



**نمونه سؤالات:**

# **بازاریابی دیجیتال**

**کد استاندارد: ۲۰۰۲۰۰۱۰۲۵۲۲۱**

**معاونت پژوهش، برنامه ریزی و سنجش مهارت**

**دفتر سنجش مهارت و صلاحیت حرفه ای**

۱- کدامیک از مفاهیم اساسی بازاریابی تحت تاثیر فرهنگ و شخصیت افراد شکل می گیرد؟

الف- تقاضا

ب- خواسته ها

ج- کالاها

د- نیازها

۲- در مرحله معرفی کالا ..... .

الف- جریان نقدینگی مثبت است.

ب- رقبای زیادی وارد بازار می شوند.

ج- قیمت محصول معمولاً بالا است.

د- هزینه تبلیغات برای هر واحد در پایین ترین سطح است.

۳- محصول عبارتست از مجموعه ای از :

الف- کالاها

ب- خدمات

ج- کالاها و خدمات

د- کالاها و خدمات و ایده ها

۴- کدام عبارت زیر درست است؟

الف- آمیخته بازاریابی مناسب، موجب رضایت مشتری می شود.

ب- آمیخته مناسب فقط مبادلات و سودآوری شرکت را تضمین می کند.

ج- آمیخته بازاریابی نامناسب اهداف شرکت را برآورده می سازد.

د- آمیخته بازاریابی مجموعه ای از ابزار بازاریابی نیست.

۵- ماتریس مبتنی بر نقاط قوت و ضعف و فرصت ها و تهدیدات محیطی ..... نامیده می شود.

الف- ماتریس سهم رشد

ب- BGG

ج- SWOT

د- ماتریس جنرال الکترونیک

۶- آمیخته بازاریابی P۴ یا فورپی در بازاریابی دیجیتال را نام ببرید؟

الف- تولید، عرضه، تقاضا، قیمت

ب- خرید، تخفیفات، مواد اولیه، بازار

ج- محصول، قیمت، مکان، توزیع (ترفیعات فروش)

د- مشتری، قیمت، عرضه، مواد اولیه

۷- کوپن های تخفیفی جزء ابزارهای ..... است.

الف- تبلیغات

ب- پیشبرد فروش

ج- روابط عمومی

د- فروش حضوری

۸- کدام عامل جزو متغیرهای رفتاری در تقسیم بازار نیست؟

الف- منافع مورد نظر

ب- شخصیت

ج- وضعیت وفاداری

د- موقعیت های استفاده از محصول

۹- از جمله مهم ترین شاخصه های جذابیت بازار یا صنعت کدام است؟

الف- رقبای ضعیف

ب- خریداران ضعیف

ج- نرخ رشد بازار

د- محدودیت های ورود

۱۰- بازاریابی چیست؟

الف- کالاها و خدمات را متناسب با نیاز، هدف، تولید و عرضه کنیم.

ب- کالاها و خدمات را متناسب با خواسته بازار هدف، تولید و عرضه کنیم.

ج- کالاها و خدمات را متناسب با تقاضای بازار هدف، تولید و عرضه کنیم.

د- حداکثر نمودن سود شرکت خود را ملاک ارائه کالاها و خدمات به بازار هدف قرار دهیم.

۱۱- بازاریابی در بازاریابی دیجیتال یعنی:

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.

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.

۱۲- هدف اساسی کسب و کار در بازاریابی دیجیتال چیست؟

الف- اصول فرهنگی

ب- رقبا

ج- مشتریان

د- واسطه

۱۳- جمله " نیاز را پیدا کن و پاسخ بده مربوط به کدام یک از مفاهیم بازاریابی است؟

الف- مفهوم کالا

ب- مفهوم فروش

ج- مفهوم تولید

د- مفهوم بازاریابی

۱۴- کدامیک از گزینه های زیر از ابعاد بازاریابی دیجیتال نمی باشد؟

الف- بازارگرایی

ب- بازارسنجی

ج- بازاریابی

د- بازاریابی

۱۵- به فرآیند شناخت مشتری و بازار ..... می گویند.

الف- بازاریابی

ب- بازاریابی

ج- بازاریابی

د- بازاریابی

۱۶- تقسیم بندی بازار یعنی:

الف- انتخاب بخشی از بازار که خریداران آن دارای مشخصه های مشترکی هستند.

ب- شناخت کل بازار یا شناخت بخش هایی از بازار

ج- شناسایی مشتریان یک کالای خاص

د- ارائه محصول به مشتریان گروه های مختلف

۱۷- عصر کنونی عصر ..... است؟

الف- تولید

ب- بازاریابی دیجیتال

ج- فروش

د- واحد بازاریابی

۱۸- آن قسمت از بازار که رقباى ضعيف و کالای جانشین دارند به ترتیب دارای جذابیت ..... و ..... می باشد.

الف- کمتر، کمتر

ب- بیشتر، بیشتر

ج- بیشتر، کمتر

د- کمتر، بیشتر

۱۹- کلیدی ترین واژه بازاریابی که به مفهوم بازار می انجامد، چیست؟

الف- معامله

ب- مبادله

ج- خواسته

د- نیاز

۲۰- در زمان " تقاضای فصلی " وظیفه بازاریابی چه می باشد؟

الف- تبدیل تقاضا

ب- تعدیل تقاضا

ج- پرورش تقاضا

د- حفظ تقاضا

۲۱- بازاریابی مفهوم ..... را بیان می کند.

