



نمونه سؤالات:

مدیر بازاریابی بین المللی

کد استاندارد: ۲۴۳۱۴۰۴۵۰۰۲۰۰۰۱

**معاونت پژوهش، برنامه ریزی و سنجش مهارت
دفتر سنجش مهارت و صلاحیت حرفه ای**

۱- در کدامیک از مراحل فرایند بازاریابی محقق میتواند فرضیه خود را تایید یا رد کند؟

الف- تعریف مسئله

ب- طراحی و تحقیق

ج- جمع آوری دادها

د- تجزیه و تحلیل و تفسیر و عرضه یافتهها

۲- کدامیک از موارد زیر از شرایط مبادله نمیباشد؟

الف- دوطرف وجود داشته باشد

ب- هر طرف چیز با ارزشی برای طرف دیگر داشته باشد

ج- هر طرف مجاز به پذیرش یا رد پیشنهاد طرف مقابل باشد

د- فقط با پول مبادله انجام میگیرد

۳- کدام یک از مفاهیم اساسی بازاریابی تحت تاثیر فرهنگ و شخصیت افراد شکل می گیرد؟

الف- تقاضا

ب- خواسته ها

ج- نیاز

د- سبک زندگی

۴- افزایش کدام عامل باعث می گردد تا خواسته ها نیز بیشتر شوند؟

الف- اختیار

ب- نیاز

ج- ثروت

د- تولیدات

۵- مهمترین دلیل عدم سودآوری مقدماتی منحنی عمر کالا چیست؟

الف- مشکلات معرفی کالا

ب- عدم آگاهی مصرف کننده از کالا

ج- عدم استفاده از ظرفیت های کامل تولید

د- هزینه های سنگین بازاریابی و سرمایه

۶- بازاریابی تبدیلی هنگامی بکار می رود که برای کالا وخدمات عرضه شده :

الف- تقاضا وجود نداشته باشد

ب- تقاضای اضافی وجود داشته باشد

ج- تقاضای منفی وجود داشته باشد

د- تقاضای بیش از حد وجود داشته باشد

۷- با توجه به ماتریس سهم - رشد گروه مشاوران بوستون چنانچه وضعیت صنعت با نرخ رشد بازار کم و سهم نسبی در بازار زیاد

مواجه شود در کدام قسمت ماتریس قرار گرفته است؟

الف- ستاره

ب- سگها

ج- سئوالها

د- گاو شیرده

۸- اهمیت نسبی ابزارهای پیشبرد در بازار کالای مصرفی به ترتیب کدام کدامند؟

- الف- تبلیغات غیر شخصی- تبلیغات پیشبرد فروش- فروشندگی شخصی- روابط عمومی
 - ب- فروشندگی شخصی- تبلیغات پیشبرد فروش- تبلیغات غیر شخصی- روابط عمومی
 - ج- تبلیغات پیشبرد فروش- تبلیغات غیر شخصی- فروشندگی شخصی- روابط عمومی
 - د- روابط عمومی- فروشندگی شخصی- تبلیغات غیر شخصی- تبلیغات پیشبرد فروش
- ۹- سه هدف تبلیغات عبارتند از:

الف- مطلع کردن، ترغیب کردن و یاد آوری کردن

ب- ترغیب کردن، برانگیختن و حفظ کردن

ج- ترغیب کردن، برانگیختن و فعال کردن

د- مطلع کردن، ترغیب کردن و فعال

۱۰- برای شرکتی که دارای منابع توانایی محدود باشد، بهترین روش در توسعه یک بازار هدف عبارت است از:

الف- بازار یابی تفکیکی

ب- بازار یابی غیر تفکیکی

ج- بازار یابی متمرکز

د- بخش بندی بازار

۱۱- در مرحله معرفی از منحنی عمر محصول، تبلیغات:

الف- ترغیب کننده است

ب- به خاطر آورنده است

ج- جنبه آگاه کننده دارد

د- همه موارد

۱۲- کدامیک از موارد زیر تعریف بازار سازی است؟

الف- مدیریت بازار که شامل برنامه ریزی، اجرا و کنترل امور گوناگون بازار

ب- تحلیل موقعیت بازار با توجه به آنچه بودیم و داشتیم و آنچه هستیم و داریم و آنچه باید داشته باشیم.

