

سوالات استخدامی کارشناس امور بندری

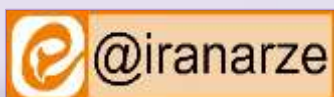
توضیحات:

- بخشی از محصول
- شامل ۶۶ سوال
- با قابلیت پرینت
- کد محصول: es997

برای دانلود رایگان جدیدترین سوالات استخدامی کارشناس امور بندری، 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 »



فهرست مطالب (برای مراجعه به هر بخش، روی آن بزنید)

- ❖ فصل اول: سوالات استخدامی اصول و مبانی مدیریت بازاریابی تالیف ایران عرضه ۱۴۰۳ با پاسخنامه تشریحی - صفحه ۳
- ❖ فصل دوم: اقتصاد حمل و نقل تالیف ایران عرضه ۱۴۰۳ با پاسخنامه تشریحی - صفحه ۹



در هر بخش، تنها ۳ سوال ابتدایی 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

❖ فصل اول: سوالات استخدامی اصول و مبانی مدیریت بازاریابی تالیف ایران

عرضه ۱۴۰۳

۱- CMO مخفف کدام پست در شرکت ها می باشد؟ (iranarze.ir)

- (۱) مدیریت ارشد بازاریابی
(۲) مدیر ارشد اجرایی
(۳) مدیر ارشد مالی
(۴) مدیریت ارشد خرید و فروش

✓ پاسخ سایت ایران عرضه: گزینه ۱ ← موفقیت مالی در اغلب مواقع به توان بازاریابی بستگی دارد. چنانچه تقاضای کافی برای کالاها و خدمات وجود نداشته باشد تا شرکت بتواند از آن سودی حاصل کند، وظایف، عملیاتی حسابداری و دیگر وظایف کسب و کار واقعا اهمیتی نخواهد داشت. باید حد بالایی وجود داشته باشد که حد پایین معنی پیدا کند. بسیاری از شرکت ها اقدام به ایجاد پست مدیر ارشد بازاریابی (CMO) کرده اند تا مدیر بازاریابی را هم ردیف دیگر مدیران ارشد از قبیل مدیر ارشد اجرایی (CEO) و مدیر ارشد مالی (CFO) قرار دهند. درحال، بازاریابی کار مشکلی است و برای بسیاری از شرکت هایی که موفق بوده اند، نقش پاشنه آشیل را داشته است.

شرکت هایی که نمی توانند مشتریان و رقبای خود را با دقت ببینند آنها با دیدگاه کوتاه مدت و فروش گرا نسبت به کسب و کار خود حرکت می کنند و در نهایت، نمی توانند سهامداران، کارکنان، تأمین کنندگان و شرکای کانال خود را راضی کنند.

۲- (منبع ایران عرضه) 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 ایکیا 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.

۳- سازمان های غیر انتفاعی برای ارتقاء جایگاه خود در اذهان عمومی و جذب مخاطبان از چه ابزاری استفاده می کنند؟

- (۱) رقابت
(۲) بهبود کیفیت محصولات

پاسخ سایت ایران عرضه: گزینه ۳

سازمان ها: سازمان ها به شکلی فعال تلاش می کنند تصویر قوی، مطلوب و منحصر به فردی را در اذهان مخاطبان خود ایجاد کنند. برنامه بازاریابی شرکت تسکو یعنی «هر چیز کوچکی کمک خواهد کرد» باعث شده که در رأس سوپر مارکت های زنجیره ای در انگلستان قرار گیرد. دانشگاه ها، موزه ها، سازمان های غیر انتفاعی برای ارتقاء جایگاه خود در اذهان عموم و رقابت برای جذب مخاطبان و منابع عالی از بازاریابی استفاده می کنند.

