
الف. روش با ساختار و مستقیم
ب. روش بدون ساختار و غیر مستقیم
ج. مصاحبه عقلی
د. روش بدون ساختار و مستقیم
۱۴. از لحاظ 'میزان پاسخ' و 'کنترل آداری' مصاحبه بترتیب دارای بالاترین میزان پاسخ و بدترین کنترل آداری است.
الف. تلفنی
ب. مکتوبی
ج. حضوری
د. پانل
۱۵. از این وسیله برای اندازه گیری اینکه کدام قسمت از آگهی برای خوانندگان جالبتر است استفاده می کنند؟
الف. دوربین مردمک چشم
ب. دوربین چشم
ج. گالوانومتر روانی
د. آودیومتر
۱۶. این مقیاس اطلاعاتی در مورد مقدار کمتر یا بیشتر بودن ویژگیها در یک پدیده به دست نمی دهد؟
الف. مقیاس ترتیبی
ب. مقیاس اسمی
ج. مقیاس کسری
د. مقیاس فاصله ای
۱۷. قضایات ذهنی متخصصی در مورد مناسب بودن اندازه گیری به کدام یک از انواع اعتبار مربوط می شود؟
الف. اعتبار محتوا
ب. اعتبار سازه
ج. اعتبار پیشگویی
د. اعتبار مقارن
۱۸. کاربرد کدامیک از مقیاسهای زیر در مطالعات تصویر و ذهنیت شرکت و مارک می باشد؟
الف. مقیاس لیکرت
ب. مقیاس دو به دو
ج. مقیاس یک قطبی
د. مقیاس تفکیک زمانی
۱۹. کدامیک از مقیاسهای زیر جزء مقیاسهای غیر مستقیم می باشد؟
الف. مقیاس یک قطبی
ب. مقیاس دو به دو
ج. مقیاس لیکرت
د. مقیاس تفکیک زمانی
۲۰. مقیاس شامل 'مبارتهایی که با طرز فکر مورد نظر در ارتباطند'.
الف. لیکرت
ب. تفکیک زمانی
ج. یک قطبی
د. مقایسه دویه دو
۲۱. انتخاب تصادفی اولین فقره و سپس انتخاب فقره های دیگر در هر فاصله n مربوط به کدامیک از انواع نمونه برداری می شود.
الف. نمونه برداری غیر احتمالی
ب. نمونه برداری نظام دار
ج. نمونه برداری سهمیه ای
د. نمونه برداری خوشه ای

تعداد سوالات نظری: ۲۵ تکلیفی: ۵
زمان آزمون (شماره) تستی و تکلیفی: ۳۵ نظری: ۲۰

نام درس: تحقیقات بازاریابی
رشته تحصیلی: گرایش مدیریت (بازرگانی)
کلاس: ۱۲۱/۱۲۸

۲۲. ساده ترین روش برای پی بردن به نظرهای مصرف کنندگان در مورد طرح اولیه محصولات کدامیک از روشهای زیر است؟

- الف. مشاهده عینی ب. مصاحبه گروه کانون ج. مصاحبه تلفنی د. مصاحبه عمقی
۲۳. کدامیک از روشهای زیر برای متغیرهای وابسته اسمی و متغیرهای مستقل فاصله‌ای مناسب می‌باشد؟

- الف. تجزیه و تحلیل واریانس ب. تجزیه و تحلیل عوامل
- ج. تجزیه و تحلیل ممیز د. تجزیه و تحلیل خوشه‌ای

۲۴. متداولترین نوع 'تجزیه و تحلیل دو متغیره' است.

- الف. همبستگی ب. طبقه بندی مقاطع دو متغیر اسمی
- ج. رگرسیون ساده د. تجزیه و تحلیل واریانس

۲۵. در تجزیه و تحلیل فروش کدامیک از عوامل زیر مدنظر گرفته نمی‌شود؟

- الف. منطقه ب. قیمت ج. اندازه سفارش د. خریدار

سوالات تشریحی

۱. ویژگیهای سیستم اطلاعاتی بازاریابی را بنویسید (۲ نمره)
۲. نمونه‌هایی از پرسشهای احتمالی را که برای به حداقل رسانیدن خطای کل مطرح می‌شود را بنویسید (۱ نمره)
۳. معایب اطلاعات ثانویه را بنویسید (۱ نمره)
۴. در طرح سوالات و انتخابیات لغات پاسخ به چه سوالاتی ضروری است (۱ نمره)
۵. مقیاس رتبه بندی در روش تحقیق بازاریابی را توضیح دهید (۱ نمره)