



نمونه سؤالات:

بازاریاب

کد استاندارد: ۲۰۰۲۰۱۰۰۰۱۰۴۵۰۰۳۳۲۲۳

معاونت پژوهش، برنامه ریزی و سنجش مهارت

دفتر سنجش مهارت و صلاحیت حرفه ای

۱-وظیفه بازاریابی در حالت متزلزل کدام گزینه زیر می باشد؟

الف- توسعه تقاضا

ب- معکوس کردن تقاضا

ج- ایجاد تقاضا

د- رون دادن تقاضا

۲-شرکت هایی که فعالیت خود را بر پایه این فلسفه بنا نهاده اند بر این اصل معتقدند که مصرف کنندگان کالایی را می خردند که بهترین کیفیت، عملکرد و شکل را دارا باشد.

الف- فلسفه فروش

ب- فلسفه کالا

ج- فلسفه بازاریابی

د- فلسفه بازاریابی اجتماعی

۳-قدیمی ترین فلسفه بازاریابی کدام است؟

الف- فلسفه فروش

ب- فلسفه کالا

ج- فلسفه بازاریابی

د- فلسفه بازاریابی اجتماعی

۴-به حالتی اطلاق می شود که دو یا چند فروشنده تقاضای انبوه خریدار را ارضا می کنند.

الف- بازار رقابت انحصاری

ب- بازار رقابت کامل

ج- بازار انحصار کامل

د- بازار انحصار چندجانبه

۵-کدام گزینه جزء رایج ترین نوع تقسیم بازار می باشد؟

الف- تقسیم جغرافیایی

ب- تقسیم جمعیتی

ج- تقسیم روانی

د- تقسیم رفتاری

۶-در تقسیم بندی بازار، استفاده از استراتژی بازاریابی یکسان برای کدام یک از محصولات زیر مناسب است؟

الف- آهن آلات

ب- مواد غذایی

ج- وسائل نقلیه

د- یخچال و فریزر

۷-افراد در بازار به دنبال خرید چه کالا و کالاهایی هستند، یعنی موضوع خرید آنها چیست؟

الف - occupants

ب - organizations

ج - objects

د - operations

۸- این نوع بازاریابی دلیرانه ترین نوع بازاریابی است؟

الف - بازاریابی واکنشی

ب - بازاریابی پیش بین

ج - بازاریابی متمرکز

د - بازاریابی نیاز آفرین

۹- برترین و بالاترین نوع نیاز در سلسله مراتب نیاز در بازارهای توسعه یافته کدام گزینه زیر است؟

الف - نیازهای تامین امنیت

ب - نیاز اجتماعی

ج - نیاز قدر و منزلت

د - نیازهای خودشکوفایی

۱۰- سن و مرحله زندگی جزء کدام یک از عوامل موثر در رفتار مصرف کننده می باشد؟

الف - عوامل روانی

ب - عوامل شخصی

ج - عوامل اجتماعی

د - عوامل فرهنگی

۱۱- یکی از مهم ترین معیارهای سنجش و اندازه گیری کمی است که وضعیت یک موسسه را سبب به رقبا نشان می دهد و از آن می توان برای اندازه گیری میزان موفقیت یا شکست موسسات به خوبی استفاده نمود.

الف - تقاضا

ب - سهم بازار

ج - ویژگی های جمعیتی بازار

د - وضعیت رقبا

۱۲- کدام یک از مدل های پیش بینی زیر جزء مدل های کمی می باشد؟

الف - مدل پیش بینی میانگین متحرک موزون

ب - مدل دلفی

ج - مدل بررسی قصد خریداران

د - مدل تست بازار

۱۳- کدام گزینه عبارت است از یک روش سیستماتیک که از طریق آن سامان تلاش می کند تا آینده خود را تحت کنترل در بیاورد؟

الف - کنترل

ب - رهبری

ج - برنامه ریزی

د - استراتژی

۱۴- کدام گزینه از جمله گام های اساسی در برنامه ریزی می باشد؟

الف- تحلیل موقعیت ها و جریانات

ب- تعیین منابع مالی

ج- توسعه استراتژی انسانی

د- تحلیل محتوی

۱۵- کدامیک از گزینه های زیر در زمره علل و عوامل عمده ای است که پیاده کردن برنامه بازاریابی را با مشکل مواجه می سازد؟

الف- مقاومت مصنوعی انسان ها در مقابل تغییر

ب- دخالت کمتر مدیران مسئول اجرایی

ج- وجود برنامه مشخص برای اجرا

د- اولویت بندی درست اهداف به لحاظ زمانی

۱۶- این محیط شامل افراد و عواملی می شود که مستقیماً در تولید، توزیع و پیشبرد فروش محصولات درگیر هستند؟

الف- محیط قانونی

ب- محیط اقتصادی

ج- محیط کار

د- محیط فرهنگی

۱۷- از این تکنیک عمدتاً تا زمانی استفاده می شود که فرد به دلیل محدودیت های شخصی، فرهنگی، اجتماعی و یا قانونی نتواند

عقاید خود را به طور روشن بیان نماید.