۴- 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

۵- اینکه مشتری خواهان آن است که دوستانش او را مصرف کننده ای زیرک و کار بلد بشناسند، نشانگر کدام نوع نیازها

است؟ (iranarze.ir)

۱) نیاز شفاف

۲) نیازهای مخفی

۳) نیازهای بیان نشده

۴) نیازهای واقعی

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

۱) بر این 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)

۷- وظیفه استخدام، آموزش و انگیزش کلیه کارکنانی که می خواهند به خوبی به مشتریان خدمت کنند، چیست؟

۱) بازاریابی مسئولیت اجتماعی

۲) بازاریابی داخلی

۳) بازاریابی رابطه مند

۴) بازاریابی یکپارچه

۸- 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

۹- اولین مرحله خلق ارزش در مبحث بازاریابی چیست؟ (iranarze.ir)

(۱) خلق ارزش (۲) انتقال ارزش (۳) انتخاب ارزش (۴) برنامه ریزی برای آینده

۱۰- 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

۱۱- ایران عرضه کدام گروه ها تأثیر مستقیم (رو در رو) یا غیر مستقیمی بر نگرش ها یا رفتارهای یک فرد دارند؟ (iranarze.ir)

(۱) گروه مرجع (۲) گروه عضویت (۳) گروه های جاه طلب (۴) گروه های نا موافق

۱۲- 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

۱۳- مصرف کننده معمولا اغلب اطلاعات را از کدام منابع بدست می آورد؟ (iranarze.ir)

(۱) شخصی (۲) تجاری (۳) عمومی (۴) جمع خصوصی شامل دوستان

۱۴- 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

۱۵- در کدام یک از نقش های هفت گانه کاربران یا افراد دیگر چیزی را درخواست می کنند؟ (iranarze.ir)

(۱) تأثیر گذاران (۲) مراقبان (۳) آغازگران (۴) خریداران

۱۶- 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.

۱۷- اعتبار شرکت در گرو کدام یک از عوامل زیر نمی باشد؟ (iranarze.ir)

- (۱) ریسک و فرصت طلبی
(۲) تبحر شرکت
(۳) قابلیت اعتماد به شرکت
(۴) دوست داشتنی بودن شرکت

۱۸- 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 هریکس شامل گروهی از مشتریان یا مجموعه ای از نیازهای مشابه است.
(۴) بزرگترین بازار بالقوه را ایجاد می کند که کمترین هزینه را دارد.

۱۹- کدام یک از منابع تقسیم بندی بار مصرفی بر اساس سن متغیرها می باشد؟ (iranarze.ir)

- (۱) بخش بندی جغرافیایی
(۲) بخش بندی جمعیتی
(۳) بخش بندی روان نگاشتی
(۴) بخش بندی بر بنای رفتار

۲۰- 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

۲۱- آزمون مفهوم کالا به چه معناست؟ (iranarze.ir)

- (۱) به قیمت برنامه ریزی شده، راهبرد توزیع و بودجه بازاریابی سال اول اشاره می کند.
(۲) نوعی آزمون که به توصیف اندازه، ساختار و رفتار بازار هدف می پردازد.
(۳) آزمونی که در آن مدیریت با توجه به برآوردهای تهیه شده توسط واحدهای تحقیق و توسعه منابع مالی مورد انتظار در امور تجزیه و تحلیل قرار می دهد.

(۴) یعنی نشان دادن کالا به مصرف کنندگان مناسب مورد نظر و دریافت واکنش های آنها است، که می توان آن را به شکل فیزیکی نشان داد.

۲۲- {ا | یر ا ن عرضه} 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

۲۳- نگهداری کودک از کدام طبقه های آمیخته می باشد؟ (iranarze.ir)

- (۱) کالای صرفا ملموس
(۲) طبقات ترکیبی

۳) خدمات همراه یا کالاها و خدمات جزئی ۴) خدمات محض

۲۴- 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

۲۵- برخی خدمات پیشنهادی شرکت ها نظیر صبحانه مجانی به کدامیک از مهارت های بازاریابی اشاره دارد؟ (iranarze.ir)

۱) متمایز ساختن خدمات ۲) ایجاد اتحاد ظرفیت

۳) توسعه راهبردهای نام تجاری برای خدمات ۴) انتخاب عناصر نام تجاری

۲۶- 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

۲۷- در کدام نوع قیمت گذاری، قیمت خود را بر مبنای قیمت رقبا تعیین می کند؟ (iranarze.ir)

۱) قیمت گذاری از نوع مزایده ۲) قیمت گذاری براساس نرخ های جاری

۳) قیمت گذاری ارزش ادراکی ۴) قیمت گذاری بازده هدف

۲۸- 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.

