



کد محصول
ES2072



آخرین بروزرسانی
۶ آبان ۱۴۰۵

سوالات استخدامی

هلدینگ خدمات جامع گروه انتخاب

- ✓ مطابق با منابع اعلام شده در آزمون استخدامی ۱۴۰۵
- ✓ نسخه رایگان شامل ۱۶۰ سوال (تعداد کمتر و تنها برخی دارای پاسخ)
- ✓ برای تهیه نسخه اصلی، با ۱۰۱ سوال به همراه پاسخنامه تشریحی، به سایت ایران عرضه مراجعه نمایید.



لینک های مفید آزمون استخدامی هلدینگ خدمات جامع گروه انتخاب

خرید این محصول	اخبار آزمون
شبکه های اجتماعی ایران عرضه (فایل های رایگان + تخفیفات هفتگی + اخبار)	
(برای مشاهده هر بخش روی آن بزنید )	
آخرین بروزرسانی های محصول: ۱۴۰۵/۰۸/۰۶ تالیف مجدد محصول	

فهرست مطالب

❖ فصل اول: سوالات مدیریت رفتار سازمانی تألیف ایران عرضه - صفحه ۴ (۲۰ سوال)

❖ فصل دوم: سوالات مبانی بازاریابی تألیف ایران عرضه - صفحه ۸

◀ بخش اول: اصول و مبانی مدیریت بازاریابی (۱۰ سوال)

◀ بخش دوم: اصول بازاریابی (۱۰ سوال)



در هر بخش، تنها ۲ 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 مدیریت رفتار سازمانی تالیف ایران عرضه

۱- "اشنایدر" رفتار سازمانی را چگونه توصیف می کند؟

(۱) فرایندی در جهت تغییر به سوی نتایج مثبت

(۲) فرایندی که بر مبنای رابطه علت و معلول استوار است

(۳) امتزاج مطالعات فردی، گروهی، سازمانی

(۴) همکاری کارکنان و رابطه مسالمت آمیز با مدیران

❑ پاسخ سایت ایران عرضه: گزینه ۳ «اشنایدر» رفتار سازمانی را به عنوان امتزاج مطالعات فردی، گروهی، و سازمانی که شروع آن به سال ۱۹۷۹ میرسد و همچنین توجه به روند آتی آن مفید به نظر می رسد. بر اساس تحقیقات جدید چشم اندازهای تازه ای از نظریات دانشمندان، درباره پدیده سازمان می داند که از روان شناسی صنعتی - سازمانی و تئوریهای سازمان و مدیریت با منشأ روان شناسی اجتماعی روان سنجی جامعه شناسی (کار سازمانی و حرفه ای) و مدیریت پوپول مرجع دانشگاه و مدرسه (علمی، روابط انسانی) نشأت گرفته است.

۲- مطابق تقسیم بندی باری استاو، بخش خرد رفتار سازمانی ریشه در چه چیزی دارد؟ ایران عرضه

(۱) علوم شناسی (۲) جامعه شناسی (۳) اقتصاد (۴) روان شناسی

❑ پاسخ سایت ایران عرضه: گزینه ۴ «باری استاو، رفتار سازمانی را به دو بخش تقسیم میکند:

۱- بخش خرد که ریشه در روانشناسی دارد و محققان این بخش تمایل به تئوریهای محدودتر و موضوعهای تحقیق کاربردی دارند.

۲- بخش کلان که ریشه در جامعه شناسی علوم سیاسی و اقتصاد دارد و محققان این بخش به دلیل ویژگیهای خاص این بخش به تئوریهای وسیع و تحقیقات تجویزی و تجربی که کاربردی نیست، علاقه مندند.

۳- به عقیده تولمن و همکارانش رفتار توسط چه چیزی تعریف می شود؟

(۱) شناخت (۲) گرایش اجتماعی (۳) آموزه های فرهنگی (۴) ارزش ها

۴- مکتب رفتارگرایی نوین با کار چه کسی شروع شد؟

(۱) تولمن (۲) جان واستون (۳) اسکینر (۴) آلبرت باندورا

۵- علت معرفی چارچوب های شناختی و رفتار گرایی به طور مجزا چیست؟

(۱) درک بهتر اختلاف فرهنگی (۲) درک بهتر پدیده پیچیده رفتار انسانی

(۳) رسیدن به نحوه ایجاد اختلاف طبقاتی (۴) ایجاد گرایش یادگیری اجتماعی

۶- در بررسی تفاوت بین مدیران و رهبران، به عقیده بنیس برای بقا در قرن ۲۱ به چه چیزی نیازمندیم؟

(۱) نسل جدیدی از رهبران (۲) نسل جدیدی از مدیران

(۳) تحولات اجتماعی عظیم (۴) تغییر اصول مدیریتی

۷- عبارت است از تاثیر گذاشتن بر افراد، جهت وادار نمودن آنها به کوششی دلخواه به سمت هدف های گروهی.

(۱) مدیریت (۲) هدایت (۳) رهبری (۴) سازماندهی

۸- تئوری های اولیه یونان باستان، مفهوم تئوری ابر مرد را چگونه بیان میکند؟

(۱) این تئوری به لازمه قدرت در رهبری اشاره دارد.