الف- تکنیک تداعی عکس ها

ب- تکنیک ارتباط

ج- تکنیک تکمیل

د- تکنیک تشریح

۱۸- کدام یک از سیستم های زیر به عنوان سیستم های پشتیبانی کننده تصمیمات بازاریابی قلمداد می شود؟

الف- سیستم های اطلاعاتی متمرکز

ب- سیستم های اطلاعاتی غیر متمرکز

ج- سیستم های سازمانی بازاریابی

د- سیستم های برنامه ریزی بازاریابی

۱۹- کدام استراتژی برای بازارهای در حال رشد موثر است؟

الف- نفوذ در بازار

ب- توسعه بازار

ج- توسعه محصول

د- تنوع

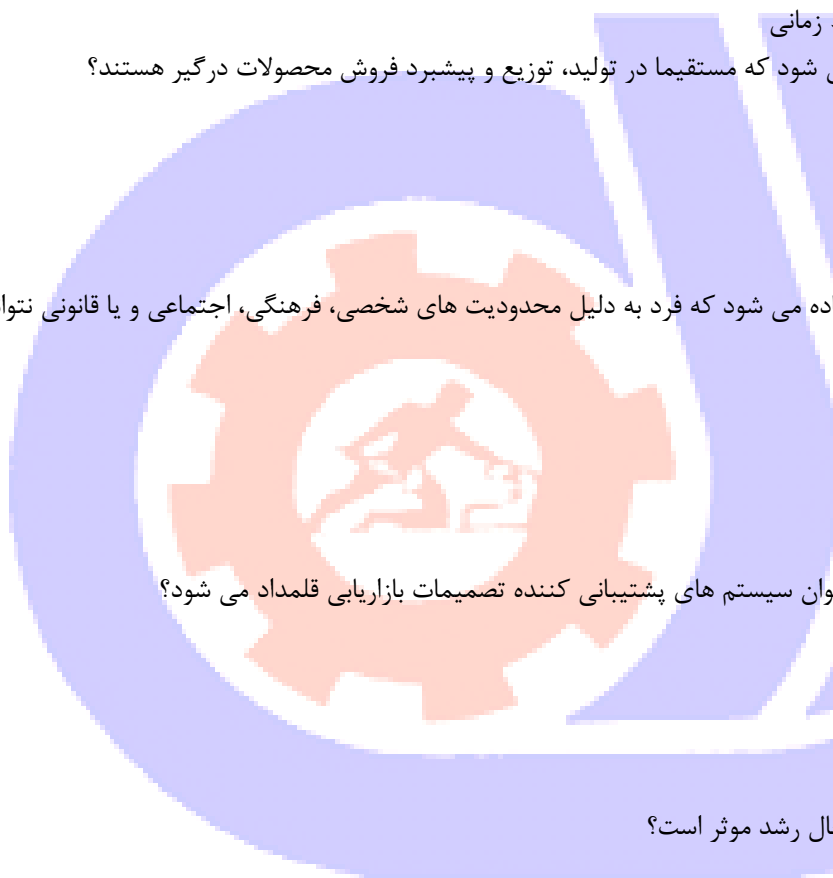
۲۰- به واحدی اطلاق می شود که سهم نسبی بازار آن پایین ولی نرخ رد صنعت مربوطه اش بالا باشد؟

الف- ستاره

ب- گاو شیرده

ج- علامت سوال

د- سگ



۲۱- کدام یک از مدل های زیر برای موسسات کوچک هم کارایی لازم را دارد و قابل استفاده در آنها می باشد؟

الف- مدل جنرال الکترونیک

ب- مدل گروه مشاوران بوستون

ج- مدل استراتژی عمومی پورتر

د- مدل موقعیتی محصول- بازار

۲۲- در کدام یک از تست های زیر از غرفه های متعلق به موسسات تحقیقاتی استفاده می شود؟

الف- تست بازاریابی استاندارد

ب- تست بازاریابی نهایی

ج- تست بازاریابی نظارت شده

د- تست بازاریابی انگیزشی

۲۳- با توجه به گستردگی مفهوم بازاریابی و حیطه فعالیت های آن، به جای بازاریابی از چه واژه ای می توان استفاده کرد؟

الف- مدیریت محصول

ب- مدیریت فروش

ج- مدیریت بازار

د- مدیریت مشتری

۲۴- تقسیم بندی بازارها به سه نوع صنعتی، دولتی و واسطه چه عامل و دیدگاهی است؟

الف- فعالیت

ب- اقتصادی

ج- منفعت

د- سازمانی

۲۵- کدام گزینه زیر از متغیرهای مورد استفاده در تقسیم بندی رفتاری بازار است؟

الف- خصوصیات شخصیتی

ب- میزان مصرف

ج- طبقه اجتماعی

د- سبک زندگی

۲۶- طبق سلسله مراتب نیازهای مازلو، در بازارهای نیمه توسعه یافته اکثر افراد در چه مرحله ای از نیازها هستند؟

