

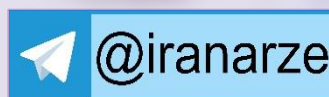
توضیحات:

- شامل ۷۴ سوال
- بخشی از محصول
- با قابلیت پرینت
- کد محصول: es۹۸۱

برای دانلود رایگان جدیدترین سوالات استخدامی اصول و مبانی مدیریت بازاریابی، اینجا بزنید

همچنین جهت مشاهده آخرین اخبار استخدامی، اینجا بزنید

« انتشار یا استفاده غیر تجاری از این فایل، بدون حذف لوگوی ایران عرضه، مجاز می باشد »



۶ سوال ابتدایی این فایل، دارای پاسخنامه تشریحی می باشد در صورت تمایل به دریافت سوالات بیشتر با جواب تشریحی می توانید این محصول را از سایت ایران عرضه خریداری نمایید.

خرید محصول

❖ سوالات استخدامی اصول و مبانی مدیریت بازاریابی تالیف ایران عرضه ۱۴۰۳

۱- تعریف بازاریابی به طور خلاصه کدام است؟ (iranarze.ir)

(۱) فروش محصولات تولیدی (۲) برآورده کردن نیازها به شکلی سود آور

(۳) اقدام به ایجاد دفتر برخط (۴) عرضه عملی محصولات به بازار

پاسخ سایت ایران عرضه: گزینه ۲

بازاریابی چیست؟

بازاریابی عبارت است از شناسایی و برآورده کردن نیازهای انسانی و اجتماعی. یکی از کوتاه ترین تعاریف خوب بازاریابی عبارت است از: «برآورده کردن نیازها به شکلی سود آور.» زمانی که شرکت ئی بی تشخیص داد که مردم نمی توانند جای فروش بعضی اقلام مورد علاقه خود را پیدا کنند، اقدام به ایجاد دفتر «برخط» حراج کرد. زمانی که شرکت اپکیا متوجه شد خواهان مبلمان هایی با قیمت ارزان تر هستند، مبلمان هایی با قیمت بسیار ارزان عرضه کرد. این دو مؤسسه دانش و توان علمی بازاریابی را ارائه کرده اند و یک نیاز شخصی یا اجتماعی را به فرصت سود آور کسب و کار تبدیل کرده اند.

۲- همه موارد زیر از جمله وظایف مدیر ارشد بازاریابی می باشند به غیر از..... (iranarze.ir)

(۱) تقویت نام های تجاری (۲) توسعه محصولات جدید با توجه به نیازهای مشتری

(۳) بهره گیری از فناوری جدید (۴) فروش و معرفی محصولات برتر در بازار

پاسخ سایت ایران عرضه: گزینه ۴

پنج وظیفه مدیر ارشد بازاریابی: تقویت نام های تجاری، اندازه گیری اثربخشی بازاریابی، توسعه محصولات جدید با توجه به نیازهای مشتری، گردآوری نظرات ارزشمند مشتریان، بهره گیری از فناوری جدید بازاریابی.

۳- مفهوم تولید بر چه پایه ای قرار دارد؟ (iranarze.ir)

(۱) براین پایه که چنانچه مصرف کنندگان کسب و کار را به حال خود رها کنیم به قدر کافی از محصولات سازمان خرید نخواهند کرد.

(۲) برآورده کردن تقاضای مصرف کنندگان

(۳) بر آن پایه که مصرف کنندگان کالایی در دسترس و ارزان را ترجیح می دهند.

(۴) بر این پایه که مصرف کنندگان به محصولاتی با بهترین کیفیت و ویژگی خلاقیت تمایل دارند.

پاسخ سایت ایران عرضه: گزینه ۳

مفهوم تولید: مفهوم تولید که یکی از قدیمی ترین مفاهیم کسب و کار است، بر این پایه قرار دارد که مصرف کنندگان کالاهایی را ترجیح می دهند که در سطح گسترده ای در دسترس باشند و ارزان باشند.

مفهوم محصول: مفهوم محصول بر این اعتقاد است که مصرف کنندگان به محصولاتی تمایل دارند که بهترین کیفیت عملکرد یا ویژگی های خلاقانه ارائه می کند.

