

سری سوال: چهار ۴

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۷۰ تشریحی: ۰

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: بازاریابی بین‌بنگاهی

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

۱- در مبحث محیط بازاریابی شرکتی، برای جلوگیری از "برون رفت سرمایه" کدام گزینه را پیشنهاد می‌کنید؟

۰۱. اجاره تجهیزات
۰۲. فروش سهام شرکت
۰۳. به تعویق انداختن پرداخت بدهی‌ها
۰۴. تاخیر در پرداخت مالیات و عوارض دولتی

۲- در صورتی که "یک افزایش درصدی معین در تقاضای مصرفی بتواند منجر به افزایش درصد به مراتب بیشتری در تقاضا برای کارخانه و تجهیزات لازم برای تولید یک محصول دیگر شود"؛ کدام تقاضا رخ داده است؟

۰۱. تقاضای انعطاف پذیر
۰۲. تقاضای مشترک
۰۳. تقاضای در حال نوسان
۰۴. تقاضای مشتقی

۳- "دانشگاهها، موزه‌ها، بیمارستانها، اتحادیه‌های کارگری و سازمانهای خیریه" جزو کدام دسته از مشتریان شرکتی محسوب می‌گردند؟

۰۱. سازمانهای دولتی
۰۲. نهادها
۰۳. اعضای مجرای غیر مستقیم
۰۴. مشتریان کاربر

۴- "استاندارد رفتار در بازاریابی شرکت به شرکت" کدام گزینه است؟

۰۱. سودآوری
۰۲. انگیزش
۰۳. اخلاق
۰۴. وقت شناسی

۵- "مسئولیت شرکتی مطابق با سه دیدگاه متفاوت تعریف شده است." کدام گزینه گویای این سه دیدگاه است؟

۰۱. دیدگاه خصوصی - دیدگاه دولتی - دیدگاه تعاونی
۰۲. دیدگاه سرمایه‌داری - دیدگاه اجتماع‌گرایی - دیدگاه فلسفی
۰۳. نگرش اخلاقی - نگرش اقتصادی - نگرش عملیاتی
۰۴. دست‌نامری - دست‌دولت - دست‌مدیریت

۶- کدام گزینه در خصوص "خرید متقابل" در مبحث ملاحظات اخلاقی در بازاریابی شرکت به شرکت؛ صحیح‌تر است؟

۰۱. فی‌نفسه غیر قانونی است.
۰۲. اساساً غیر قانونی است.
۰۳. رقابت را افزایش می‌دهد.
۰۴. جزو استانداردهای اخلاقی است.

۷- در مبحث "پیوستار وظایف فروش شرکتی" در بخش توسعه کدام نوع فروش مناسب است؟

۰۱. فروش خلاق
۰۲. فروش خدمت
۰۳. فروش اعتباری
۰۴. فروش حرفه‌ای

سری سوال: ۴ چهار

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۷۰ تشریحی: ۰

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: بازاریابی بین‌بنگایی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت کسب و کار (MBA) گرایش بازاریابی، مدیریت کسب و کار گرایش بازاریابی ۱۳۱۸۵۰۵

۸- "سه رویکرد به فرایند خرید - فروش" وجود دارد. کدام گزینه گویای این سه رویکرد است؟

۱. ایدا - مدل فرموله شده - مدل خرید و فروش

۲. مدل فرموله شده - مدل تصمیمات خرید - مدل حل مسئله

۳. مدل افتتاحیه - مدل اختتامیه - مدل معامله

۴. الگوی خرید ارزان - الگوی فروش مناسب - مدل مدیریت معامله

۹- شرکت‌های کوچک B2B مرتباً از طرح سازماندهی فروش مطابق کدام گزینه استفاده می‌کنند؟

۱. سازمان ماتریسی ۲. سازمان خطی ۳. سازمان وظیفه‌ای ۴. سازمان تلفیقی

۱۰- "وقتی به مهارت‌های بسیار تخصصی نیاز باشد و هنگامی که حجم کار برای هر کس بیش از حد زیاد باشد"؛ کدام سازمان فروش را پیشنهاد می‌کنید؟

۱. تخصصی کردن جغرافیایی ۲. تخصص در خط تولید

۳. سازمان خط و ستاد ۴. سازمان فروش بین‌المللی

۱۱- کدام روش علمی سازمان یافته را برای "کاهش هزینه‌های اقلام تولیدی؛ بهبود کیفیت و تشویق همکاری فروشندگان در پایین آوردن هزینه‌های اقلام خریداری شده" پیشنهاد می‌کنید؟