ج- نفوذ در بازار و معرفی و شناساندن سازمان و محصولات و خدمات آن با استفاده از آمیخته های بازاریابی (P4)

د- تبلیغات و تشویقات به موقع جهت آگاه ساختن، متقاعد ساختن و ترغیب مشتریان برای ارتباط بیشتر با سازمان و خرید از آن و مقابله با حرکات رقیب

۱۳- شرکت های امروزی به کدامیک از انواع بازار یابی گرایش پیدا کرده اند؟

الف- انبوه

ب- تفکیکی

ج- هدف دار

د- غیر تفکیکی

۱۴- کدامیک از موارد زیر تعریف بازار شناسی می باشد؟

الف- تحلیل موقعیت بازار با توجه به آنچه بودیم و داشتیم و آنچه هستیم و داریم و آنچه باید باشیم.

ب- تلاشی نظام مند برای گردآوری، ضبط و ثبت اطلاعات مربوط به همه اجزای تشکیل دهنده نظام بازار

ج- جستجو برای یافتن مناسبترین بازار و بخش هایی که سازمان می تواند در آنجا بصورت مفیدتر و موثر حضور یابد.

د- نفوذ در بازار و معرفی و شناساندن سازمان و محصولات و خدمات آن با استفاده از عوامل قابل کنترل بازاریابی (P4)
۱۵-هدف بازار یابی در مرحله رشد کدام است؟

الف- آگاهی

ب- اقتضایی

ج- ایجاد وفاداری

د- رجحان علامت تجاری

۱۶-کارآمد ترین ابزار بازاریابی در مراحل ایجاد رجحان در خریدار و متقاعد ساختن، کدام است؟

الف- تبلیغات

ب- فروشنده شخصی

ج- تبلیغات پیشبردی

د- بازار یابی مستقیم

۱۷-اولین مرحله ی فرایند قیمت گذاری چیست؟

الف- تحلیل توانمندی سود

ب- تحلیل توانمندی سود

ج- تحلیل وضعیت بازار

د- شناسایی موانع و محدودیت های قیمت گذاری

۱۸-تحلیل موقعیت بازار با توجه به آنچه بودیم و داشتیم، آنچه هستیم و داریم و آنچه باید داشته باشیم، عبارتست از :

الف- بازاریابی

ب- بازارگرایی

ج- بازارسنجی

د- بازارگرایی

۱۹-امروزه قسمت اعظم رقابت در کشورهای پیشرفته در چه حیطه ای می باشد؟

الف- قیمت

ب- کیفیت

ج- توزیع

د- خدمات و مزایای اضافی کالا

۲۰-تلاش برای آشکار کردن محتویات ذهنی افراد و پی بردن به افکار آنان از طریق تحقیق و تبدیل آن به کالا، شامل کدام مورد است؟

الف- بازاریابی پرورشی

ب- بازاریابی تبدیلی

ج- بازاریابی ترغیبی

د- بازاریابی تعدیلی

۲۱-از عوامل موثر بر تصمیم گیری خرید، کدام یک اشاره به عوامل موقعیتی دارد؟

الف- ادراک

ب- زمان

ج- یادگیری

د- خودپنداره

۲۲- در صورتی که مشتری نیازی دارد که برای آن محصول وجود ندارد با شرایط روبرو هستیم؟

الف- تقاضای پنهان

ب- تقاضای منفی

ج- تقاضای نزولی

د- تقاضای نامنظم

۲۳- کدام مورد زیر جزء تقسیم بندی انواع بازارهای اقتصادی نیست.