مفهوم فروش: مفهوم فروش بر این اعتقاد است که چنانچه مصرف کنندگان و کسب و کارها را به حال خود رها کنیم، به قدر کافی از محصولات سازمان خرید نخواهد کرد. (تالیف سایت ایران عرضه)

۴- اولین وظیفه مدیریت بازاریابی چیست؟ (iranarze.ir)

(۱) ارتباط با مشتریان

(۲) شکل دادن پیشنهادی بازار

(۳) ایجاد نام های تجاری

(۴) شناسایی ظرفیت بلند مدت و فرصت های سازمان با توجه به تجارب گذشته

پاسخ سایت ایران عرضه: گزینه ۴

وظایف مدیریت بازاریابی

- توسعه راهبرد ها برنامه های بازاریابی: اولین وظیفه، شناسایی ظرفیت بلند مدت فرصت های سازمان با توجه به تجارب گذشته آن در بازار و شایستگی های محوری آن است.

- دستیابی به چشم اندازهای بازاریابی

- ارتباط با مشتریان

- ایجاد نام های تجاری

- شکل دادن پیشنهادهای بازار

- ارائه ارزش

۵- منظور از رسالت سازمان چیست؟ (iranarze.ir)

(۱) یعنی هر سازمانی برای انجام کاری ویژه به وجود آمده است.

(۲) یعنی سازمان باید تقسیم وظایف کند.

(۳) یعنی تعریف سازمان از ابعاد مختلف

(۴) یعنی تخصیص منابع برای واحد های کسب و کار راهبردی

پاسخ سایت ایران عرضه: گزینه ۱

رسالت سازمان: یعنی هر سازمانی برای انجام دادن کار و مأموریتی ویژه به وجود آمده است و در طول زمان ممکن است مأموریت آن ها بارها تغییر کند از یک سازمان ساده به یک سازمان جهانی تبدیل شود.

۶- گزینه غلط را بیابید. (iranarze.ir)

- ۱) سیستم سوابق داخلی به ارائه اطلاعات آن که چه اتفاقی افتاده است می پردازد.
- ۲) سیستم اطلاعات بازاریابی عبارت است از مجموعه ای از رویه ها و منابع که مدیریت برای اخذ اطلاعات روزمره در مورد تغییرات حادث شده در محیط بازار از آن استفاده می نمایند.
- ۳) در پایگاه داده مشتریان اطلاعاتی مانند نام، نشان، معاملات قبلی هر مشتری و ویژگی های جمعیتی و روان شناختی مثل عقاید موجود است.
- ۴) برای بهبود کیفیت اطلاعات بازاریابی، راههای گوناگونی مثل آموزش و انگیزش نیرو، فروش و انگیزش توزیع کنندگان وجود دارد.

پاسخ سایت ایران عرضه: گزینه ۱

سوابق داخلی

مدیران بازاریابی باید بر گزارشات داخلی سازمان از قبیل سفارش ها، فروش، قیمتها و ... تکیه کنند آنها با تجزیه و تحلیل این اطلاعات می توانند به فرصتها و تهدیدات پی ببرند. قلب سوابق شرکت دوره سفارش تا پرداخت است. در پایگاه داده مشتریان اطلاعاتی مانند نام، نشان، معاملات قبلی هر مشتری و ویژگی های جمعیتی و روانشناختی مثل عقاید موجود است.

سیستم های اطلاعاتی بازاریابی

سیستم سوابق داخلی به ارائه نتایج می پردازد، ولی سیستم اطلاعات بازاریابی به ارائه اطلاعات آنچه که اتفاق افتاده است می پردازد. سیستم اطلاعات بازاریابی عبارت است از: مجموعه ای از رویه ها و منابع که مدیران برای اخذ اطلاعات روزمره در مورد تغییرات حادث شده در محیط بازار از آن استفاده می نمایند مانند مطالعه کتاب، نشریات، صحبت با مشتریان و تأمین کنندگان و غیره. بهبود کیفیت اطلاعات بازاریابی

برای بهبود کیفیت اطلاعات بازاریابی راههای گوناگونی وجود دارد مانند:

۱. آموزش و انگیزه نیرو فروش

۲. انگیزش توزیع کنندگان، خرده فروشان و دیگر واسطه ها برای اطلاع رسانی اطلاعات مهم به شما

۳. ایجاد گروه مشاوره از میان مشتریان برای بازخوردگیری

۴. استفاده از آمارهای دولتی مانند آمار جمعیتی هر استان

۵. کسب اطلاعات از تأمین کنندگان بیرون سازمان و ...

