

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰ زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۸۰ تشریحی: ۰ سری سوال: یک ۱

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۹ - مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین گرایش کسب و کار بین المللی ۱۲۱۸۵۰۰ (MBA) المللی) ۱۲۱۸۱۴۵ - مدیریت کسب و کار

۱- مجموعه ای از ابزارهای مداخله در بازار که بصورت وابسته به هم عمل می کند؛ بطوری که تاثیر لازم یا مورد نظر را در بازار می گذارد، به کدام گزینه اشاره دارد؟

۱. مدیریت بازاریابی ۲. بازاریابی ۳. آمیخته بازار ۴. بازاریابی بین الملل

۲- در کدامیک از گزینه های زیر، چارچوب مقایسه رابطه بازاریابی با محیط آن در دو یا چند کشور است؟

۱. بازاریابی تبدیلی ۲. بازاریابی توسعه ای ۳. بازاریابی بین الملل ۴. بازاریابی تطبیقی

۳- «مقررات پولی و مالی» و «اعتقادات و باورهای عمومی» به ترتیب به کدامیک از عوامل محیط بازاریابی بین المللی مربوط می شود؟

۱. سیاسی- اقتصادی ۲. سیاسی- فرهنگی ۳. سیاسی- سیاسی ۴. فرهنگی- سیاسی

۴- وقتی در مورد کشورهای صنعتی و کشاورزی یا از فاصله تکنولوژی در اروپا و آسیا بحث می شود، منظور اصلی تشریح کدامیک از عناصر تشکیل دهنده فرهنگ است؟

۱. زبان ۲. ساختار اجتماعی ۳. تعلیم و تربیت ۴. فرهنگ مادی

۵- توانایی نفوذ یک شرکت خارجی به بازار یک کشور میزبان به کدام گزینه بستگی دارد؟

۱. تسلط به تکنولوژی ۲. کیفیت و کمیت توسعه ۳. سطوح آموزش عمومی ۴. شناخت کامل فرهنگ عام

۶- کدامیک از عناصر فرهنگ، کیفیت و کمیت اغلب رفتارهای اقتصادی افراد را تعیین می کند؟

۱. عادات ۲. فرهنگ مادی ۳. مذهب ۴. فرهنگ اقتصادی

۷- در کدامیک از مراحل مذاکره، مذاکرات توسط هیات نمایندگی طرفین بصورت جدی آغاز و ادامه می یابد؟

۱. مذاکره تلفیقی ۲. پیش مذاکره ۳. مذاکره گستره ۴. تصمیم گیری و اقدام

۸- مطابق کدامیک از نظریه های زیر «تجارت باعث افزایش بازدهی و کارایی از طریق رقابت می شود»؟

۱. نظریه مزیت نسبی ۲. نظریه دوره زندگی کالا ۳. نظریه مزیت مطلق ۴. نظریه مرکانتی لیسم

۹- از دیدگاه مرکانتی لیسم ها، تراز مطلوب تجاری به چه معناست؟

۱. ارزش صادرات و واردات برابر باشد ۲. ارزش صادرات بیشتر از واردات باشد ۳. ارزش واردات بیشتر از صادرات باشد ۴. نرخ ارز ثابت باشد

سری سوال: ۱ یک

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۸۰ تشریحی: ۰

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۹ - مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین المللی) ۱۲۱۸۱۴۵ - مدیریت کسب و کار (MBA) گرایش کسب و کار بین المللی ۱۲۱۸۵۰۰

۱۰- «صادرات و واردات کالاها و خدمات اعم از مرئی و نامرئی» و نیز «دریافت و پرداخت های انتقالی» به ترتیب در کدام بخش تراز پرداخت ها ثبت می شود؟

۱. حساب جاری - حساب سرمایه
۲. حساب سرمایه - حساب جاری
۳. حساب جاری - حساب جاری
۴. حساب رسمی خزانه - حساب سرمایه

۱۱- ابزارهای اصلی خط مشی بازرگانی در کدام گزینه بیان شده است؟

۱. تعرفه گمرکی، سهمیه ها، کنترل ارز، قوانین اداری (گمرک نامرئی)
۲. حقوق گمرکی، سود بازرگانی، هزینه گمرکی
۳. عوارض گمرکی، گمرک نامرئی، تعرفه گمرکی
۴. عوارض گمرکی مقداری، عوارض گمرکی ارزشی، عوارض گمرکی مختلط