۱. TQM ۲. تحلیل ارزش ۳. بازاریابی رابطه‌ای ۴. SWOT

۱۲- کدام گزینه "نیازهای بازار را به اقدامات بازاریابی سازمان" پیوند می‌دهد؟

۱. فرایند بخش‌بندی کردن و هدف گرفتن بازارها ۲. انتخاب استراتژی بازاریابی بدون تبعیض

۳. ارتقاء سطح کیفیت و خدمات پس از فروش ۴. تشکیل زنجیره خرده‌فروشی تا تولید

۱۳- "متداول‌ترین وضعیت در خرید شرکتی" مطابق کدام گزینه است؟

۱. خرید مناقصه‌ای ۲. دوباره خرید تعدیل شده

۳. خرید وظیفه‌ای جدید ۴. دوباره خرید مستقیم

۱۴- در فرایند "نحوه‌ی تغییر سود و فروش یک محصول تجاری به مرور زمان"؛ در کدام مرحله‌ی چرخه حیات، حجم فروش به حداکثر می‌رسد؟

۱. مرحله اشباع ۲. مرحله افول ۳. مرحله رشد ۴. مرحله بلوغ

سری سوال: ۴ چهار

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۷۰ تشریحی: ۰

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: بازاریابی بین‌بنگاهی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت کسب و کار (MBA) گرایش بازاریابی، مدیریت کسب و کار گرایش بازاریابی ۱۳۱۸۵۰۵

۱۵- "تکنیک هدف و وظیفه و تکنیک درصد فروش پیش‌بینی شده" از روش‌های متداول کدام گزینه هستند؟

- ۰.۱ از روش‌های متداول برای هدف‌گذاری تبلیغاتی شرکتی هستند.
- ۰.۲ از روش‌های متداول برای تعیین کارایی تبلیغاتی شرکتی هستند.
- ۰.۳ از روش‌های متداول برای تعیین بودجه تبلیغاتی شرکتی هستند.
- ۰.۴ از روش‌های متداول برای تعیین ترویج فروش تبلیغاتی شرکتی هستند.

۱۶- شکل ریاضی رابطه‌ی "کمک مخارج تبلیغاتی به سودآوری" مطابق کدام گزینه است؟

- ۰.۱ فزاینده خطی
- ۰.۲ کاهنده خطی
- ۰.۳ نیم‌دایره
- ۰.۴ مربعی شکل

۱۷- "محتوای تبلیغات شرکتی مؤثر" از کدام گزینه آغاز می‌گردد؟

- ۰.۱ با یک تصویر بزرگ رنگی در سکوت
- ۰.۲ با یک سرخط کوتاه
- ۰.۳ با یک تصویر بزرگ سیاه و سفید
- ۰.۴ تابلو نوشته کوچک و پر محتوا

۱۸- در صورتی که "تغییرات مهمی در شرکت روی داده باشد یا یک محصول جدید را بخواهیم معرفی نماییم" از کدام شیوه خبررسانی استفاده می‌کنید؟

- ۰.۱ مقاله‌ی اختصاصی
- ۰.۲ کیت‌های مطبوعاتی
- ۰.۳ استفاده از بیلبرد
- ۰.۴ بیانیه‌ی مطبوعاتی

۱۹- کدام گزینه گویای دو روش از متداولترین روش‌های "اندازه‌گیری کارایی فعالیت تبلیغاتی شرکتی" است؟

- ۰.۱ پیش‌آزمایش - پس‌آزمایش
- ۰.۲ پیش‌آزمایش و پس‌آزمایش - پاسخ‌ها به پیام‌های تبلیغاتی
- ۰.۳ پرسشنامه از مشتریان - مصاحبه با مخاطبین
- ۰.۴ سنجش فروش - اندازه‌گیری هزینه‌ها

۲۰- ریسک در مالکیت موجودی انبار امری ذاتی است. دو ریسک متداول در واسطه‌گری کالاهای بین‌شرکتی؛ مطابق کدام گزینه است؟

- ۰.۱ ارزان شدن کالاها و دزدبری از انبار
- ۰.۲ فعالیت رقیب و گذشتن تاریخ مصرف
- ۰.۳ فساد و از رده خارج شدن
- ۰.۴ تغییر مدل و گران شدن

سری سوال: ۴ چهار

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۷۰ تشریحی: ۰

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: بازاریابی بین‌بنگاهی

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

۲۱- مدیر بازاریابی شرکت موظف به انتخاب "مجرای توزیع" کالای معاملاتی بین‌شرکتی است. کدام گزینه در خصوص مجرای مورد انتخاب صحیح است؟

۱. مجاری نقد - مجاری اعتباری
۲. مجاری داخلی - مجاری بین‌المللی
۳. مجاری مصرفی - مجاری بین‌شرکتی
۴. مجاری مستقیم - مجاری غیر مستقیم