۷- کدام ابزار تحقیق مناسب تحقیقات اکتشافی برای درک عمیق چگونگی فکر مردم می باشد؟ (iranarze.ir)

۱) پرسشنامه بسته (۲) ابزار کیفی

۳) ابزارهای فنی (۴) پرسشنامه باز

۸- کدام یک از روش های بازاریابی به دنبال شناسایی کلیه خریداران بالقوه در یک منطقه و برآورد خرید بالقوه آنان می باشد؟ (iranarze.ir)

- ۱) پیش بینی تقاضای آتی بازار
- ۲) روش گسترش تدریجی بازار
- ۳) روش پیش بینی تقاضای جاری
- ۴) تجزیه و تحلیل فروش های پیشین

۹- معمولا سود آورترین مشتریان چه مشتریانی هستند؟ (iranarze.ir)

- ۱) مشتریان بزرگ
- ۲) کوچکترین مشتریان
- ۳) مشتریان متوسط
- ۴) مشتریان ثابت و بزرگ

۱۰- در مورد معایب بازاریابی پایگاه داده ها و مدیریت رابطه با مشتری کدام اشتباه است؟ (iranarze.ir)

- ۱) سرمایه گذاری در سخت افزار رایانه، نرم افزار پایگاه داده ها پیوندهای ارتباطی کارکنان ماهر
- ۲) مشکل گرد آوری های درست در طول تمام معاملات مشترک با مشتریان
- ۳) کاری کنیم که همه افراد در شرکت به جای استفاده از اطلاعات موجود برای مدیریت رابطه با مشتری از بازاریابی معاملات سنتی استفاده کند.
- ۴) فرضیات پشتوانه مدیریت رابطه با مشتری ممکن است همیشه درست نباشد.

۱۱- کدام یک از نظریه پردازان زیر پدید آورنده نظریه دو عاملی بوده و ناراضی کننده ها را از راضی کننده ها تمیز می دهد؟

- ۱) مازلو
- ۲) هرزبرگ
- ۳) فروید
- ۴) فایول

۱۲- بیشترین الگوسازی فعلی فرآیندهای ارزیابی به این اشاره دارد که مصرف کنندگان تا حد زیادی قضاوت خود را بر پایه..... قرار می دهد. (iranarze.ir)

- ۱) ترکیب اعتقادات مثبت و منفی
- ۲) اطلاعات بدست آمده از دوستان و خانواده
- ۳) آگاهی و منطق
- ۴) نام های تجاری برتر

۱۳- منظور از قرارداد پوششی چیست؟ (iranarze.ir)

- ۱) روابط بلند مدت خرید و فروش بین مشتری و تولید کننده
- ۲) قراردادی که روابط بلند مدتی را ایجاد می کند که به موجب آن تأمین کننده قول می دهد اقلام مورد نیاز خریدار را در قیمت توافق شده طی دوره ای خاص به او عرضه کند.
- ۳) همان طرح های خرید بدون موجودی می باشد.
- ۴) گزینه ۲ و ۳

۱۴- بازار دنج چه نوع بازاری است؟ (iranarze.ir)

- ۱) بازاری که در آن گروه مشتری بسیار محدود تری که به دنبال ترکیب متمایزی از منابع هستند وجود دارد.
- ۲) نوعی بازاریابی هدفمند که برنامه های بازاریابی را به سمت خواسته های مشتریان محلی سوق می دهد.
- ۳) بازاری که در آن هربخش شامل گروهی از مشتریان یا مجموعه ای از نیازهای مشابه است.
- ۴) بزرگترین بازار بالقوه را ایجاد می کند که کمترین هزینه را دارد.

۱۵- کدامیک از روش های ارزیابی و انتخاب بخش های بازار ریسک را تقسیم می کند؟ (iranarze.ir)

- ۱) تمرکز بر یک بخش
- ۲) تخصصی سازی کالایی
- ۳) تخصصی سازی در بازار
- ۴) تخصصی سازی گزینشی

۱۶- چه زمانی پیوند با نام تجاری رخ می دهد؟ (iranarze.ir)

- ۱) حصول اطمینان نسبت به اینکه کارکنان، همکاران بازاریابی ارزش ایده های اولیه نام تجاری را می دانند.
- ۲) زمانی که مشتریان به تجربه می فهمند شرکت دارد آنچه را نام تجاری اش نوید داده محقق می سازد.
- ۳) ترکیب و تطبیق فعالیت بازاریابی به منظور حداکثر کردن تأثیرات فردی و جمعی آن.
- ۴) یعنی حصول اطمینان نسبت به اینکه نام تجاری و بازاریابی آن تا حد ممکن با بیشترین تعداد مشتریان ارتباط پیدا می کند.

