

سری سوال: یک ۱

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

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: بازاریابی بین‌بنگهای

رشته تحصیلی/گد درس: گرایش بازاریابی، مدیریت کسب و کار گرایش بازاریابی (MBA) ۱۲۱۸۵۰۵ مدیریت کسب و کار

۱- "مشتریان شرکتی" اساساً اقدام به خرید کدام گزینه می‌نمایند؟

۱. کالاهای مصرفی مثل یخچال و کالاهای خدماتی مثل تعمیر و نگهداری
۲. مواد اولیه مانند لاستیک و کالاهای سرمایه‌ای مانند انواع ماشین ابزار
۳. قطعات سازنده مثل انواع موتور و مواد غذایی مانند شیر و نان و گوشت
۴. کالاهای کشاورزی مثل گندم کالاهای صنعتی مانند خودرو و شیلات

۲- در رابطه با مقایسه‌ی "روش تبلیغات اصلی" بازار شرکتی با بازار مصرفی؛ کدام گزینه صحیح است؟

۱. در بازار شرکتی روش تبلیغات اصلی بصورت "فروش شخصی" انجام می‌پذیرد و در بازار مصرفی به صورت "تبلیغات" می‌باشد.
۲. در بازار شرکتی روش تبلیغات اصلی بصورت "تبلیغات محیطی" انجام می‌پذیرد و در بازار مصرفی به صورت "دهان به دهان" می‌باشد.
۳. در بازار شرکتی روش تبلیغات اصلی بصورت "تبلیغات تلویزیونی" انجام می‌پذیرد و در بازار مصرفی به صورت "تبلیغات رادیویی" می‌باشد.
۴. در بازار شرکتی روش تبلیغات اصلی بصورت "تبلیغات چاپی" انجام می‌پذیرد و در بازار مصرفی به صورت "تبلیغات شفاهی" باشد.

۳- "تمام تقاضا برای کالاهای شرکتی مرتبط مشتق از تقاضا برای کالا و خدمات مصرفی هستند." این نوع تقاضا گویای کدام گزینه است؟

۱. تقاضای انعطاف‌پذیر
۲. تقاضای در حال نوسان
۳. تقاضای مشترک
۴. تقاضای مشتقی

۴- سه مجموعه از "عوامل عمومی بر اصول اخلاقی تصمیم‌های فرد تأثیر دارند." کدام گزینه گویای این سه مجموعه است؟

۱. عوامل فرهنگی - مجموعه نگرشهای فردی - ارزشهای سازمانی
۲. عوامل فردی - عوامل سازمانی - عوامل ملی
۳. قوانین و مقررات - نظرات مردم - رفتار سازمان‌ها
۴. عوامل فردی - فرصت به وجود آمده - ارزشها و رفتار هم‌تایان و مدیران ارشد

۵- "توافق است بین شرکت‌کنندگان بالقوه در مناقصه درباره اینکه کدام شرکت‌ها برای قراردادهای خاص، یا اینکه در کدام حوزه‌ها و به چه قیمت‌هایی در مناقصه شرکت خواهند کرد." این جمله دلالت بر کدام گزینه دارد؟

۱. دست‌کاری مناقصه
۲. شرکت در مناقصه
۳. حذف مناقصه
۴. برگزاری مناقصه

سری سوال: ۱ یک

زمان آزمون (دقیقه): ۶۰ تشریحی: .

تعداد سوالات: ۳۰ تشریحی: .

عنوان درس: بازاریابی بین‌بنگاهی

رشته تحصیلی/گد درس: مدیریت کسب و کار (MBA) گرایش بازاریابی، مدیریت کسب و کار گرایش بازاریابی ۱۲۱۸۵۰۵

۶- "چنانچه رقبا توافقاتی مبنی بر اینکه آنان در خصوص مشتریان خاص، مناطق جغرافیایی معین، یا محصولات مشخص رقابت نخواهند کرد." این توافقات غیر قانونی نشانگر کدام گزینه است؟

۱. مقید کردن ۲. تخصیص بازار ۳. تثبیت قیمت ۴. محدودیت تجارت

۷- "تبلیغات مقایسه‌ای" چه نوع مشکلاتی را به وجود می‌آورد؟

۱. مشکلات اجتماعی و مشکلات اقتصادی
 ۲. مشکلات اخلاقی و مشکلات قانونی
 ۳. مشکلات فردی برای مدیران و مشکلات سازمانی
 ۴. مشکلات مالی و مشکلات فروش