۱۲- فهرست مرتب و منظم کلیه اقسام عوارض گمرکی که بنا به تصمیم مراجع قانونی به کالای وارداتی کشور در یک زمان معین تعلق می گیرد، به کدام گزینه اشاره دارد؟

۱. تعرفه گمرکی
۲. حقوق گمرکی
۳. سود بازرگانی
۴. عوارض گمرکی

۱۳- ایدئولوژی مشخص و مشترک برای تمام ملل که بر اساس آن افراد یک ملت اعتقاد دارند که آنها متفاوت یا بهتر از افراد ملل دیگر هستند، به کدام گزینه اشاره دارد؟

۱. مذهب و جهان بینی
۲. ساختار سیاسی
۳. ناسیونالیزم
۴. طرز تلقیات

۱۴- «تغییر در حکمرانی، احزاب و گروهها» و «برخورد قدرت ها و تظاهرات» در یک کشور به ترتیب به تغییر کدام محیط ها در بازاریابی بین المللی اشاره دارد؟

۱. سیاسی - فرهنگی
۲. سیاسی - سیاسی
۳. فرهنگی - سیاسی
۴. فرهنگی - فرهنگی

۱۵- کدامیک از گزینه های زیر جزو شاخص های بی ثباتی محیط سیاسی بازاریابی بین الملل می باشد؟

۱. تداوم سیاست های دولتی
۲. اختلافات فرهنگی و قومی
۳. سطح پائین روابط بین الملل
۴. عدم تغییر در رژیم

۱۶- کدامیک از گزینه های زیر از ارکان سیستم اطلاعات بازاریابی محسوب می شود؟

۱. شناخت اطلاعات مورد نیاز سیستم اطلاعاتی بازاریابی
۲. برنامه ریزی اطلاعات بازاریابی
۳. ارائه راه حلی برای حل مشکل بازاریابی
۴. کمک به مدیریت جهت بودجه بندی

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰ زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۸۰ تشریحی: ۰ سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۹ - مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین المللی) ۱۲۱۸۱۴۵ - مدیریت کسب و کار (MBA) گرایش کسب و کار بین المللی ۱۲۱۸۵۰۰

۱۷- در فرایند طراحی و تولید محصول برای بازارهای بین المللی، بعد از ارائه ایده های نوین برای کالاهای جدید کدام مرحله است؟

۱. تعیین استراتژی بازاریابی  
 ۲. تجزیه و تحلیل تجاری  
 ۳. آزمایش بازار  
 ۴. غربال کردن ایده ها و انتخاب ایده مطلوب

۱۸- امکانات تامین سرمایه و اتوماسیون به ترتیب جزو کدام دسته از اطلاعات مورد نیاز سیستم اطلاعات بازاریابی می باشد؟

۱. عمومی- دستوری  
 ۲. بازار- عمومی  
 ۳. منابع- منابع  
 ۴. منابع- بازار  
 ۱۹- اطلاعات مورد نیاز سیستم اطلاعات بازاریابی، عمدتاً از کدام طریق بدست می آید؟  
 ۱. بررسی بازار هدف  
 ۲. نظارت و تحقیق  
 ۳. اطلاعات دستوری  
 ۴. اطلاعات عمومی

۲۰- در مورد ریسک و کنترل در ورود به بازار بین المللی کدام گزینه صحیح است؟

۱. هرچقدر ریسک ورود کمتر باشد کنترل عملیات کمتر بوده و شرکت با بازار خارجی درگیری کمتری دارد.  
 ۲. هرچقدر ریسک ورود بیشتر باشد کنترل عملیات کمتر بوده و شرکت با بازار خارجی درگیری کمتری دارد.  
 ۳. هرچقدر ریسک ورود بیشتر باشد کنترل عملیات بیشتر بوده و شرکت با بازار خارجی درگیری کمتری دارد.  
 ۴. هرچقدر ریسک ورود کمتر باشد کنترل عملیات بیشتر بوده و شرکت با بازار خارجی درگیری کمتری دارد.