۱۷- عبارت است از عمل طراحی محصولات پیشنهادی و ذهنیت شرکت به منظور اشغال فضایی خاص اذهان بازار

هدف. (iranarze.ir)

- ۱) عضویت رده کالایی
- ۲) جایگاه یابی
- ۳) نقاط تشابه و تفاوت
- ۴) چارچوب مرجع رقابتی

۱۸- در رابطه با عوامل ایجاد تمایز خدماتی، کاری که انجام می شود تا کالایی در محل طراحی شده خود عملیاتی شود، چه

نامیده می شود؟ (iranarze.ir)

- ۱) حمل
- ۲) سهولت سفارش
- ۳) نصب
- ۴) ارائه مشاوره به مشتری

۱۹- با درنظر گرفتن راهبردهای تهاجمی با توجه به رقبا و اهداف فروشنده، حمله چریکی به اصطلاح چه نوع راهبردی است؟

- ۱) عبارتست از استفاده از تهاجم وسیع در جبهه های متعدد
- ۲) عبارتست از دور زدن دشمن و حمله به بازارهای سهل تر به شرط گسترش
- ۳) شامل حملات کوچک و تناوب به منظور صدمه زدن و تضعیف رقیب
- ۴) حمله ای که در آنجا خود را با محصول، تبلیغات، قیمت و توزیع رقیب تطبیق دهد.

۲۰- مورد خاصی از نامگذاری است که مستلزم ایجاد سرمایه نام تجاری برای مواد، اجزاء یا قطعاتی است که الزاما

در کالاهای نامگذاری شده دیگر وجود دارد. (iranarze.ir)

- ۱) نامگذاری مضاعف
- ۲) نامگذاری جمعی
- ۳) نامگذاری ترکیبی
- ۴) نامگذاری محتوایی

۲۱- در کدام مرحله از راهبردهای بازاریابی میزان سود منفی یا اندک است و هزینه های ارتقا کالا با توجه به میزان فروش در بالاترین حد خود قرار دارد؟ (iranarze.ir)

(۱) مرحله رشد

(۲) مرحله معرفی و مزیت پیشگامی

(۳) مرحله فردی تدریجی

(۴) بازاریابی از طریق منحنی عمر محصول

۲۲- کدام یک از گزینه های زیر در تقسیم بندی انواع بازاریابی در صنایع خدماتی نمی باشد؟ (iranarze.ir)

(۱) بازاریابی درونی (۲) بازار یابی بیرونی

(۳) بازاریابی جامع (۴) بازاریابی تعاملی

۲۳- اولین مرحله برای تنظیم سیاست قیمت گذاری عبارتست از..... (iranarze.ir)

(۱) مشخص کردن تقاضا (۲) انتخاب هدف قیمت گذاری

(۳) برآورد منحنی تقاضا (۴) برآورد هزینه ها

۲۴- منظور از معاملات جبرانی چیست؟ (iranarze.ir)

(۱) معامله مستقیم کالا بدون وجود پول و دخالت افراد است.

(۲) فروشنده کل وجه کالا را نقد دریافت می کند ولی موافقت می کند تا بخش اعظم آن وجه نقد را در طی دوره ای خاص در همان کشور هزینه کند.

(۳) معامله ای که در آن خریدار بخشی را به صورت پول و بخشی را به شکل کالا پرداخت می کند.

(۴) معامله ای که فروشنده در آن کل وجه کالا را نقد دریافت می کند ولی موافقت می کند تا بخش اعظم آن وجه را طی دوره ای خاص در همان کشور هزینه کند.

۲۵- اعطای نمایندگی یعنی چه؟ (iranarze.ir)

(۱) چشم پوشیدن از بعضی کنترل های مربوط به نحوه فروش کالاها و اینکه به چه کسانی فروخته شده اند.

(۲) اندیشیدن در مورد بازار هدف و ملاحی زنجیره عرضه به سمت عقب.

(۳) اعطای سیستمی مشارکت ها که به مؤسسه به منظور تأمین منافع، به بحث گذاشتن و ارائه محصولات خود ایجاد می کند.

(۴) اعطای سیستمی از کانال های بازاریابی که عبارت از مجموعه خاصی از کانال های بازاریابی است که مؤسسه از آن استفاده می کند.

