

سری سوال: یک ۱

زمان آزمون (دقیقه): نستی: ۶۰ تشریحی: ۰

تعداد سوالات: نستی: ۴۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: بازاریابی بین الملل

رشته تحصیلی/ کد درس: مدیریت بازرگانی (چندبخشی) ۱۲۳۵۰۱۴

- ۱- یافتن جایگاه مناسب در بازار، تعریف کدام یک از گزینه های زیر می باشد؟
 ۱. بازار
 ۲. مدیریت
 ۳. بازاریابی
 ۴. بازارگردی
- ۲- کدام یک از گزینه های زیر، چارچوب مقایسه رابطه بازاریابی با محیط آن در دو یا چند کشور است؟
 ۱. بازاریابی تطبیقی
 ۲. بازاریابی و مدیریت بازار
 ۳. بازاریابی داخلی
 ۴. بازار هدف
- ۳- کدام یک از گزینه های زیر از عوامل سیاسی محیط بازاریابی است؟
 ۱. توسعه صنعتی
 ۲. مقررات پولی و مالی
 ۳. قومیت
 ۴. اقتصاد صادرات مواد خام
- ۴- مجموعه ای از ابزارهای مداخله در بازار که به صورت وابسته به هم عمل می کنند به طوری که تأثیر لازم یا مورد نظرها در بازار می گذارند، چیست؟
 ۱. بازاریابی
 ۲. آمیخته بازاریابی
 ۳. کیفیت
 ۴. بازاریابی بین الملل
- ۵- در کدام گزینه به ترتیب « تاکید زیادی بر تحلیل رفتار و انگیزه خریدار می شود » و « آگاهی نسبت به علل بنیادی . ماهیت تجارت بین الملل ضروری می باشد »؟
 ۱. بازاریابی محیطی - بازاریابی بین المللی
 ۲. بازاریابی بین المللی - بازاریابی بین المللی
 ۳. بازاریابی داخلی - بازاریابی بین المللی
 ۴. بازاریابی داخلی - بازاریابی داخلی
- ۶- کدام یک از نظریه ها، بر آن است که با تکیه بر تخصص کشورها و استفاده بهینه از امکانات و تسهیلات، آنها را مورد توجه قرار دهد؟
 ۱. مزیت مطلق
 ۲. مزیت نسبی
 ۳. مرکانتی لیسم
 ۴. آدام اسمیت
- ۷- یکی از ضربه های فکری عمده به تفکر مرکانتی لیست، کتاب کدام نویسنده و تحت چه عنوانی بود؟
 ۱. دیوید ریکاردو - ثروت ملل
 ۲. آدام اسمیت - اساس جنگ
 ۳. دیوید ریکاردو - اساس جنگ
 ۴. آدام اسمیت - ثروت ملل
- ۸- به اقدامات و قوانین دولتی در خصوص تجارت خارجی کدام یک از گزینه های زیر اشاره دارد؟
 ۱. محیط بازار
 ۲. خط مشی بازرگانی
 ۳. مدیریت بازاریابی
 ۴. رویه بازرگانی

سری سوال: ۱ یک

زمان آزمون (دقیقه): نستی: ۶۰ تشریحی: ۰

تعداد سوالات: نستی: ۴۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: بازاریابی بین الملل

رشته تحصیلی/ کد درس: مدیریت بازرگانی (چندبخشی) ۱۳۳۵۰۱۴

۹- کلیه معاملات اقتصادی بین یک کشور و سایر کشورها در دوره ای مشخص که اصولاً یک سال است در چه سندی ثبت می شود؟

۱. تراز خارجی ۲. تراز مطلوب تجاری ۳. تراز پرداختها ۴. تراز داخلی

۱۰- کدام یک از انواع عوارض گمرکی به ترتیب « برای کالاهای اولیه یا مواد خام » و « در مورد تولیدات صنعتی » مورد استفاده قرار می گیرد؟

۱. ارزشی - مقداری ۲. مختلط - ارزشی ۳. مختلط - مقداری ۴. مقداری - ارزشی

۱۱- کدام گزینه یکی از سریعترین و بالاترین نرخهای رشد را در میان سایر فعالیتهای اقتصادی را دارد؟

۱. بازاریابی ۲. تجارت بین الملل ۳. توسعه اقتصادی ۴. رشد اقتصادی

۱۲- « طراحی موثر، تحویل به موقع و کاربرد اطلاعات در یک سازمان بازرگانی » تعریف کدام یک از گزینه های زیر می باشد؟

۱. سیستم اطلاعات حسابداری ۲. توزیع
۳. سیستم اطلاعات بازاریابی ۴. بازار گردانی

۱۳- متداولترین محدودیت وارداتی برای کالاهای خارجی در سیستم بازرگانی بین المللی کدام گزینه می باشد؟