(۲) این تئوری یک نگرش واقعی به خصوصیات فردی رهبری است.

(۳) بر اساس این تئوری خصوصیات رهبری آموختنی است.

(۴) در این نظریه انسان ها یا با خصوصیات رهبری به دنیا می آیند یا بدون آنها

۹- کاتر به کدام یک از مهارت های زیر برای توصیف ویژگی رهبران اشاره می کند؟

(۱) مهارت های فنی، ادراکی و انسانی (۲) مهارت های خلاقیت

(۳) مهارت های سازماندهی و سیاستمداری (۴) دانش شغلی

۱۰- کدام یک از گزینه های زیر معتقد است که رهبر بیشتر مزایا و پاداش برای پیروان خود فراهم می کند تا ناراحتی و هزینه؟

(۱) تئوری ابر مرد (۲) تئوری مبادله

(۳) تئوری اقتضایی رهبری (۴) تئوری مسیر صرف رهبری

۱۱- مدل پیوند زوجی عمودی در ارتباط با کدام یک از تئوری های رهبری است؟ - طراحی شده توسط ایران عرضه -

(۱) تئوری ابر مرد (۲) تئوری اقتضایی رهبری

(۳) تئوری مسیر هدف رهبری (۴) تئوری مبادله رهبری

۱۲- کدامیک از ابعاد تعریف شده فیدلر در مورد مطلوبیت وضعیت رهبری نمی باشد؟

(۱) رابطه رهبر- عضو (۲) ساختار وظیفه

(۳) ویژگی های ذاتی رهبر (۴) قدرت مقام رهبر

۱۳- علت اینکه تئوری مسیر - هدف با تئوری انتظار انگیزش و مدل رهبری مطالعات اوهایو بستگی پیدا میکند، چیست؟

(۱) در مدل انتظار انگیزش افراد هنگامی که کارشان به نتیجه ارزشمندی منجر شود، از کار خود راضی هستند. و بر اساس

مدل اوهایو رهبران فرودستان خود را بر می انگیزند.

- (۲) در مدل انتظار انگیزش، وظیفه - مداری در حد بالا و رابطه - مداری در حد پایین می باشد و بر اساس مدل اوهایو مهمترین کار رهبر، تأمین کمبودهای هر وضعیت است
- (۳) در مدل انتظار انگیزش افراد هنگامی که کارشان به نتیجه ارزشمندی منجر شود، از کار خود راضی هستند و بر اساس مدل اوهایو مهمترین کار رهبر، تأمین کمبودهای هر وضعیت است.
- (۴) در مدل انتظار انگیزش، وظیفه - مداری در حد بالا و رابطه - مداری در حد پایین می باشد و بر اساس مدل اوهایو رهبران فرودستان خود را بر می انگیزند.

۱۴- بر اساس نظریه مسیر - هدف مهمترین کار رهبر چیست؟

- (۱) تأمین کمبودهای وضعیت (۲) هدایت کارکنان
- (۳) مشخص کردن هدف و برنامه ریزی (۴) افزایش بازدهی

۱۵- کدام گزینه از جانشینها یا خنثی کننده های رهبری نمی باشد؟

- (۱) خصوصیات کارکنان (۲) خصوصیات ذاتی رهبر
- (۳) وظیفه (۴) سازمان

۱۶- علت کاهش بهره وری شرکت های آمریکایی در مقایسه با شرکت های ژاپنی چه بود؟

- (۱) توجه فوق العاده ژاپنی ها به مدیریت منابع انسانی
- (۲) انتخاب سبک های مناسب رهبری
- (۳) پیروی از فنون جانشینی
- (۴) تعیین اهداف واقعی

۱۷- به گفته "رابرت تانن بام" عوامل مختلفی در انتخاب سبک رهبری مدیر دخالت دارد، کدام گزینه جز این عوامل نمی باشد؟

- (۱) نیروهایی که در مدیران وجود دارد. (۲) نیرو هایی که در نزد فرودستان وجود دارد.
- (۳) نیرو هایی که در وضعیت موجود وجود دارند. (۴) نیرو هایی که با فرد زائیده می شوند.

۱۸- کدام گزینه از انتقادات وارد به کار لیکرت، در طبقه بندی سبکهای اصلی وظیفه- مداری و کارمند-مداری می باشد؟

- (۱) اتکای بیش از حد او به پرسشنامه برای جمع آوری اطلاعات جهت تدوین تئوری
- (۲) اتکا به چندین معیار
- (۳) قرار دادن اهداف غیر واقعی
- (۴) نگرش سیستمی به مسئله مدیریت

۱۹- کدام دسته از مدیران زیر دستور صادر می کند اما فرودستان آزادی مختصری در اظهار نظر درباره آن دستور را دارند؟

- (۱) مدیران سیستم ۱ (۲) مدیران سیستم ۲

۳) مدیران سیستم ۳

۴) مدیران سیستم ۴

۲۰- چگونگی اثر وضعیت کار بر مدیر، به چه چیزی بستگی دارد؟

۱) نیروی مدیر ۲) وضعیت کارمندان ۳) تفکر مدیر ۴) بازدهی کار



❖ فصل دوم: سوالات مبانی بازاریابی تالیف ایران عرضه

◀ بخش اول: اصول و مبانی مدیریت بازاریابی

۱- CMO مخفف کدام پست در شرکت ها می باشد؟ (منبع ایران عرضه)

- (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- تعریف بازاریابی به طور خلاصه کدام است؟

- (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
(۳) بازاریابی
(۴) کاهش درصد سود
۴- همه موارد زیر از جمله وظایف مدیر ارشد بازاریابی می باشند به غیر از.....