۲۶- یکی از مهم ترین آثار توسعه کانال ها چیست؟ (iranarze.ir)

(۱) ایجاد سیستم بازاریابی افقی

۲) یکپارچه سازی سیستم های بازاریابی چند کاناله

۳) پیدایش بازاریابی عمودی

۴) هماهنگی کانالی

۲۷- {ا | ا ن ع ر ض ه} خرده فروشی غیر فروشگاهی به چند گروه تقسیم می شود؟ (iranarze.ir)

۲ (۱) ۳ (۲) ۴ (۳) ۵ (۴)

۲۸- گزینه غلط را بیابید؟ (iranarze.ir)

۱) راهبردهای تدارکات باید صرفا از ملاحظات هزینه ناشی شوند.

۲) تدارکات بازار باید اطلاعات گرا باشند.

۳) تدارکات بازار باید پیوندهای الکترونیکی را بین کلیه صراف های مهم برقرار کند.

۴) شرکت باید اهداف تدارکاتی خود را به گونه ای تنظیم کند که با استانداردهای خدماتی رقبا برابری کند یا از آن ها بهتر باشد.

۲۹- تصمیم گیری بازاریاب در مورد رسالت شامل تصمیم گیری در مورد چه چیزی می شود؟ (iranarze.ir)

۱) میزان هزینه

۲) انتخاب پیام و اجرای آن

۳) نحوه ارزیابی نتایج

۴) اهداف فروش و مقاصد تبلیغات

۳۰- چرا تولیدکنندگان از برخی ابزارهای ارتقاء تجاری استفاده می کنند؟ (iranarze.ir)

۱) تا واسطه را متقاعد کنند کالا را ببرد.

۲) تا واسطه واحدهای بیشتری را ببرد.

۳) تا خرده فروشان را برای ارتقاء نام تجاری ترغیب نمایند.

۴) همه موارد

۳۱- جدیدترین کانال های بازاریابی مستقیم به چه صورت است؟ (iranarze.ir)

۱) یکپارچه ۲) حضوری ۳) تلفنی ۴) الکترونیکی

۳۲- لازمه فروش اثر بخش به شکلی روزافزون چیست؟ (iranarze.ir)

۱) کار گروهی و حمایت کارکنان دیگر از قبیل مدیریت ارشد

۲) استفاده از نیروی فروش قراردادی

۳) استفاده از تبلیغات گسترده بین نمایندگان فروش و بنکداران

۴) استفاده از روش های نوین بازاریابی

۳۳- کدام یک از انواع کنترل بازاریابی نشان می دهد که یک شرکت به اهداف فروش، سود آوری و دیگر اهداف خود رسیده است؟ (iranarze.ir)

- (۱) برنامه کنترل سود آوری (۲) برنامه کنترل کارایی
(۳) برنامه کنترل سالیانه (۴) برنامه کنترل راهبردی

۳۴- فرایندی که در آن شرکت با ایجاد ارزش برای مشتری و برقرار کردن رابطه مستحکم با او به طور متقابل از مشتری ارزش دریافت می کند را چه می نامند؟ (iranarze.ir)

- (۱) آمیخته بازاریابی (۲) بازاریابی (۳) دادوستد (۴) تجارت

۳۵- اساسی ترین اصل بازاریابی چیست؟ (iranarze.ir)

- (۱) برقراری رابطه سودمند با مشتری (۲) درک بازار

- (۳) استراتژی بازاریابی (۴) نیازهای انسانی

۳۶- به مجموعه ای از خریداران بالقوه و بالفعل یک کالا گفته می شود؟ (iranarze.ir)

- (۱) مشتریان هدف (۲) مصرف کننده (۳) بازاریابان (۴) بازار

۳۷- در کدام یک از رویکردهای زیر مصرف کنندگان تنها در صورتی محصولات شرکت را به میزان کافی خریداری می کنند که شرکت در زمینه معرفی و فروش زیاد تلاش کند؟ (iranarze.ir)

- (۱) رویکرد فروش (۲) رویکرد بازاریابی (۳) رویکرد محصول (۴) رویکرد تولید

۳۸- مقداری از میزان کارایی درک شده محصول که با انتظارات مشتری تطابق دارد. (iranarze.ir)

- (۱) برآورد مشتری (۲) کارایی محصول (۳) رضایتمندی مشتری (۴) محصول هدف

۳۹- گام آخر در فرایند چهارگانه بازاریابی چیست؟ (iranarze.ir)