۲۱- شرکت های مدیریت صادرات و لیسانس به ترتیب جزو کدامیک از استراتژی های ورود به بازار جهانی می باشند؟

۱. صادرات مستقیم- تولید در خارج  
 ۲. صادرات غیر مستقیم- صادرات مستقیم  
 ۳. صادرات غیر مستقیم- تولید در خارج  
 ۴. صادرات مستقیم- صادرات غیر مستقیم

۲۲- در کدامیک از روش های ورود به بازارهای خارجی، تمام مسئولیت های عملیات صادرات از قبیل بازاریابی، تبلیغات، حمل فیزیکی و مانند آن با انعقاد قرارداد واگذار می گردد؟

۱. شرکت تجاری  
 ۲. شرکت مدیریت صادرات  
 ۳. سرمایه گذاری مستقیم  
 ۴. قرارداد مدیریت

سری سوال: ۱ یک

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۸۰ تشریحی: ۰

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۹ - مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین المللی) ۱۲۱۸۱۴۵ - مدیریت کسب و کار (MBA) گرایش کسب و کار بین المللی ۱۲۱۸۵۰۰

۲۳- از معایب استراتژی تولید بر اساس قرارداد در کدام گزینه بیان شده است؟

۱. کاهش سرعت تحویل
۲. بالا بودن هزینه های تولید
۳. افزایش کنترل کیفیت تولید
۴. امکان تبدیل شرکت تولید کننده خارجی به رقیب اصلی شرکت

۲۴- سنتی ترین و نیز سریع ترین و آسانترین روش ورود به بازارهای بین المللی به ترتیب در کدام گزینه بیان شده است؟

۱. صادرات مستقیم- حق الامتیاز
۲. فرانسیز- مونتاژ
۳. لیسانس- قرارداد تولید
۴. سرمایه گذاری مشترک- مونتاژ

۲۵- هدف بازاریابی بین الملل در ارتباط با دوره عمر کالا در کدام گزینه بیان شده است؟

۱. نگهداری کالا در مرحله رشد به مدت طولانی و سپس به مرحله بلوغ رساندن کالا
۲. شناخت نیازها و خواسته های مشتری و معرفی کالاهای جدید مطابق با آن
۳. به مرحله بلوغ رساندن کالا و نگهداری آن در سطح بلوغ به مدت طولانی
۴. حفظ کالا در مرحله بلوغ به مدت کوتاه

۲۶- کدام گزینه از روش های مهم برنامه ریزی تولید در بازاریابی بین الملل به شمار می رود؟

۱. بسته بندی کالا
۲. پیش بینی دوره عمر کالا
۳. مارک و علائم تجاری
۴. برجسب زنی

۲۷- در صورتی که شرکت ایران خودرو علاوه بر محصولات فعلی، محصولات مشابهی را به بازار عرضه نماید، این فعالیت نشان دهنده استفاده از کدام نوع استراتژی است؟

۱. استراتژی تنوع محصول افقی
۲. استراتژی تنوع محصول عمودی
۳. استراتژی صادرات
۴. استراتژی تخصیص

سری سوال: ۱ یک

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۸۰ تشریحی: ۰

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۹ - مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین المللی) ۱۲۱۸۱۴۵ - مدیریت کسب و کار (MBA) گرایش کسب و کار بین المللی ۱۲۱۸۵۰۰

۲۸- محدودیت هایی که در فرایند ایجاد کانال های توزیع بین المللی برای هماهنگی با هدف های کلی شرکت وجود دارد، در کدام گزینه بیان شده است؟

۱. تعیین دقیق هدف تلاش های بازاریابی شرکت و موقعیت رقابتی شرکت
۲. مشخص کردن نیازها و ترجیحات بازار هدف
۳. مکان فیزیکی مشتریان بالقوه، نیازهای اطلاعاتی و ترجیحات آنان
۴. مشتریان، محصولات، واسطه ها و محیط

۲۹- کدامیک از روش های توزیع به منظور سهولت دسترسی خریدار به برخی کالاها استفاده می شود؟

۱. وسیع
۲. انحصاری
۳. برگزیده
۴. مرکب

۳۰- در کدامیک از روش های حمل و نقل، کالاها در معرض سرما، رطوبت، خشکی، تکان و ارتعاش قرار گرفته و می تواند در افت کیفیت کالا یا بروز صدمات و خسارات موثر باشد؟