۲۹- کدام گزینه از عوامل افزایش قیمت می باشد؟ (iranarze.ir)

۱) تقاضای کم محصول ۲) تقاضای بیش از حد محصول

۳) ظرفیت مازاد کارخانه ۴) وجود تورم رو به رشد در کشور.

۳۰- (تالیف سایت ایران عرضه) 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.

۳۱- (تهیه شده توسط ایران عرضه) کدام یک از گزینه های زیر نادرست است؟ (iranarze.ir)

- ۱) بازاریابی پست مستقیم مستلزم ارسال پیشنهاد بیانیه یادآوری کننده یا اقلامی دیگر به یک فرد است.
- ۲) بازاریاب های مستقیم با استفاده از فهرست های پستی شدیداً هدف گیری شده و برخی بخش های خاص هر ساله میلیون ها نامه تبلیغی به دیگر فروشندگان ارسال می کنند.
- ۳) پست مستقیم از اشتها خاصی برخوردار نیست و امکان اندازه گیری پاسخ ها را ندارد.
- ۴) پست مستقیم امکان انتخاب بازار هدف را فراهم می کند.

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

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

۳۳- بارزترین نقطه اشتراک بازاریابی هیجانی و ویروسی در چیست؟ (iranarze.ir)

- ۱) بازاریابی شوک آور
- ۲) ایجاد اشتها و معروفیت
- ۳) ارائه اطلاعات جدید و مناسب نام تجاری
- ۴) نمایان ساختن نام تجاری و ویژگی های آن از طریق ایجاد سر و صدای زیاد.

❖ فصل دوم: اقتصاد حمل و نقل تالیف ایران عرضه ۱۴۰۳

۱- کدام گزینه از جمله انگیزه های انتقال و جابجایی انسان در گذشته بوده اند؟ (iranarze.ir)

(۱) برخورد های نظامی

(۲) تغییرات آب و هوایی عصر یخچال ها

(۳) خشکسالی های متناوب

(۴) وقوع زلزله و آتشفشان های مخرب

☑ پاسخ سایت ایران عرضه: گزینه ۱ ← در توضیح علل و انگیزه های تاریخی حمل و نقل به عوامل بیشماری می توان اشاره کرد: مثلاً پدیده های طبیعی مانند تغییرات آب و هوایی عصر یخچال ها، خشکسالی های متناوب، خرابی های ناشی از سیلاب ها و طغیان آب های سطح زمین، وقوع زلزله و آتشفشان های مخرب هر یک در حد خود زندگی انسان های گذشته را پیوسته تهدید کرده و هر یک در نوع خود سبب انجام نقل و انتقالاتی شده اند. علاوه بر همه این انگیزه ها که دارای پی سازه های طبیعی است پاره ای پدیده های انسانی نیز مانند سفرهای علمی و اکتشافی، برخوردهای نظامی، فعالیت مسیونهای مذهبی و سفرهای حج از جمله انگیزه های انتقال و جابجایی انسان در گذشته بوده اند

۲- کدام گزینه از عوامل عمده جابجایی انسان به شمار نمی رود؟ (iranarze.ir)

(۱) توزیع ناهماهنگ منابع تولید

(۲) تفاوت های مکانی در سطح زمین

(۳) پراکندگی ناموزون سرزمین های قابل بهره برداری

(۴) افزایش مداوم جمعیت در سطح زمین

☑ پاسخ سایت ایران عرضه: گزینه ۲ ← انگیزه های اصلی و در عین حال قدیمی حمل و نقل انسان احتیاج و نیاز انسان ها بوده است. زیرا توزیع ناهماهنگ منابع تولید و پراکندگی ناموزون سرزمین های قابل بهره برداری و افزایش مداوم جمعیت در سطح زمین سه عامل عمده و شناخته شده در جابجایی انسان به شمار میروند این سه عامل عمده که در واقع نشانه ای از تفاوت های مکانی در سطح زمین می باشند در طول تاریخ مشوق اصلی نقل و انتقالات انسانی بوده و بنیانگذار مبادله و تجارت به شمار میروند.