- (۱) وفاداری و حفظ مشتری (۲) برقراری رابطه با مشتری

- (۳) جذب ارزش از مشتری (۴) استراتژی بازاریابی

۴۰- به مجموعه کل ارزش طول عمر همه مشتریان یک شرکت چه گفته می شود؟ (iranarze.ir)

- (۱) ارزش عمر مشتری (۲) دارایی شرکت (۳) سهم مشتری (۴) دارایی مشتری

۴۱- از نظر رویکرد بازاریابی اجتماعی کدام عامل زیر کلید اصلی رسیدن به اهداف شرکت و برآورده کردن مسئولیت های آن می باشد؟ (iranarze.ir)

- (۱) حصول اهداف فروش شرکت در گرو درک نیازها و خواسته های مشتریان

- (۲) راضی کردن مشتری و حفظ رفاه اجتماعی در بلند مدت

- (۳) رابطه مستحکم با مشتری

- (۴) تلاش زیاد برای فروش زیاد و ترویج کالا

۴۲- کارگاه "خرس خودتان را بسازید" از کدام یک از مفاهیم اصلی بازاریابی تبعیت می‌کند؟ (iranarze.ir)

(۱) شناختن مشتری (۲) مبادله

(۳) ارزش و رضایت مشتری (۴) پیشنهاد به بازار

۴۳- به شرحی از اهداف شرکت و کاری که می‌خواهد در محیط گسترده‌تر به انجام رساند اصطلاحاً چه گفته می‌شود؟

(۱) استراتژی شرکت (۲) بیانیه ماموریت

(۳) شرح وظایف شرکت (۴) برنامه سالانه دراز مدت

۴۴- فروش بیشتر به مشتریان فعلی بدون تغییر دادن محصول را چیه می‌گویند؟ (iranarze.ir)

(۱) توسعه بازار (۲) نفوذ در بازار (۳) شبکه توسعه محصول / بازار (۴) متنوع سازی

۴۵- کدام یک از ترکیبات زیر فرمول موفقیت در بازاریابی محسوب می‌شود؟ (iranarze.ir)

(۱) تنوع محصول و کیفیت (۲) رضایت مشتری و تنوع محصول

(۳) ارزش مشتری و کیفیت (۴) رضایت و ارزش مشتری

۴۶- آمیخته بازاریابی چیست؟ (iranarze.ir)

(۱) مجموعه ابزارهای قابل کنترل تاکتیکی بازاریابی که شرکت با مخلوط کردن آنها نتیجه مورد نظر را از بازار هدف بگیرد

(۲) متمایز کردن واقعی پیشنهاد بازاریابی برای ایجاد ارزش بالاتر نزد مشتری

(۳) تحلیل، برنامه‌ریزی و اجرا و کنترل بازاریابی برای رسیدن به هدف مورد نظر

(۴) نوعی فرایند ارزیابی جذابیت بخش‌های مختلف بازار و انتخاب یک یا چند بخش برای ورود و سود بیشتر

۴۷- مدیریت عملکرد بازاریابی با کدام یک از موارد زیر شروع می‌شود؟ (iranarze.ir)

(۱) کنترل برنامه‌ها (۲) اجرای هدف (۳) برنامه‌ریزی (۴) تحلیل وضعیت شرکت

۴۸- متداول‌ترین ساختار سازماندهی، در واحدهای بازاریابی نوین چیست؟ (iranarze.ir)

(۱) ساختار مدیریت بازار یا مشتری (۲) ساختار جغرافیایی

(۳) ساختار وظیفه‌ای (۴) ساختار مدیریت محصول

۴۹- از تقسیم بازگشت خالص سرمایه‌گذاری بازاریابی بر هزینه سرمایه‌گذاری بازاریابی به دست می‌آید؟ (iranarze.ir)

(۱) داش‌بورد بازاریابی (۲) بازگشت سرمایه‌گذاری بازاریابی

(۳) بازگشت هزینه سرمایه‌گذاری بازاریابی (۴) بازگشت بازاریابی

۵۰- در کدام یک از بازارهای زیر محصولات و خدمات را برای پردازش و یا به کارگیری در تولید محصولات دیگر خریداری

می‌کنند؟ (iranarze.ir)

(۱) بازار مصرف کنندگان (۲) بازار دولتی (۳) بازار تجاری (۴) بازار بین‌المللی

۵۱- مهمترین تغییر جمعیت شناختی در جمعیت ایالات متحده کدام است؟ (iranarze.ir)

- (۱) جابجایی جغرافیایی جمعیت
(۲) تغییر ساختار خانواده
(۳) تغییر ساختار سنی جمعیت
(۴) تنوع جمعیتی