۸- "فروش ستیزه‌جویانه، فروش مبتنی بر دست‌کاری و فروش شامل پرتاب یکطرفه" شاخصه‌های کدام مدیر فروش است؟

۱. مدیر فروش سخت
 ۲. مدیر فروش حرفه‌ای
 ۳. مدیر فروش موفق
 ۴. مدیر فروش کارآمد

۹- "سه رویکرد به فرآیند خرید - فروش" وجود دارد. کدام گزینه در رابطه با این سه رویکرد صحیح است؟

۱. مدل برنامه‌ریزی شده - مدل نقطه سر به سر - مدل شفاف
 ۲. مدل فرموله شده (آیدا) - مدل فروش شخصی - مدل فروش گروهی
 ۳. مدل فرموله شده - مدل اخلاقی - مدل توصیفی
 ۴. آیدا - مدیر تصمیمات خرید - مدل حل مساله

۱۰- در مبحث "روش چهار مرحله‌ای برای حل مقاومت در برابر فروش" کدام گزینه گویای این چهار مرحله است؟

۱. مساله‌یابی - شناخت ابعاد روانی خریدار - جستجوی راه حل - اجراء و ارزیابی عملیات
 ۲. کم‌اهمیت جلوه دادن مقاومت - مذاکره جهت حل و فصل مشکل - مهندسی ذهن مشتری - جستجوی راه حل
 ۳. درک مقاومت - برگزاری جلسات مذاکره - شفاف کردن اعتراض - جستجوی راه حل
 ۴. ایجاد هماهنگی - شفاف کردن اعتراض - تدوین ذهنی سفارش - سوالاتی برای درخواست از مشتری بالقوه برای پاسخ به اعتراض

۱۱- سه روش منطقی برای بررسی مساله "تعیین اندازه بهینه کارکنان فروش" توسط کاندیف در نظر گرفته شده است. کدام گزینه در این خصوص صحیح می‌باشد؟

۱. روش فیزیکی - روش مفهومی - روش تلفیقی

۲. روش استخدامی - روش حاشیه‌ای - روش وظیفه‌ای

۳. روش بارکار - روش پتانسیل فروش - روش تصاعدی

۴. روش تعدد کارکنان - روش فاصله‌ای - روش مقدار فروش

۱۲- "مدیریت فروش باید اطلاعاتی را درباره سیاست‌های اعتباری، ضمانت‌نامه‌ها، خدمات، خط‌مشی‌ها و محصولات رقبا فراهم کند." این جمله نشانگر کدام گزینه است؟

۱. دانش محصول ۲. دانش شرکت ۳. دانش رقابتی ۴. دانش مشتری

۱۳- اولین و آخرین گام در "گامهای اساسی در فرآیند خرید شرکتی" مطابق کدام گزینه است؟

۱. بررسی بودجه خرید - بازرسی، تحویل و پرداخت

۲. تدوین مشخصات محصول - صدور قرارداد

۳. تشخیص نیاز - ارزیابی عملکرد فروشنده

۴. اخذ مجوزهای لازم - پرداخت

۱۴- کدام گزینه در خصوص "رویکردهای جایگزین به مدیریت مواد" صحیح‌تر می‌باشد؟

۱. رویکرد تولید به جای خرید مواد - رویکرد کلاسیک - رویکرد مدرن

۲. رویکرد سنتی - رویکرد درست‌سرموقع - استراتژی‌های تأمین یکپارچه

۳. رویکرد خرید داخلی - رویکرد خرید از بازارهای بین‌المللی - رویکرد تولید مواد

۴. رویکرد مواد جایگزین - رویکرد تأمین متمرکز - رویکرد تأمین غیر متمرکز

۱۵- در فرآیند خرید سازمانی کدام محیط بر "کاربرد علم برای توسعه روشهای جدید" تأکید دارد؟