۳- ابتدایی ترین شیوه حمل و نقل به چه شیوه ای بوده است؟ (iranarze.ir)

(۱) به وسیله چهارپایان

(۲) استفاده از ارابه ها

(۳) به وسیله انسان

(۴) هیچکدام

☑ پاسخ سایت ایران عرضه: گزینه ۳ ← ابتدایی ترین شیوه حمل و نقل باربری به وسیله انسان بوده، انسان در حرکت آهسته و کند خود نه تنها کالای مورد نیازش را از نقطه ای به نقطه دیگر انتقال داده بلکه نخستین انگیزه های پویایی او در شناخت مکان های مختلف و بهره برداری از آنها نیز به وسیله راهپیمایی تکامل یافته است. آثار این نوع نقل و انتقال را اگرچه امروز خیلی به ندرت در کشورهای توسعه یافته جهان می توان دید ولی بر حسب ضرورت هایی هنوز بخش مهمی از باربری کشورهای فقیر و در حال توسعه جهان به وسیله انسان انجام می گیرد.

- ۴ - از قرن ۱۵ تا اواسط قرن ۱۸ که افکار مرکانتیلیستی اساس سیاست اقتصادی دولت های اروپایی بود، قدیمی ترین و ساده ترین وسیله حمل و نقل کالاهای حجیم و سنگین بوده است. (iranarze.ir)
- (۱) حمل و نقل ریلی
(۲) حمل و نقل زمینی
(۳) حمل و نقل دریایی
(۴) گزینه ۱ و ۲
- ۵- توسعه اقتصادی سرزمین های پست سیبری چه در قرن نوزدهم و چه در دوران سوسیالیسم نتیجه مستقیم چه چیزی بوده است؟ (iranarze.ir)
- (۱) تبعید برده ها به سیبری و استفاده از آنها به عنوان نیروی کار
(۲) فراهم شدن امکان تردد از طریق حمل و نقل دریایی
(۳) حضور استعمارگران برای مواد خام و اولیه لازم برای تولیدات
(۴) احداث راه آهن سراسری سیبری
- ۶- تمام گزینه ها بیانگر عقیده و نظریات اوهلین است به جز گزینه ... (iranarze.ir)
- (۱) تفاوت های مکانی عامل بسیار مهمی در ساخت تفاوت های مکانی هزینه های فرصت است و از اینرو نقش بسیار موثری در توسعه روابط مکمل بین مکان ها دارد.
(۲) کارکردهای تولید که حاصل تفاوت های آشکار مکان ها در استعدادهای بالقوه است اثر مشابه در انگیزه به وجود آوردن تجارت دارند.
(۳) مکمل بودن نتیجه عملکرد تفاوت های طبیعی و فرهنگی نواحی و تخصص مکانی فعالیت های اقتصادی است.
(۴) مکمل بودن بین مکان ها بیشتر از تفاوت مکانی تقاضا متأثر می شود تا عرضه.
- ۷ - هرچه بر میزان هزینه های فاصله که در نوع خود شامل موارد متعددی است، افزوده شود، چه اتفاقی رخ خواهد داد؟
- (۱) هزینه های فیزیکی و زمانی دستخوش تغییراتی برای مناسب سازی کنش متقابل میشود
(۲) کنش متقابل میان مکان تولید و مکان های مصرف کاهش خواهد یافت.
(۳) با توجه به تغییرات کنش متقابل تولید و مصرف، مبادله با تاخیر و در برخی موارد با تعلیق مواجه میگردد
(۴) مکان تولید اقدام به تولید موردی مشابه با قیمت و کیفیت کمتر برای حفظ کنش متقابل مینماید
- ۸- کاربرد مدل جاذبه در علوم اجتماعی برای نخستین بار توسط چه کسی تکوین منطقی یافت؟ (iranarze.ir)
- (۱) راونستین (۲) استوارت (۳) زیپف (۴) کاری
- ۹- در ارتباط با موضوع فاصله و کنش متقابل در کاربرد مدل جاذبه، کدام گزینه نادرست میباشد؟ (iranarze.ir)
- (۱) کاهش نقل انتقالات بین نقاطی که فواصل میان آنها افزوده می شود رابطه مستقیمی با کاهش احتمالی متغیرهای مطلوب تر دارد.

۲) افزایش هزینه های تولید ناشی از عملکرد استهلاک فاصله است که در واقع به کاهش کنش متقابل میان موقعیت های مسافت دور می انجامد

۳) ماهیت عملکرد استهلاک فاصله در انواع گوناگون پدیده های حرکتی موضوع قابل توجهی برای تحقیقات تجربی بوده است.