الف- بازار رقابت کامل

ب- بازار رقابت انحصاری

ج- بازار انحصاری چند جانبه

د- بازار رقابت چند جانبه

۲۴- مهمترین دلیل تقسیم بازار کدام است؟

الف- همگن نبودن بازار

ب- محدودیت های سازمان

ج- کاهش هزینه ها

د- همگن نبودن بازار و محدودیتهای سازمان

۲۵- در بازاریابی تمرکزی هدف چیست؟

الف- عرضه یک کالا به همه ی خریداران

ب- جستجوی سهم بزرگی از یک بازار کوچک

ج- عرضه کالاهای گوناگون با قیمت های متفاوت به قسمت های مختلف بازار

د- صرف نظر کردن از تفاوت های بازار و ارائه کالا با تبلیغات وسیع

۲۶- ((شناخت آنچه مردم یا بازار می خواهند و می جویند و تامین و تهیه کالاها و خدمات مورد نیاز آنها و برآوردن نیازها و

دستیابی به اهداف سازمان)) تعریف کدام یک از گزینه های زیر می باشد؟

الف- مدیریت بازاریابی

ب- بازاریابی

ج- بازاریابی بین المللی

د- فرآیند بازاریابی

۲۷- ((اعتقادات یا باورهای عمومی)) و ((مقررات پولی و مالی)) به ترتیب به کدام یک از عوامل بازاریابی مربوط می شود؟

الف- فرهنگی-سیاسی

ب- فرهنگی- فرهنگی

ج- سیاسی- سیاسی

د- سیاسی- اقتصادی

۲۸- کدام گزینه زیر در مورد تاثیر تعالیم مذهبی بر تجارت و بازاریابی صحیح است؟

الف- شکل دادن عادت ها و ارزش ها به طور مستقیم

ب- شکل دادن عادت ها به طور مستقیم و ارزش ها به طور غیر مستقیم

ج- شکل دادن عادت ها و ارزش ها به طور یکباره

د- دیکته شدن باید ها و نباید ها توسط مذهب به طور مستقیم
۲۹- برای استفاده موثر از کدام یک از تاکتیک های فرآیند مذاکره ، لازم است زمانی که توانایی گرفتن نیروی حرکت طرف مقابل
مذاکره و حفظ آن وجود دارد این اقدام صورت گیرد؟

الف- ایجاد وقفه در مذاکره

ب- عبور از موانع با یک پرش

ج- اقدام به حمله

د- حمله غافلگیرانه

۳۰- نظریه مزیت نسبی توسط کدام یک از افراد زیر مطرح شده است؟

الف- اسمیت

ب- الین

ج- ریکاردو

د- دراگر

۳۱- ((سرمایه گذاری در اوراق بهادار و اسناد)) و ((دریافت و پرداخت های انتقالی)) به ترتیب جزء کدام یک از اقلام عمده در حساب های تراز پرداخت ها می باشد؟

الف- حساب جاری- حساب سرمایه

ب- حساب سرمایه- حساب سرمایه

ج- حساب جاری- حساب جاری

د- حساب سرمایه- حساب جاری

۳۲- چنانچه تولیدکننده ای بازار خود را از طریق کنترل ارزش از دست بدهد، راه حل چیست؟

الف- کاهش هزینه

ب- تولید به موقع

ج- افزایش تبلیغات

د- تولید داخلی

۳۳- اکثر دولت ها از کدام عامل زیر جهت تنظیم فعالیت های اقتصادی خود استفاده می کنند؟

الف- قدرت مالیاتی

ب- افزایش واردات

ج- تجارت جهانی

د- همکاری های بین المللی

۳۴- ((چیزی که از قدیم و به صورت سنت، تا به حال رواج داشته و بر اساس آن عمل می شود و تا حدی نیروی قانونی دارد)) و

((چیزی که به تصویب رسیده و جاری است)) به ترتیب چه نامیده می شود؟

الف- قانون نامه - منشور

ب- قانون نامه* عرف

ج- عرف- منشور

د- عرف- قانون نامه

۳۵- کدام یک از گزینه های زیر از ارکان سیستم اطلاعاتی بازاریابی می باشد؟

الف- ارائه راه حل برای مشکلات بازاریابی

ب- استفاده از تکنیک های داخلی

ج- روش جمع آوری اطلاعات بازاریابی

د- برنامه ریزی اطلاعات بازاریابی

۳۶- کدام یک از گزینه های زیر ، اولین مشکل در تحقیقات بازاریابی بین المللی به شمار می آید؟