۲۲- بسیاری از توزیع‌کنندگان محصولات شرکتی "سبد خدمات جالب توجهی" را ارائه می‌کنند. کدام گزینه در خصوص این خدمات صحیح‌تر است؟

۱. خرید بدون موجودی - مهندسی سیستم‌ها - موضوعاتی در خصوص کنترل آلودگی
۲. خدمات مالی - خدمات حمل و نقل - خدمات انبارداری
۳. خدمات آموزشی - خدمات مالی - خدمات مهندسی
۴. خدمات تخصصی - خدمات مشاوره‌ای - خدمات انبارداری

۲۳- "دو نوع اصلی از توزیع‌کنندگان محصولات شرکتی" وجود دارد. کدام گزینه گویای این دو نوع اصلی توزیع‌کنندگان می‌باشد؟

۱. توزیع‌کنندگان خط عمومی - توزیع‌کنندگان خط محدود
۲. توزیع‌کنندگان بازارهای تخصصی - توزیع‌کنندگان بازارهای نهایی
۳. توزیع‌کنندگان کالا - توزیع‌کنندگان خدمات
۴. توزیع‌کنندگان مستقل - توزیع‌کنندگان وابسته

۲۴- در جریان "کالا از تولیدکننده به طرف واسطه‌ی توزیع یا مصرف‌کننده نهایی"؛ بانک‌ها دارای چه نقضی می‌باشند؟

۱. ترکیب‌کننده
۲. مدیریت‌کننده
۳. تعیین‌کننده
۴. تسهیل‌کننده

۲۵- مدیر بازاریابی شرکتی می‌تواند از "سه درجه‌ی پهنای مجرای توزیع" یکی را انتخاب کند. کدام گزینه گویای این سه درجه پهنای مجرا می‌باشد؟

۱. توزیع مستقیم - توزیع واسطه‌ای - توزیع درب‌کارخانه
۲. توزیع نقدی - توزیع اعتباری - توزیع مختلط
۳. توزیع زمانی - توزیع مکانی - توزیع آزاد
۴. توزیع متمرکز - توزیع گزینشی - توزیع انحصاری

سری سوال: ۴ چهار

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۷۰ تشریحی: ۰

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: بازاریابی بین‌بنگاهی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت کسب و کار (MBA) گرایش بازاریابی، مدیریت کسب و کار گرایش بازاریابی ۱۳۱۸۵۰۵

۲۶- کدام گزینه در خصوص انواع "استراتژی‌های تخفیف" صحیح‌تر است؟

۱. تخفیف‌های درصدی - تخفیف‌های وزنی - تخفیف‌های ارزی
۲. تخفیف‌های حجمی - تخفیف‌های شرکتی - تخفیف‌های ارزشی
۳. تخفیف‌های شخصی - تخفیف‌های شرکتی - تخفیف‌های دولتی
۴. تخفیف‌های تجاری - تخفیف‌های کمی - تخفیف‌های نقدی

۲۷- "بررسی هزینه‌های مرتبط با هر یک از مؤلفه‌های سیستم توزیع فیزیکی، برای محقق کردن ترکیب مؤلفه‌هایی که کمترین هزینه‌ی ممکن را برای سطح معینی از خدمات مشتریان به بار خواهد آورد." این جمله مربوط به کدام گزینه است؟

۱. تحلیل مصالحه
۲. تحلیل مالی
۳. تحلیل سیستم
۴. تحلیل خدمات مشتریان

۲۸- کدام گزینه "شبهه اصل ۸۰/۲۰ است و گویای مثلاً اقلام موجودی انبار ای معرف ۲۰ درصد موجودی انبار هستند که به ۸۰ درصد فروش کمک می‌کنند."؟

۱. مدل ئی او کیو
۲. مدل ئی اف کیو ام
۳. تحلیل ای بی سی انبار
۴. مدل تی کیو ام

۲۹- "فرایند سازگاری با یک محیط یا وضعیت در بازاریابی بین‌المللی مفهومی کلیدی است." در بازاریابی شرکتی این فرایند را چه می‌نامند؟

۱. تسامح
۲. انطباق
۳. انعطاف‌پذیری
۴. عدالت و انصاف

۳۰- "متغیرهای متداولی که بر استراتژی‌های قیمت‌گذاری بین‌المللی تاثیر می‌گذارند" مطابق کدام گزینه هستند؟

۱. عوامل محیطی - عوامل بازار - عوامل شرکتی
۲. نرخ ارز - ساختار رقابتی - سیاست‌های قیمت‌گذاری
۳. نرخ تورم - ساختار مجری - اهداف مشترک جهانی
۴. بازارهای خاکستری - کنترل قیمت‌ها - تجارت متقابل

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