۴) شکل حرکت روزانه روزنامه ها که از مادر-شهر به طرف مراکز جمعیت انجام می گیرد نشان دهنده یکی از مشخص ترین انواع تاثیر فاصله بر کنش متقابل است.

۱۰- مقدار دلالت می کند بر اینکه نرخ کنش متقابل خواهد بود ولو اینکه مجموعه شرایط دیگر یکسان باشد. (iranarze.ir)

۱) توان فاصله - نزولی

۲) توان فاصله - صعودی

۳) ضریب همبستگی - نزولی

۴) ضریب همبستگی - صعودی

۱۱- آنگاه که مشتریان حمل و نقل قیمت های یک عامل حمل و نقل را با قیمت های سایر عاملین که معمولاً با هم رقابت قرار دارند مورد مقایسه قرار می دهند کدام عامل به عنوان عمده ترین ملاک مقایسه و ارزیابی مورد آزمون قرار می گیرد؟

۱) قیمت

۲) درآمد

۳) زمان

۴) همه موارد

۱۲- کشش تقاضا نسبت به قیمت چه زمانی مطرح است؟ (iranarze.ir)

۱) مشتریان جدیدی وارد بازار شوند.

۲) عرضه کنندگان جدیدی وارد بازار شوند.

۳) بازار رقابتی میان مشتریان به وجود آید.

۴) بازار رقابتی میان عرضه کنندگان ایجاد شود.

۱۳- در چه صورت کشش تقاضای حمل و نقل بیشتر خواهد شد و درصد تغییر در مقدار تقاضا بیشتر از درصد تغییر در قیمتها خواهد بود؟ (iranarze.ir)

۱) زمان کافی و قیمت های مناسب برای مسیرهای معینی فراهم شود.

۲) درآمد کافی و جانشین های مناسب برای مسیرهای معینی فراهم شود.

۳) تقاضای کافی و زمان مناسب برای مسیرهای معینی فراهم شود.

۴) زمان کافی و جانشینی های مناسب برای مسیرهای معینی فراهم شود.

۱۴- با توجه به مبحث روش اندازه گیری کشش قیمت، کدام گزینه درست است؟ (iranarze.ir)

۱) اگر در سیاست قیمت گذاری یک بنگاه حمل و نقل، کشش تقاضا به کار گرفته شده باشد، مقیاس تغییر در حجم تقاضا ناچیز خواهد بود.

۲) یک مورد اساسی در استفاده از کشش تقاضا در مراحل تصمیم گیری، پیش بینی تغییرات قیمت ناشی از تغییرات طرح ریزی شده در مقدار میباشد.

۳) مقیاس تغییر در حجم تقاضا از تقسیم کردن تغییرات متناسب قیمت به تغییرات متناسب تقاضا به دست می آید

۴) کشش تقاضا در کوتاه مدت غالباً زیاد و پر کشش است زیرا وضعیت عرضه کنندگان و تقاضا کنندگان در چنین حالتی متغیر فرض می شود

۱۵- کدامیک از موارد زیر نادرست میباشد؟ (iranarze.ir)

۱) زمان از جمله عواملی است که بر سطح تقاضای حمل و نقل اثر دارد و کشش تقاضا را تغییر می دهد.

۲) از جمله عوامل دیگر که موجب تغییر کشش قیمتی تقاضا میشوند، تورم است که میتواند در طولانی تر شدن دوره افزایش قیمت ها موثر باشد.

۳) سرمایه گذاری زیر بنای افزایش خدمات و فراوانی عرضه است عملاً افزایش تقاضا را فراهم میکند.

۴) انتظار می رود که استفاده کنندگان حمل و نقل شهری در مقابل یک افزایش قیمت ناگهانی در کوتاه مدت واکنش شدید نشان دهند

۱۶- کدام گزینه درباره حمل و نقل نادرست است؟ (iranarze.ir)

۱) با افزایش بهره برداری طول مسیر، مقدار تولید افزایش میابد

۲) نوعی تولید است که در یک فرایند فضایی شکل یافته است

۳) در مقایسه با برخی از تولیدات اقتصادی، قابل ذخیره است

۴) تولید آن نسبت به مقیاس دارای بازده صعودی است

۱۷- کدام یک از موارد زیر را میتوان به عنوان معادلی برای هزینه های جاری یا متغیر در حمل و نقل استفاده کرد؟