الف- کمبود زمان و شناخت بازارهای جهانی

ب- کمبود دانش و شناخت بازارهای جهانی

ج- کمبود زمان و شناخت بازارهای داخلی

د- کمبود دانش و شناخت بازارهای داخلی

۳۷- در کدام یک از استراتژی های ورود به بازار جهانی، شرکت به طور فعال درگیر بازارهای بین المللی نمی شود و محصولات شرکت توسط دیگران به بازار خارجی صادر می شود؟

الف- فروش داخلی

ب- نمایندگان فروش خارجی

ج- صادرات غیر مستقیم

د- بازاریابی غیرمستقیم

۳۸- کدام گزینه زیر بر شکل گیری استراتژی بازاریابی بین المللی اثر می گذارد ؟

الف- عامل فرهنگی

ب- عامل بازار

ج- عامل سیاسی

د- عامل اقتصادی

۳۹- کدام یک از گزینه های زیر از دلایل اصلی مالکیت یک واحد تولیدی در خارج توسط شرکت های بین المللی می باشد ؟

الف- افزایش سهم بازار

ب- انتقال تولید به داخل به دلیل کاهش هزینه

ج- افزایش سطح سرمایه گذاری

د- ایجاد فعالیت های بازرگانی جدید

۴۰- کدام یک از گزینه های زیر از دلایل استراتژی یکسان سازی تولید کالا در بازاریابی بین المللی می باشد ؟

الف- نیازمندی به برنامه توسعه محصول جدید

ب- فعالیت از طریق صادرات

ج- عدم صرفه جویی اقتصادی در هزینه های تحقیق و توسعه

د- شرایط استفاده گوناگون

۴۱- مهمترین عنصر برنامه بازاریابی کدام است؟

الف- ترفیع

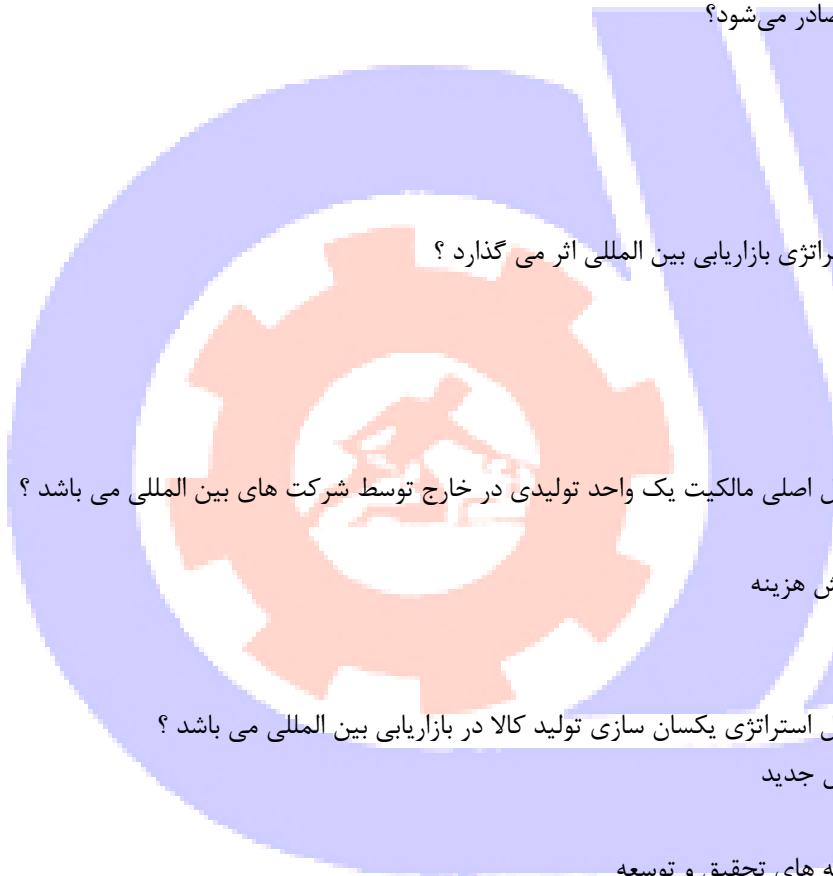
ب- محصول

ج- قیمت

د- توزیع

۴۲- یکی از عوامل موثر در تغییر کالا در بازارهای مختلف می باشد ؟

الف- مسائل فنی



ب- سلیقه مشتری

ج- شرایط استفاده مختلف

د- نقش دولتها

۴۳- اصطلاح فوب (FOB) مختص کدام نوع حمل است؟

الف- دریایی

ب- زمینی

ج- هوایی

د- راه آهن

۴۴- کدام روش توزیع از نقطه نظر بازار مصرف به منظور سهولت دسترسی خریدار استفاده می شود؟