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

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

(۱) نیاز شغف (۲) نیازهای مخفی (۳) نیازهای بیان نشده (۴) نیازهای واقعی

۶- مفهوم تولید بر چه پایه ای قرار دارد؟

(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.

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؟

(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؟

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

۱۰- منظور از رسالت سازمان چیست؟

(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

بخش دوم: اصول بازاریابی

۱- فرایندی که در آن شرکت با ایجاد ارزش برای مشتری و برقرار کردن رابطه مستحکم با او به طور متقابل از مشتری ارزش دریافت می‌کند را چه می‌نامند؟

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

❑ پاسخ سایت ایران عرضه: گزینه ۲ ➡ در تعریفی جامع تر، بازاریابی فرایندی اجتماعی و مدیریتی است که به وسیله آن، هر فرد نیازها و خواسته های خود را از طریق تبادل ارزش با دیگران برآورده می سازد. به زبانی ساده تر بازاریابی شامل ایجاد رابطه ای تبادلی و پر ارزش با مشتری ارزش است. بنابراین ما بازاریابی را بدین صورت تعریف می کنیم؛ بازاریابی فرایندی است که در آن شرکت برای مشتری ارزش ایجاد کرده و رابطه مستحکمی با او برقرار کند تا بتواند در عوض از مشتری ارزش دریافت کند.

۲- هدف از بازاریابی از نظر پیتر دراگر چیست؟

(۱) این است که فروش را به کار غیر ضروری تبدیل کند

(۲) این است که فروش را به کار ضروری تبدیل کند

(۳) فراهم کردن کالاها یا خدمات برای برآورده ساختن نیازهای مصرف کنندگان

(۴) این است که بازاریابی، یک فرایند مدیریتی و اجتماعی شود که به وسیله آن، تیم ها، گروه ها، سازمان ها و افراد از طریق تولید، عرضه و مبادله کالا و خدمات با یکدیگر، به تأمین نیازها و خواسته های خود اقدام می کنند.

❑ پاسخ سایت ایران عرضه: گزینه ۱ ➡ در واقع آنطور که پدر مدیریت یعنی پیتر دراگر می گوید: "هدف بازاریابی این است که فروش را به کاری غیر ضروری تبدیل کنند". فروش و تبلیغات، تنها بخشی از مجموعه ای بزرگتر با نام آمیخته بازاریابی است

۳- اساسی ترین اصل بازاریابی چیست؟ (منبع ایران عرضه)

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

(۳) استراتژی بازاریابی (۴) نیازهای انسانی

۴- ترکیبی از محصولات، خدمات، اطلاعات و یا تخصص هایی که برای رفع نیاز یا خواسته ای به بازار عرضه می شود را چه می نامند؟

(۱) پیشنهاد بازاریابی (۲) خواست (۳) استراتژی بازاریابی (۴) آمیخته ی بازاریابی

۵- به مجموعه ای از خریداران بالقوه و بالفعل یک کالا گفته می شود؟

(۱) مشتریان هدف (۲) مصرف کننده (۳) بازاربان (۴) بازار

۶- به مجموعه مزیت ها و ارزش هایی که شرکت به مشتری وعده داده تا نیازهای او را مرتفع سازد چه گفته می شود؟

(۱) رویکرد تولید (۲) طرح ارزش (۳) بازار هدف (۴) ارزش هدفمند

۷- در کدام یک از رویکردهای زیر مصرف کنندگان تنها در صورتی محصولات شرکت را به میزان کافی خریداری می‌کنند که شرکت در زمینه معرفی و فروش زیاد تلاش کند؟

(۱) رویکرد فروش (۲) رویکرد بازاریابی

(۳) رویکرد محصول (۴) رویکرد تولید

۸- کدام یک از موارد زیر از موضوعات اساسی در خط مشی بازاریابی اجتماعی محسوب نمی‌شود؟

(۱) منفعت شرکت (۲) فروش حداکثری و بیشتر از رقبا

(۳) خواسته‌های مشتری (۴) مصلحت جامعه

۹- مقداری از میزان کارایی درک شده محصول که با انتظارات مشتری تطابق دارد.

(۱) برآورد مشتری (۲) کارایی محصول

(۳) رضایتمندی مشتری (۴) محصول هدف

۱۰- فروش به روش یکسان به هر مشتری که خریدار است را چه می‌گویند؟

(۱) بازاریابی انبوه (۲) بازاریابی فراگیر

(۳) روش ارتباط بی‌واسطه (۴) روش برقراری ارتباطی دراز مدت