۱. کنترل ارز ۲. گمرک نامریی ۳. تعرفه گمرکی ۴. سود بازرگانی

۱۴- کدام یک از گزینه های زیر جزو صادرات غیر مستقیم می باشد؟

۱. شرکتهای مدیریت صادرات ۲. توزیع کنندگان
۳. قرارداد مدیریت ۴. بازاریابی مستقیم

۱۵- در کدام یک از مراحل درجه توسعه اقتصادی کشور، صنعت رشد کافی پیدا کرده و به علت وجود رقبا و تکنولوژی بالا، ورود به بازار مشکل تر می باشد؟

۱. مرحله تولید انبوه ۲. مرحله جهش ۳. مرحله بلوغ ۴. مرحله قبل از جهش

۱۶- مهمترین عنصر تشکیل دهنده تحقیق در هر زمینه ای، کدام گزینه زیر می باشد؟

۱. بازاریابی ۲. موضوع تحقیق ۳. اطلاعات ۴. طرح تحقیق

۱۷- کدام یک از گزینه های زیر از روشهای ورود به بازارهای خارجی بدون سرمایه گذاری مستقیم می باشد؟

۱. صادرات مستقیم ۲. اعطای مجوز ساخت
۳. بازاریابی مستقیم ۴. دلان و نمایندگان صادرات

سری سوال: ۱ یک

زمان آزمون (دقیقه): نستی: ۶۰ تشریحی: ۰

تعداد سوالات: نستی: ۴۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: بازاریابی بین الملل

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت بازرگانی (چندبخشی) ۱۳۳۵۰۱۴

۱۸- شرکتهای مختلف، کدام یک از گزینه های زیر را به عنوان اولین استراتژی ورود به بازار بین الملل انتخاب می کنند؟

۱. تولید در خارج از کشور
۲. صادرات
۳. صادرات غیرمستقیم
۴. قرارداد مدیریت

۱۹- کدام یک از گزینه های زیر، در برنامه بازاریابی جهانی باید با موقعیت رقابتی شرکت و هدفهای کلی بازاریابی در هریک از بازارهای ملی مطابقت داشته باشد؟

۱. راهبردهای کانال توزیع
۲. کانال ترفیع
۳. راهبردهای پیشبرد فروش
۴. تبلیغات

۲۰- رشد جغرافیایی شرکت، هدفهای شرکت را در کدام یک از گزینه های زیر، تعیین می کند؟

۱. سطح منطقه ای
۲. در سطوح مختلف
۳. سطح کشور
۴. سطح بین المللی

۲۱- دلالتان و نمایندگان صادرات جزو کدام یک از دسته بندی های استراتژی های ورود به بازار است؟

۱. صادرات غیر مستقیم
۲. صادرات مستقیم
۳. سرمایه گذاری مستقیم
۴. تولید در خارج از کشور

۲۲- نقطه شروع برای انتخاب موثرترین کانالهای توزیع، کدام یک از گزینه های زیر می باشد؟

۱. تعیین دقیق منابع شرکت
۲. تعیین دقیق هدف روشهای بازاریابی شرکت
۳. مشخص کردن نیروی انسانی شرکت
۴. سرمایه گذاری در شرکت

۲۳- شرط مهم در قراردادهای توزیع، کدام یک از گزینه های زیر است؟

۱. تضمین
۲. ثبات
۳. امکان ابطال قرارداد
۴. مطابق به الزامات

۲۴- در کدام نوع از روشهای توزیع، تولیدکننده، تعدادی خرده فروش و عمده فروش را انتخاب کرده و کالای عمده فروشان را به خرده فروشان توزیع می کند؟

۱. توزیع انحصاری
۲. توزیع وسیع
۳. توزیع برگزیده
۴. توزیع فروش

۲۵- «تبلیغات رقبا مانع از به ارث رسیدن شهرت کالاهاست و به این امید نمی توان نشست که وقتی کالایی معروف یک نسل شد نسل بعدی هم پس از بلوغ همان را بخرد» توضیح کدام یک از اهداف تبلیغات می باشد؟

۱. مبارزه با عقاید مخالف
۲. جلب نسل جدید
۳. مبارزه با جانشین
۴. خدمت به خلق

سری سوال: ۱ یک

زمان آزمون (دقیقه): نستی: ۶۰ تشریحی: ۰

تعداد سوالات: نستی: ۴۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: بازاریابی بین الملل

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت بازرگانی (چندبخشی) ۱۳۳۵۰۱۴

۲۶- کدام نوع از انواع تبلیغات برحسب هدف آن، در مرحله بلوغ کالا اهمیت بسیاری دارد و منظور از آن این است که مصرف کننده را به تفکر در مورد کالا وادار می کند و کالا را در ذهن مصرف کننده زنده نگه می دارد؟

۱. ترغیب کننده ۲. اطلاعی ۳. یادآوری ۴. قیمت کالا

۲۷- در بعضی از خدمات مانند خدمات توریستی، امور تبلیغاتی، تحقیقاتی و بیمه از کدام یک از کانالهای توزیع استفاده می کنند؟