الف- توزیع وسیع

ب- توزیع انحصاری

ج- توزیع برگزیده

د- توزیع رقابتی

۴۵- برای حمل ((مایعات این زیر آب میوه ، روغن نباتی و مواد شیمیایی)) و ((ماشین آلات و صفحات شیشه)) به ترتیب از کدام نوع از کانتینرها استفاده می شود؟

الف- بغل دار - صفحه ای

ب- صفحه ای- تانکر

ج- تانکر - صفحه ای

د- تانکر - روباز

۴۶- هنگامی که فقط عده خاصی مورد نظر باشند و علاقه ای به تبلیغ همه مردم وجود نداشته باشد، استفاده از چه نوع عنوانی در آگهی مناسب است؟

الف- خبری

ب- مصور

ج- آمرانه

د- انتخابی

۴۷- کدام یک از انواع دامپینگ یا تباری بنگاه های یک یا چند کشور از طریق کارتل اعمال می شود؟

الف- گروهی

ب- ارزی و عمومی

ج- تدافعی

د- تهاجمی

۴۸- در چه شرایطی می توان از ساختار وظیفه ای استفاده کرد؟

الف- حجم تولیدات گسترده بوده و دانش فنی، علم و تکنولوژی زمینه ساز تولید ویژه می باشد.

ب- حجم تولیدات محدود بوده به طوری که تصمیم به صادرات تولید به بخش خاصی وجود داشته باشند.

ج- حجم تولیدات گسترده بوده به طوری که تصمیم به واردات تولید خارجی به بخش خاصی وجود داشته باشد.

د- حجم تولیدات محدود بوده به طوری که تصمیم به صادرات تولید به بخش خاصی وجود نداشته باشد.

۴۹- کدام یک از موارد زیر یکی از عوامل سیاسی محیط بازاریابی بین المللی را نشان می دهد؟

الف- مقررات پولی و مالی

ب- آداب و رسوم

ج- درآمدهای خانوار

د- اعتقادات و باورهای عمومی

۵۰- کدام یک از موارد زیر از عناصر تشکیل دهنده فرهنگ آن در بازاریابی بین المللی می باشد؟

الف- آگاهی مناسب

ب- استراتژی بازاریابی

ج- تعلیم و تربیت

د- تصمیم گیری های مناسب

۵۱- این عبارت ((کشورها باید بتوانند کالاهایی که در تخصص آنهاست تولید نمایند و کالاها یا خدماتی که در آنها کارایی لازم را ندارند وارد نمایند)) مربوط به کدام نظریه زیر است؟

الف- نظریه مزیت نسبی

ب- نظریه مزیت مطلق

ج- نظریه مرکانتیلیسم

د- نظریه دوره زندگی

۵۲- کدام گزینه کامل ترین وسیله نظارت بر تجارت خارجی به استثنای مورد تجارت همه جانبه دولتی در کشورهای کمونیستی محسوب می شود؟

الف- تعرفه های گمرکی

ب- سهمیه بندی

ج- کنترل ارز

د- تعرفه های غیر گمرکی

۵۳- نقش مداخله کننده و نقش تنظیم کننده مربوط به کدام یک از عوامل تشکیل دهنده محیط سیاسی می باشد ؟

الف- دولت-تجارت

ب- نقش دولت در اقتصاد

ج- ایدئولوژی اقتصادی و دولتی

د- ایدئولوژی سیاسی و اقتصادی

۵۴- اکثر دولت ها برای تنظیم فعالیت های اقتصادی خود از چه ابزاری استفاده می کنند ؟