۱. محیط فیزیکی ۲. محیط تکنولوژیکی

۳. محیط رقابتی ۴. محیط سیاسی - قانونی

۱۶- در کدام فرآیند برای کاهش دادن عدم قطعیت به سطوح قابل اغماض و تسهیل برنامه‌ریزی و کنترل با هزینه‌ای معقول، اقدام به گردآوری اطلاعات بازاریابی قابل اتکاء می‌کنند؟

۱. در فرآیند تحقیقات بازاریابی شرکتی

۲. در فرآیند مدیریت فروش بازارهای کالاهای مصرفی

۳. در فرآیند استراتژی بازاریابی کالاهای مجازی

۴. در فرآیند مدیریت عملیات بازاریابی کالاهای مصرفی

۱۷- کدام گزینه نشان دهنده "منابع داده‌های ثانویه" است؟

۱. مصاحبه شخصی - نظرسنجی تلفنی - نظرسنجی پستی
۲. منابع تجاری - منابع دولتی - منابع داخلی
۳. منابع بیرونی - داده‌های ثانوی در وب - مصاحبه شخصی
۴. سیستم‌های خبره - سیستم‌های تصمیم‌یار - نظرسنجی

۱۸- چنانچه شرکتی داده‌هایی را در اثر آدرس پست الکترونیکی یک فرستنده و یا مشخصات بازدیدکننده از یک وبسایت را گردآوری می‌نماید، به کدام گزینه اقدام نموده است؟

۱. گردآوری داده‌های منفعل
۲. گردآوری داده‌های فعال
۳. گردآوری داده‌های هدایت‌شده
۴. گردآوری داده‌های بررسی‌شده

۱۹- "بخش بندی بازاریابی" کدام مفاهیم را به هم پیوند می‌دهد؟

۱. نیازهای بازار را به اقدامات بازاریابی سازمان
۲. استراتژی‌های بازاریابی را به هزینه‌های تولید
۳. نیازهای خریداران را به مدیریت عملیات سازمان
۴. شناسایی بازارها را به رقبا بالفعل و بالقوه

۲۰- کدام گزینه در خصوص "بعضی از مقولات مربوط به متغیرهای بخش بندی بازارهای سازمانی" صحیح‌تر است؟

۱. حجم بازار - شدت فعالیت‌های رقبا - میزان صادرات بالقوه - وضعیت اقتصادی جامعه - متغیرهای جمعیت‌شناختی
۲. مکان جغرافیایی - نزدیکی به بازارهای مواد اولیه و مشتریان - پیچیدگی سازمان - تمرکز سازمان
۳. نوع فعالیت اقتصادی - فرآیند تولید - مواد اولیه به کار رفته - بازارهای خرید - کاربرد محصول
۴. نوع فعالیت اقتصادی - اندازه سازمان - مکان جغرافیایی - کاربرد محصول - ساختار کارکرد خرید

۲۱- "تأکید بر یک یا چند بعد محصول به طوری که بخش‌های هدف؛ درک مشخصی از آن محصول داشته باشند." این جمله تعریف کدام گزینه است؟

۱. تعیین جایگاه محصول
۲. تمایز در محصول
۳. تحلیل رقابتی
۴. کاربرد محصول

۲۲- کدام گزینه در خصوص "شش استراتژی تعیین جایگاه" صحیح‌تر است؟

۱. تکنولوژی - کیفیت - قیمت - توزیع - تصویر - خدمت
۲. کیفیت - قیمت - مواد اولیه - روش تولید - خدمت - ساختار
۳. رقابت - قیمت - ترفیع فروش - ارتباطات - ساختار - هدفمندی
۴. ارزش آفرینی - جایگاه یابی الکترونیکی - مهندسی ذهن مشتری - کیفیت - قیمت - تبلیغات

سری سوال: ۱ یک

زمان آزمون (دقیقه): ۶۰ تشریحی: ۰

تعداد سوالات: ۳۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: بازاریابی بین بنگاهی

رشته تحصیلی/گد درس: مدیریت کسب و کار (MBA) گرایش بازاریابی، مدیریت کسب و کار گرایش بازاریابی ۱۲۱۸۵۰۵

۲۳- " بررسی هزینه های مرتبط با هر یک از مولفه های سیستم توزیع فیزیکی؛ برای محقق کردن ترکیب مولفه هایی که کمترین هزینه ی ممکن را برای سطح معینی از خدمات مشتریان به بار خواهد آورد." این جمله در مورد کدام گزینه است؟