۱. تولید کننده - کارگزار- مصرف کننده
۲. تولید کننده - کارگزار - توزیع کننده صنعتی - استفاده کننده
۳. تولید کننده - استفاده کننده
۴. تولید کننده - توزیع کننده صنعتی - استفاده کننده

۲۸- « ارایه کالا به مشتریان احتمالی همراه با توضیحات شفاهی به منظور به فروش رساندن کالا » توضیح کدام یک از عناصر تبلیغاتی است؟

۱. آگهی ۲. فروش شخصی ۳. تبلیغات تجاری ۴. روابط عمومی

۲۹- « ساختار بازاری که کاملاً شبیه رقابت خالص می باشد با این تفاوت که مصرف کنندگان اختلافاتی بین کالاهای واحدهای مختلف تولیدی مشاهده می نمایند » بیانگر کدام یک از بازارها می باشد؟

۱. انحصار خالص ۲. رقابت انحصاری ۳. بازار چندقطبی ۴. رقابت خالص

۳۰- جمله ای که به منظور تکرار دائمی (یا تکرار به مدت طولانی) طرح می شود و در تبلیغات اهمیت خاصی دارد، توضیح کدام یک از گزینه های زیر می باشد؟

۱. یادآوری ۲. ترغیب کننده ۳. شعار تبلیغاتی ۴. فروش حضوری

۳۱- مهمترین و حساسترین قسمت آگهی، کدام یک از اجزاء آن است؟

۱. متن ۲. عنوان ۳. ختام ۴. نشر

۳۲- کدام علامت زیر در ماتریس BCG، حالتی است که نرخ رشد بازار بالا بوده و شرکت دارای سهم بازاریابی نیز می باشد و شرکت برای توسعه کالا به منابع مالی نیاز دارد؟

۱. گاو شیرده ۲. سؤال ۳. ستاره ۴. سگ

سری سوال: ۱ یک

زمان آزمون (دقیقه): نستی: ۶۰ تشریحی: ۰

تعداد سوالات: نستی: ۴۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: بازاریابی بین الملل

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت بازرگانی (چندبخشی) ۱۳۳۵۰۱۴

۳۳- «قیمت براساس فاصله جغرافیایی خریدار از تولید کننده تا فروشنده تعیین می گردد و فاصله و هزینه های کرایه حمل و بیمه نیز در قیمت کالا مد نظر قرار می گیرد» بیانگر کدام یک از روشهای قیمت گذاری در بازاریابی بین المللی است؟

۱. براساس هزینه ۲. براساس توزیع ۳. براساس بازار ۴. براساس دامپینگ

۳۴- « ساختار هزینه ها ، تولید ، درجه اقتصادی بودن فعالیتها و فروش» بیانگر کدام جزء از عوامل مؤثر بر قیمت گذاری در بازاریابی بین المللی می باشد؟

۱. عوامل شرکت و تولید ۲. عوامل محیطی ۳. عوامل بازار ۴. عوامل فروش

۳۵- در کدام یک از انواع معاملات متقابل، تمام یا بخشی از هزینه خرید کالای سرمایه ای باید صرف خرید تجهیزات یا محصولات تولیدی آن کالای سرمایه ای شود؟

۱. خرید متقابل ۲. تجارت جبران متقابل ۳. معاملات پایاپای ۴. معاملات بای بک

۳۶- « قیمت و بهاء کالاو هزینه حمل داخل کشتی یا وسائط نقلیه دیگر مانند قطار یا کامیون می باشد و کلیه هزینه های حمل تا مقصد و حق بیمه باید توسط خریدار کالا پرداخت شود » بیانگر کدام روش قیمت گذاری بر اساس توزیع می باشد؟

۱. قیمت براساس فوب ۲. براساس اف - ا - اس ۳. براساس CIF ۴. بر اساس C&F

۳۷- کدام یک از استراتژی های ورود به بازار در بازاریابی بین المللی ، وسیله ای برای فروش کالا با عناصر خدمتی بسیار بالا است، شرکت اصلی امتیاز فروش محصول را به شرکتهای خارجی واگذار می کند؟

۱. فرانشیز ۲. قرارداد مدیریت ۳. صادرات ۴. بازاریابی مستقیم

۳۸- « تعیین بازار فروش و امکان دستیابی به سهم پیش بینی شده بازار» تعریف کدام یک از گزینه های زیر می باشد؟

۱. استراتژی بازاریابی ۲. سیاستهای بازاریابی ۳. برنامه ریزی بازاریابی ۴. بازاریابی

۳۹- در کدام یک از حالتهای ماتریس گروه مشاورین بوستون ، شرکت دارای سهم بازار پایین و کالا نیز دارای رشد منفی است؟

۱. علامت سوال ۲. علامت ستاره ۳. علامت گاو شیرده ۴. علامت سگ

۴۰- راه سنتی ورود به بازار بین المللی ، کدام گزینه است؟

۱. سرمایه گذاری مستقیم ۲. صادرات مستقیم ۳. صادرات غیرمستقیم ۴. سرمایه گذاری غیرمستقیم