۵۲- (ایران عرضه) کار در خانه یا دفاتر از راه دور یا انجام داد و ستد از طریق تلفن، فکس، مودم یا اینترنت باعث ایجاد چه نوع بازاری شده است؟ (iranarze.ir)

- (۱) دورکاری
(۲) سوهو
(۳) کاربوم
(۴) سئو

۵۳- اولین روندی که بازاریابان باید از آن در محیط طبیعی اطلاع داشته باشند کدام مورد است؟ (iranarze.ir)

- (۱) آلودگی
(۲) کمبود مواد خام
(۳) دخالت رو به افزایش دولت‌ها در مدیریت منابع طبیعی
(۴) فناوری سوخت پاک

۵۴- اولین دلیلی که موجب شده قوانین تجاری وضع شود چیست؟ (iranarze.ir)

- (۱) حفاظت از مصرف کنندگان در مقابل کسب و کارهای ناعادلانه
(۲) حفاظت از محیط زیست
(۳) حفاظت از شرکت‌ها در برابر هم
(۴) محافظت از منافع جامعه در مقابل تجارت‌های نامحدود

۵۵- سه عامل هدایت نسل ایکس، از دیدگاه یانکلوویچ مانیتور در تغییر ارزش‌های ثانویه فرهنگی، کدام است؟ (iranarze.ir)

- (۱) ماجراجویی، باهوشی، حمایت از یکپارچگی
(۲) ماجراجویی، حمایت از یکپارچگی، تعریف مجدد زندگی خوب
(۳) تعریف مجدد زندگی خوب، آیین مذهبی جدید، بریدن و چسباندن
(۴) باهوشی، پایین مذهبی جدید، حمایت از یکپارچگی

۵۶- شرکت کوچ برای بانوانی که لوازم رسمی مثل کیف مهمانی را در ساعات اداری به کار می‌برند، چه محصولی را به بازار عرضه نمود؟ (iranarze.ir)

- (۱) جانسون
(۲) شانل
(۳) ورستلت
(۴) مادیسون

۵۷- کدام یک از اهداف هوشمندی بازاریابی نیست؟ (iranarze.ir)

- (۱) پیش هشدار در مورد فرصتها و تهدیدها
(۲) بهبود تصمیمات استراتژیک
(۳) ارزیابی و پیگیری فعالیتهای رقبا
(۴) تحلیل، ارزیابی و تعمیم اطلاعات مورد نیاز

۵۸- در برنامه تحقیق به داده‌هایی که در حال حاضر در جایی وجود دارند و برای هدف دیگری جمع آوری شده‌اند چه گفته میشود؟ (iranarze.ir)

(۱) داده دست اول (۲) داده دست دوم (۳) داده پردازش شده (۴) داده موجود

۵۹- پراستفاده‌ترین روش برای جمع آوری داده‌های دست اول و بهترین روش برای جمع آوری اطلاعات توصیفی کدام تحقیقات است؟ (iranarze.ir)

(۱) تحقیقات مشاهده‌ای (۲) تحقیقات پیمایشی (۳) تحقیقات توصیفی (۴) تحقیقات تجربی

۶۰- کدام یک از موارد زیر به یکی از ابزارهای اصلی تحقیقات بازاریابی تبدیل شده که بینشی در مورد افکار و احساسات درونی مصرف کنندگان را به دست می‌دهد؟ (iranarze.ir)

(۱) پرسشنامه‌های پستی (۲) مصاحبه تلفنی (۳) مصاحبه شخصی (۴) مصاحبه گروهی متمرکز

۶۱- مهمترین مشکل تحقیقات بر خط چیست؟ (iranarze.ir)

(۱) حریم شخصی مصرف کنندگان (۲) دزدی الکترونیکی اطلاعات

(۳) هزینه بالا (۴) پراکندگی

۶۲- گران‌ترین و پراشتباه‌ترین مرحله از فرایند تحقیقات بازاریابی کدام است؟ (iranarze.ir)

(۱) تفسیر کردن (۲) جمع آوری اطلاعات (۳) گزارش یافته‌ها (۴) تحلیل اطلاعات بازاریابی

۶۳- بارزترین مانع در تحقیقات بازاریابی بین المللی چیست؟ (iranarze.ir)

(۱) هزینه‌ها (۲) زبان (۳) اینترنت (۴) سطح زندگی

۶۴- همه افراد و خانوارهایی که کالا و خدمات را برای مصرف شخصی خریداری کرده یا به دست می‌آورند.