الف- بانک مرکزی

ب- سیاست پولی و مالی

ج- قدرت مالیاتی

د- سیاست تغییر بازار

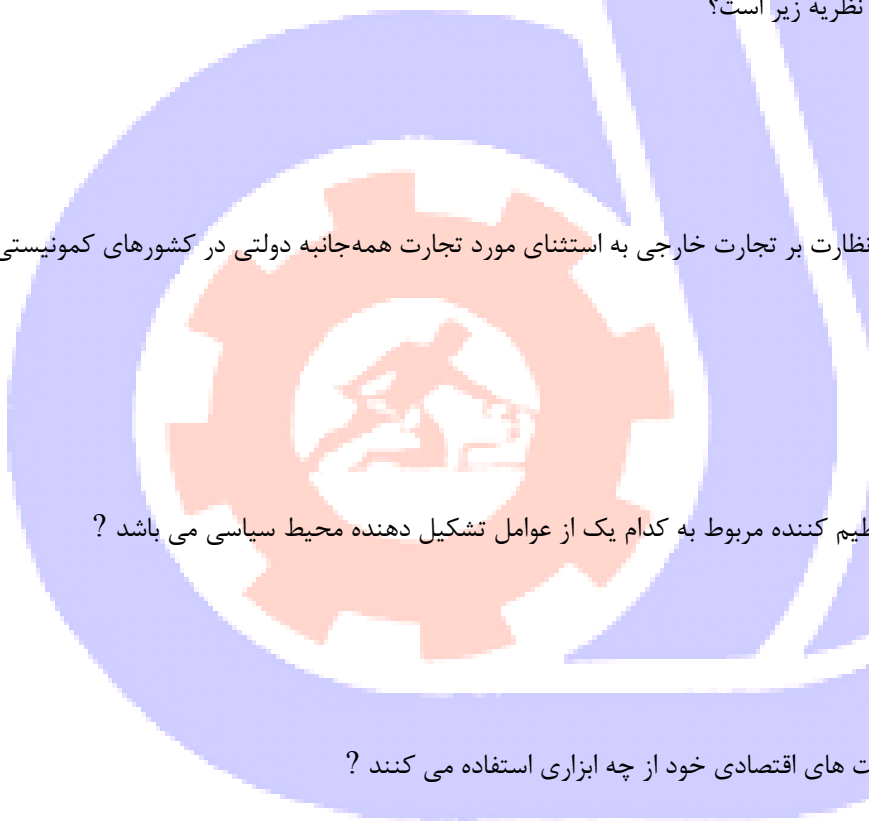
۵۵- مفهوم عبارت مقابل مربوط به کدام گزینه زیر است ؟ ((تعیین بازار فروش و امکان دستیابی به سهم پیش بینی شده بازار))

الف- مهارت های بازاریابی

ب- برنامه ریزی بازاریابی

ج- سیستم های بازاریابی

د- انگیزه بازاریابی



۵۶- از حالت های چهارگانه در عوامل توسعه جغرافیایی شرکت ها، کدام حالت زیر نشان دهنده حالت سوم می باشد؟

الف- وضعیت با برتری بازار

ب- وضعیت برتر

ج- وضعیت با برتری تولید

د- وضعیت ضعیف

۵۷- کدام یک از موارد زیر نشان دهنده نقطه شروع برای انتخاب موثرترین کانال های توزیع می باشد؟

الف- واسطه های چندگانه

ب- ایجاد رقابت سالم

ج- مشخص کردن نیازها و ترجیحات بازار هدف

د- شیوه های فروش

۵۸- رشد قوانین منطقه ای در گروه های منطقه ای و رشد قانون بین المللی به ترتیب تحت تاثیر کدام عوامل زیر می باشند؟

الف- توسعه تکنولوژی و عوامل سیاسی

ب- محدودیت های تجاری و سیاسی

ج- تجارت بین المللی و بازاریابی

د- توسعه تکنولوژی و بازرگانی بین المللی

۵۹- نقش اصلی کدام عامل زیر به جریان انداختن کالاها بین تولیدکنندگان و فروشندگان می باشد؟

الف- بازاریابان

ب- واسطه ها

ج- عمده فروشان

د- حسابداران

۶۰- کدام نوع از تبلیغات زیر در مرحله رقابت موثر می باشد؟

الف- تبلیغات ترغیب کننده

ب- تبلیغات اطلاعی

ج- تبلیغات یادآوری

د- تبلیغات گسترده