۱. جاده ای
۲. هوایی
۳. ریلی
۴. دریایی

۳۱- کدامیک از انواع تبلیغات، در مرحله بلوغ کالا اهمیت بسیاری دارد و هدف این است که مصرف کننده را به تفکر در مورد کالا وادار نموده و کالا را در ذهن مصرف کننده زنده نگه می دارد؟

۱. آگاهی دهنده
۲. ترغیب کننده
۳. یادآوری کننده
۴. اطلاعی

۳۲- عناصر آمیخته تبلیغاتی در کدام گزینه بطور کامل بیان شده است؟

۱. آگهی-فروش شخصی- توزیع- مکان
۲. آگهی- فروش شخصی- ارتقاء فروش- روابط عمومی
۳. قیمت- مکان- توزیع- پیشبرد فروش
۴. روابط عمومی- آگهی- ارتقاء فروش- فروش نسبه و اعتباری

۳۳- فروش بین المللی کالاهای صنعتی گرانقیمت به کدام یک از عناصر آمیخته تبلیغاتی وابسته است؟

۱. روابط عمومی
۲. ارتقاء فروش
۳. فروش شخصی
۴. پیشبرد فروش

۳۴- انتظارات مصرف کنندگان و تغییرات نرخ ارز به ترتیب جزو کدامیک از عوامل موثر بر قیمت گذاری می باشد؟

۱. عوامل بازار- عوامل محیطی
۲. عوامل شرکت- عوامل محیطی
۳. عوامل بازار- عوامل شرکت
۴. عوامل محیطی- عوامل محیطی

سری سوال: ۱ یک

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۸۰ تشریحی: ۰

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی ۱۲۱۸۰۷۹ - مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین المللی) ۱۲۱۸۱۴۵ - مدیریت کسب و کار (MBA) گرایش کسب و کار بین المللی ۱۲۱۸۵۰۰

۳۵- در فرایند سیکل عمر محصول در زمان بلوغ از چه نوع قیمت گذاری استفاده می شود؟

۱. قیمت گذاری در جهت تغییر مسیرهای رقابتی بازار و نفوذ آرام در بازار فروش
۲. قیمت گذاری بر مبنای بدست آوردن سود بیشتر
۳. قیمت گذاری بر اساس هدف تثبیت بازار فروش و بدست آوردن نقدینگی
۴. قیمت گذاری برای هدایت تقاضای بازار

۳۶- فروشندگان اتومبیل و مسکن از کدام روش قیمت گذاری تبعیت می کنند و خریدار به خود اجازه می دهد که در مورد قیمت چانه زنی کرده و تخفیف بگیرد؟

۱. روش قیمت گذاری رقابتی
۲. روش قیمت گذاری متفاوت
۳. روش قیمت گذاری روانی
۴. روش قیمت گذاری بر اساس هزینه

۳۷- کدامیک از انواع دامپینگ ها توسط بنگاهها به منظور رهایی از ذخایر کالایی اعمال و پس از دستیابی بنگاه به منظور خود متوقف می شود؟

۱. وارونه
۲. خاص یا مستقیم
۳. تناوبی و فصلی
۴. اتفاقی و موقت

۳۸- کدام گزینه حالتی است که نرخ رشد بازار بالاولی سهم بازار پایین است؟

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

۳۹- دومین مرحله فرایند برنامه ریزی استراتژیک در کدام گزینه بیان شده است؟

۱. تعیین مأموریت سازمانی
۲. تاسیس واحد استراتژیک
۳. هدفگذاری بازاریابی
۴. ارائه تحلیل موقعیت

۴۰- برای تسهیل سازماندهی، برنامه ریزی و کنترل فعالیت های بین المللی، بسیاری از شرکت های بین المللی از کدام نوع ساختار استفاده می کنند؟

۱. ساختار سازمانی بر مبنای محصول
۲. ساختار سازمانی بر مبنای مشتری
۳. ساختار سازمانی بر مبنای وظیفه
۴. ساختار سازمانی ماتریسی

		1
		2
		3
		4
		5
		6
		7
		8
		9
		10
		11
		12
		13
		14
		15
		16
		17
		18
		19
		20
		21
		22
		23
		24
		25
		26
		27
		28
		29
		30
		31
		32
		33
		34
		35
		36
		37
		38
		39
		40