۱) هزینه های اضافی ۲) هزینه های سر بار ۳) هزینه های مکمل ۴) هزینه های دست اول

۱۸- اگر حقوق یا دستمزد رانندگان و خدمه بر مبنای یک قرارداد دراز مدت طراحی شود، جز کدام نوع از هزینه ها به حساب خواهد آمد؟ (iranarze.ir)

۱) هزینه های مشترک ۲) هزینه های متغیر ۳) هزینه های ثابت ۴) هیچ کدام

۱۹- وجه مشخصه هزینه های راه آهن و راه آبی چیست؟ (iranarze.ir)

۱) ازدیاد هزینه های انتهایی و افزایش تدریجی هزینه های طول مسیر.

۲) ازدیاد هزینه های انتهایی و کاهش تدریجی هزینه های طول مسیر.

۳) کاهش هزینه های انتهایی و افزایش تدریجی هزینه های طول مسیر.

۴) کاهش هزینه های انتهایی و کاهش تدریجی هزینه های طول مسیر.

۲۰- در ترافیک خط آهن آن قسمت از بازده سرمایه که باید به عنوان بهره خطوط پرداخت شود چه نوع هزینه ای دارد؟

۱) هزینه ثابت ۲) هزینه مشترک ۳) هزینه متغیر ۴) هزینه دست اول

۲۱- هرگاه هزینه های جانبی و مخارج استفاده از تاسیسات زیربنای حمل و نقل به طور مستقیم تامین نمیشود، می تواند هزینه منابع و برخی هزینه های مربوط به زیرساخت حمل و نقل را بپوشاند. (iranarze.ir)

۱) مالیات بر سوخت ۲) عوارض سالانه ۳) مالیات بر عوارض ۴) عوارض حمل کالا

۲۲- عبارت زیر در ارتباط با کدام یک از موارد ذکر شده در زیر میباشد؟ (iranarze.ir)

«در صورت ورود شرکت های جدید به بازار نیز، منافع شرکت های قبلی کمتر توسط تازه واردین مختل می شود و تاثیری بر روی رقابت و استراتژی آنها ندارد.» (iranarze.ir)

۱) حمل و نقل بازارهای رقابت کامل ۲) حمل و نقل بازارهای رقابت ناقص

۳) حمل و نقل بازارهای انحصاری چندگانه ۴) حمل و نقل بازارهای انحصاری

۲۳- با توجه به شرایط لازم برای اعمال سیاست تبعیض قیمت ها، کدام گزینه درباره شرط انحصاری بودن بازار حمل و نقل درست می باشد؟ (iranarze.ir)

۱) روشی در سیاست اعمال تبعیض قیمت گذاری بر اساس تقسیم بازارهاست. بازارها را می توان بر حسب طبقات هزینه ای به بخش های مختلف چندی تقسیم کرد.

۲) مبلغ کمتر یا بیشتر از قیمت بازار است که مصرف کنندگان تمایل دارند برای دسترسی به تسهیلات بیشتر کرایه بالاتری را پرداخت نمایند.

۳) یکی از عواملی که نرخ های حمل و نقل را متمایز می کند.

۴) در شرایط بازار رقابتی کامل عرضه کنندگان و مصرف کنندگان به راحتی می توانند به بازار وارد شوند و یا از آن خارج شوند.

۲۴- در روند تغییرات نرخ حمل و نقل، علت آنکه برای کالاهایی که دارای ارزش واحدی کمتری هستند، نرخ پایین تری در نظر گرفته میشود چیست؟ (iranarze.ir)

۱) کالاهای گران قیمت معمولاً ظرفیت پذیرش هزینه های کامل خدماتی و هزینه ثابت را دارند ولی کالاهایی با ارزش واحدی کمتر به ندرت میتوانند هزینه های زیاد را تقبل کنند

۲) کالاهای با ارزش واحد پایینتر در مقایسه با کالاهای با ارزش واحد بالاتر، قابلیت بیشتری در پذیرش هزینه های حمل و نقل دارند

۳) اثر هزینه های ثابت در نرخ گذاری برای کالایی با ارزش پایینتر قابل چشم پوشی میباشد که از این رو منجر به کم بودن نرخ حمل و نقل میشود