الف- نیازهای خودیابی

ب- نیازهای اجتماعی و تعلق خاطر

ج- نیازهای مادی

د- نیازهای ایمنی

۲۷- کدام گزینه از معایب روش استفاده از نقطه نظرات فروشندگان به عنوان یکی از روش های کیفی پیش بینی فروش است؟

الف- نداشتن فرصت کافی برای انجام دقیق تر برآورد

ب- ارائه پیش بینی با جزییات بیشتر

ج- تلاش بیشتر فروشندگان برای رسیدن به میزان فروش پیش بینی شده توسط خودشان

د- پیش بینی دقیق تر به دلیل آشنایی بیشتر فروشندگان با خریداران

۲۸- کدام گزینه در مورد سلسله مراتب اهداف یک شرکت صحیح است؟

الف- اهداف بازاریابی - اهداف اصلی و حرفه ای - استراتژی بازاریابی
ب- رسالت - اهداف بازاریابی - اهداف اصلی و حرفه ای
ج- رسالت - اهداف اصلی - اهداف بازاریابی - استراتژی بازاریابی
د- رسالت - اهداف اصلی - استراتژی بازاریابی - اهداف بازاریابی

۲۹- در فرآیند برنامه ریزی استراتژیک، سطحی از سازمان که کار اصلی آن تهیه و تنظیم برنامه های استراتژیک برای واحدهای متعلق به خود است چه نام دارد؟

الف- مدیریت واحدهای خودگردان

ب- مدیریت قسمت ها

ج- مدیریت محصول

د- مدیریت کلان

۳۰- دو عامل تبلیغات و ترویج فروش جزء کدام یک از عناصر آمیخته های بازاریابی برای خدمات هستند؟

الف- محصول

ب- قیمت

ج- پیشرفت

د- توزیع

۳۱- نوعی از رقابت که موسسه همه موسساتی را که به دنبال کسب نقدینگی مشتریان مشابه هستند را رقیب خود در نظر می گیرد، چه نامیده می شود؟

الف- رقابت مارک

ب- رقابت صنعت

ج- رقابت فرم

د- رقابت عمومی

۳۲- در کدام یک از انواع تحقیق، پژوهشگر به دنبال یک سری اطلاعات اولیه است که با استفاده از آنها بتواند مشکل پیش آمده را به خوبی تعریف نماید؟

الف- هدف اکتشافی

ب- هدف تشریحی

ج- هدف سببی

د- هدف اطلاعاتی

۳۳- در فرآیند کامل تحقیقات بازاریابی، بعد از مرحله تهیه فرم های اطلاعاتی چه مرحله ای قرار دارد؟

الف- جمع آوری اطلاعات

ب- تعیین نمونه ها

ج- تعیین منابع اخذ اطلاعات

د- تعیین نیازهای اطلاعاتی

۳۴- آخرین گام در مراحل اساسی برنامه ریزی کدام است؟

الف- ایجاد هماهنگی و کنترل

ب- توسعه استراتژی ها و برنامه ها

ج- تعیین اهداف

د- تحلیل موقعیت ها و جریانات

۳۵- کدام گزینه زیر از روش های غیرمستقیم جمع آوری اطلاعات در تحقیقات اکتشافی است؟

الف- روش گروه متمرکز

ب- تکنیک مصاحبه نردبانی

ج- تکنیک تجزیه و تحلیل نمادین

د- تکنیک تداعی عکس ها

۳۶- کدام گزینه در مورد سیستم های اطلاعاتی غیرمتمرکز صحیح است؟

الف- مدیران از اطلاعات اینگونه سیستم ها به منظور تصمیم گیری های جاری استفاده می کنند.

ب- مزیت این سیستم ها آن است که تجزیه و تحلیل حجم بالایی از اطلاعات موجود مشکل تر و پرهزینه تر است.

ج- در اینگونه سیستم ها مدیران می توانند به طور مستقیم و بدون معطلی از اطلاعات ذخیره شده در سیستم استفاده کنند.

د- در مواردی که مدیران نیازمند اطلاعات غیرمعمول برای تصمیم گیری های خود می باشند استفاده از این سیستم مناسب نیست.

۳۷- آخرین گام در مراحل تولید محصول جدید کدام است؟

الف- تولید محصول

ب- آزمایش بازاریابی

ج- ارزیابی محصول

د- تجاری نمودن محصول

۳۸- به بازاری که در آن افراد پول لازم را برای خرید دارند، به کالا هم نیازمند هستند ولی علاقه و اشتیاق کافی برای خرید کالا در آن زمان یا مکان را ندارند، چه می گویند؟

الف- بازار فعال

ب- بازار پنهان

ج- بازار محتمل

د- بازار بالقوه

۳۹- کدام یک از گزینه های زیر نشان دهنده مجموعه عادات و رفتارهای یک فرد از دید دیگران می باشد؟

الف- انگیزه

ب- شخصیت

ج- ادراک

د- تصور شخصی

۴۰- کمک و مساعدت به مشتری به منظور خرید محصول یا محصولاتی که دوست دارد آنها را با خود داشته باشد، مفهوم کدام یک

از گزینه های زیر است؟

الف- بازاریابی

ب- خرید

ج- مبادله و معادله

د- فروش