۱. تحلیل مصالحه

۲. کاهش سربار

۳. راهبرد توزیع فیزیکی

۴. استراتژی کاهش هزینه

۲۴- کدام گزینه به " چهار نوع بارز از محصولات " اشاره دارد؟

۱. محصولات کشاورزی - محصولات صنعتی - محصولات علمی - خدمات

۲. محصولات دستی - محصولات نیمه خودکار - محصولات تمام خودکار - خدمات محصولات

۳. محصولات فیزیکی - محصولات اندیشه ای - محصولات مجازی - محصولات ایده پردازی

۴. محصولات انحصاری یا کاتالوگی - محصولات سفارشی ساز - محصولاتی با طراحی سفارشی - خدمات صنعتی

۲۵- به کدام دلیل " هر با حجم انباشت تولید یک محصول دو برابر می شود؛ هزینه های ارزش افزوده ی نهایی - از جمله فروش؛ اداره و غیره - با درصد ثابتی افت می کند. "؟

۱. به دلیل سرعت تولید

۲. به دلیل منحنی یادگیری

۳. به دلیل فروش بیشتر

۴. به دلیل ضعیف شدن رقیب

۲۶- کدام گزینه مساوی " قیمت واقعی فروش یک محصول " است؟

۱. قیمت تمام شده + سود + هزینه های توزیع

۲. کل هزینه های مستقیم + هزینه های ثابت + سود

۳. قیمت خرید اقلام مصرفی + دستمزد + مالیات + سود

۴. هزینه های تولید + هزینه های نیروی انسانی + هزینه های سربار + سود

۲۷- کدام گزینه در خصوص " قیمت گذاری غافلگیرانه " صحیح است؟

۱. افزایش قیمت به منظور غافلگیری بازار است.

۲. کاهش قیمت برای تقویت رقیب است.

۳. این تلاشی است برای انحصار در بازار

۴. قیمت گذاری غافلگیرانه اغلب به صورت قانونی رخ می دهد.

۲۸- دو روش متداول "اندازه‌گیری کارایی یک فعالیت تبلیغاتی" مطابق کدام گزینه است؟

۱. پیش‌آزمایش - پس‌آزمایش

۲. نظر سنجی از گروه مخاطبان - اندازه‌گیری فروش

۳. اندازه‌گیری کیفی و اندازه‌گیری کمی

۴. پیش‌آزمایش و پس‌آزمایش - پاسخ‌هایی به تبلیغات شرکتی

۲۹- مدیر بازاریابی شرکتی می‌تواند از "سه درجه‌ی پهنای مجرا" یکی را انتخاب کند؛ کدام گزینه این سه درجه‌ی پهنای مجرا را نشان می‌دهد؟

۱. توزیع عمومی - توزیع اختصاصی - توزیع واسطه‌ای

۲. توزیع متمرکز - توزیع گزینشی - توزیع انحصاری

۳. توزیع جغرافیایی - توزیع واسطه‌ای - توزیع مویرگی

۴. توزیع رسمی - توزیع غیر رسمی - توزیع مجاز

۳۰- ایده‌ی اصلی (جی‌آی‌تی) JIT این است که نگاه داری از هر موجودی انبار غلط است. دلیل این ایده مطابق کدام گزینه است؟

۱. زیرا نگهداری از هر موجودی سرمایه را می‌بلعد.

۲. زیرا نگهداری از هر موجودی انبار خروجی را اشغال می‌کند.

۳. زیرا نگهداری از هر موجودی خط تولید را شلوغ و ناکارآمد می‌کند.

۴. زیرا نگهداری از هر موجودی می‌تواند هزینه‌های سفارش را زیاد کند.



بازاریابی بین بنگاهی ۱-۹۷-۹۶

شماره سوال	پاسخ صحیح
1	ب
2	الف
3	د
4	د
5	الف
6	ب
7	ب
8	الف
9	د
10	د
11	ج
12	ج
13	ج
14	ب
15	ب
16	الف
17	ب
18	الف
19	الف
20	د
21	الف
22	الف
23	الف
24	د
25	ب
26	ب
27	ج
28	د
29	ب
30	الف