۴) گزینه ۱ و ۲

۲۵- چگونه می توان هم کشش تقاضا هم کشش قیمت و هم تراکم ترافیک را به بهترین وجه منظم تنظیم کرد و قدرت نفوذ در بازار را به طریق استفاده از فرآیند های مشابه افزایش داد؟ (iranarze.ir)

۱) نظام قیمت گذاری بر پایه هزینه نهایی ۲) تطابق فضایی عرضه و تقاضای حمل و نقل

۳) قیمت گذاری در حمل و نقل ۴) استفاده از تبعیض قیمت

۲۶- علت اینکه قیمت گذاری به روش سفرهای مقطعی، از دید مجریان حمل و نقل روش موفق محسوب نمیشود چیست؟

۱) این روش از نظر سیاست گذاری کمتر انعطاف پذیر است

۲) حدود اختیارات متصدی حمل و نقل برای تنوع بخشیدن به نرخ کرایه ها نامحدود میباشد

۳) در روش قیمت گذاری مقطعی کرایه ها در مقادیر تعیین شده متغیر است و متغیر فاصله بر آن نقشی موثری دارد

۴) هر سه گزینه

۲۷- افزایش تداوم اقتصادی در بخش حمل و نقل، سخت نیازمند تشکیل یک است.

۱) بازار بین المللی ۲) بازار ملی ۳) بازار رقابتی ۴) بازار خصوصی

۲۸- وقتی شرکت دارای ظرفیت بالایی است، قیمت گذاری بر پایه کدام هزینه ها دارای کارایی بیشتری خواهد بود؟

۱) هزینه های ثابت کوتاه مدت ۲) هزینه نهایی کوتاه مدت

۳) هزینه متغیر کوتاه مدت ۴) هزینه های اسمی کوتاه مدت

۲۹- کدام یک از انواع سرمایه مستقیماً موجب افزایش تولید می گردند؟ (iranarze.ir)

۱) سرمایه های ثابت اقتصادی ۲) سرمایه های ثابت اجتماعی

۳) سرمایه های مولد اقتصادی ۴) سرمایه های مولد اجتماعی

۳۰- چرا در کشورهای در حال توسعه، رشد متوازن در سرمایه گذاری های مستقیم اقتصادی و سرمایه گذاری های ثابت اجتماعی ممکن نیست؟ (iranarze.ir)

۱) زیرا سرمایه گذاری در فعالیت های تولیدی تحت تاثیر مستقیم تغییرات مصرف است

۲) زیرا سرمایه گذاری در فعالیت های تولیدی تحت تاثیر غیر مستقیم تغییرات مصرف است

۳) زیرا سرمایه گذاری در فعالیت های تولیدی تحت تاثیر مستقیم تغییرات تولید است

۴) زیرا سرمایه گذاری در فعالیت های تولیدی تحت تاثیر غیر مستقیم تغییرات تولید است

۳۱- مجاری حرکتی بالقوه ای هستند که در جهت کنش های متقابل شکل گرفته سازمان یافته اند.

۱) نقاط ۲) راه ها ۳) حمل و نقل ۴) کنش های متقابل

۳۲- کدام گزینه بیانگر یکی از عمده ترین کارکردهای راه است؟ (iranarze.ir)

۱) ایجاد هماهنگی در حرکات و کنش هایی است که دارای زمین های حرکتی مختلفی هستند.

۲) کمک موثری به کارایی و سودمند ساختن حرکات از طریق جهت دادن به آنهاست.

۳) فعالیت های مختلف را در یک نظام ارتباطی جامع به هم مرتبط می سازد.

۴) عامل عمده در توسعه فزاینده استفاده از فضا به شمار میروند.

۳۳- کدام گزینه بیانگر نقش راه های ارتباطی در شهرها است؟ (iranarze.ir)

- ۱) سازماندهی و توزیع فضایی فعالیت های تجاری، زراعی، صنعتی و فرهنگی شهرها
- ۲) نقل و انتقال روزانه کالا و انسان و انسان و تاثیرگذاری بر شکل و بافت شهرها
- ۳) تاثیرگذاری در شکل گیری و بافت راه های بین شهری و نقل و انتقال روزانه کالا و انسان
- ۴) گزینه ۱ و ۲