(۱) رفتار خرید مصرف کننده (۲) مصرف کننده (۳) فرهنگ مصرف (۴) بازار مصرفی

۶۵- (طراحی توسط ایران عرضه) کدام یک از مصرف کنندگان خرد فرهنگ آمریکایی بیشترین لذت را از خرید کردن دارند و نسبت به قیمت حساس‌تر بوده و به شدت به کیفیت بالا عکس العمل نشان می‌دهند؟ (iranarze.ir)

(۱) مصرف کننده آمریکایی آفریقایی (۲) مصرف کنندگان اسپانیولی

(۳) مصرف کنندگان آسیایی (۴) مصرف کنندگان بزرگسالان

۶۶- منظور از گروه‌های مرجع چیست؟ (iranarze.ir)

(۱) گروه‌هایی که با مقایسه رودررو یا غیر مستقیم گرایش‌ها یا رفتارهای فرد را شکل می‌دهند

(۲) گروه‌هایی که به طور مستقیم بر افراد تاثیر می‌گذارند

(۳) گروه‌هایی که به طور غیر مستقیم بر افراد تاثیر می‌گذارند و آنها خود را جزئی از آن می‌دانند

(۴) گروهی که فرد آرزو می‌کند عضو آن باشد

۶۷- مهمترین مجموعه‌ای که در جامعه بر خریدار مصرفی تاثیرگذار بوده کدام است؟ (iranarze.ir)

۱) گروه‌های مرجع ۲) دوستان و کلوپ‌ها ۳) خانواده ۴) گروه‌های عضویت

۶۸- به ویژگی‌های روانشناختی منحصر به فردی که پاسخ‌های نسبتاً سازگار و پایدار فرد نسبت به محیط اطرافش را ایجاد می‌کند گفته میشود؟ (iranarze.ir)

۱) شیوه زندگی ۲) شخصیت ۳) شخصیت برند ۴) خودانگاره

۶۹- کدام یک از فرایندهای ادراکی زیر بر درک انسان از محرکی یکسان تاثیر گذاشته و باعث بروز نتایج متفاوتی می‌شود؟

۱) توجه‌گزینشی ۲) تحریف‌گزینشی ۳) نگهداری‌گزینشی ۴) همه موارد

۷۰- ارزیابی احساس و تمایل پایدار مساعد یا نامساعد فرد نسبت به شی یا ایده را چه می‌گویند؟ (iranarze.ir)

۱) عقیده ۲) تمایل ۳) باور ۴) نگرش

۷۱- وقتی دخالت مصرف‌کننده در خرید کم و تفاوت‌های مشاهده شده بین برندهای مختلف زیاد است مصرف‌کننده از کدام رفتار خرید پیروی می‌کند؟ (iranarze.ir)

۱) رفتار خرید پیچیده ۲) رفتار خرید کاهش ناهماهنگی

۳) رفتار خرید همیشگی ۴) رفتار خرید تنوع‌گرای

۷۲- ناراحتی خریدار که در اثر تعارض بعد از خرید رخ می‌دهد را چه می‌نامند؟ (iranarze.ir)

۱) ناهماهنگی شناختی ۲) عدم رضایت مشتری

۳) عدم درک بازار ۴) ناهماهنگی ذهنی

۷۳- با توجه به دسته‌بندی انطباق‌پذیران، شرکت‌های خلاق باید در مورد کدام یک از گروه‌های زیر تحقیقاتی به عمل آورده و تلاش‌های بازاریابی را بر آنها متمرکز بکند؟ (iranarze.ir)

۱) نوآوران و اکثریت متاخر ۲) زودپذیران و اکثریت پیشگام

۳) متاخرین و تنبل‌ها ۴) نوآوران و زودپذیران

۷۴- چرا مورد هدف قرار دادن زیاد نوجوانان ۹ تا ۱۲ سال توسط شرکت‌های بازاریابی حساسیت ایجاد کرده است؟

۱) به دلیل استفاده ابزاری از کودکان برای تبلیغات تجاری.

۲) چون آن‌ها را بیشتر شبیه بزرگسال‌ها می‌کنند.

۳) چون نگرانی‌هایی بابت دستاویز قرار دادن طبیعت نابالغ این گروه وجود دارد.

۴) چون آن‌ها را از خریدن کالای مورد نیاز واقعی سانشان دور می‌کنند.