الف- گرم کردن بازار

ب- مشتری گرایی

ج- کاهش تقاضای بازار

د- حضور در بازار

۲۲- شرکت های امروزی به کدام یک از انواع بازاریابی گرایش پیدا کرده اند؟

الف- انبوه

ب- تفکیکی

ج- هدف دار

د- غیر تفکیکی

۲۳- گروه بندی در STP همان ..... است.

الف- گروه های مرجع هستند.

ب- گروهی هستند که تولید برای آن ها انجام می شود.

ج- گروه های سیاسی هستند.

د- گروه های فرهنگی، اجتماعی هستند.

۲۴- بخش عمده ی فعالیت های شرکت های بیمه روی کدامیک از فلسفه های مدیریت بازاریابی استوار است؟ گرایش ..... است.

الف- تولید

ب- فروش

ج- محصول

د- بازاریابی اجتماعی

۲۵- موقعیت یابی در STP عبارتست از:

الف- نحوه ادراک مصرف کنندگان از یک محصول در مقایسه با ادراک آن ها از محصول رقیب

ب- تقسیم بندی بازارها و محصولات بر اساس خواسته های مشتریان

ج- گسترش بازارها به قصد افزایش سودآوری

د- رده بندی درون یک بازار بر اساس تفاوت های جغرافیایی

۲۶- نوعی بازاریابی که در آن شرکت برای هر قسمت بازار، کالایی متناسب با همان قسمت، تولید و عرضه می کند؟

الف- بازاریابی غیر تفکیکی

ب- بازاریابی تمرکزی

ج- بازاریابی تفکیکی

د- بازاریابی رابطه مند

۲۷- بازارسنجی به چه معناست؟

الف- مدیریت بازار

ب- حفظ مشتری

ج- تقسیم بازار

د- سنجش و پیش بینی فروش

۲۸- شناخت بازار به واسطه کسب اطلاعات در کدام بُعد بازاریابی انجام می گیرد؟

الف- بازارشناسی

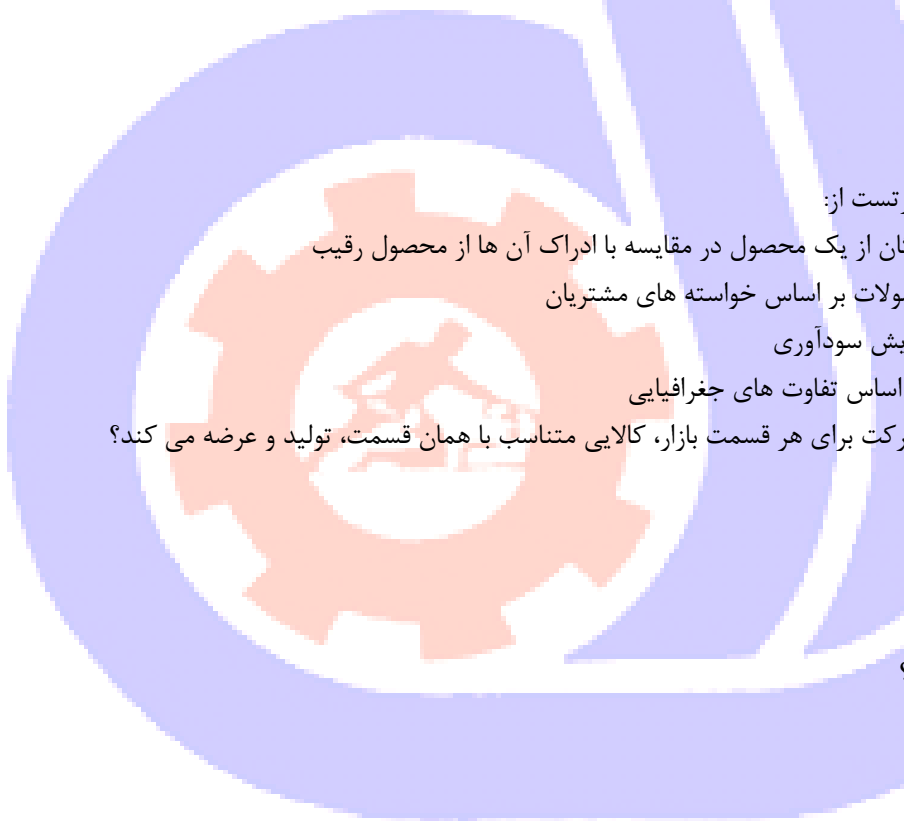
ب- بازاریابی

ج- بازارگرایی

د- بازاریاداری

۲۹- ساده ترین روش پیش بینی فروش و تقاضا..... است.

الف- میانگین متحرک ساده



ب- درصد تغییر

ج- پیش بینی بدون تغییر

د- متحرک موزون

۳۰- به فرآیند جا انداختن محصول جدید در بازار ..... می گویند.

الف- بازاریابی

ب- بازاریابی

ج- بازاریابی

د- بازاریابی

۳۱- مطلوب ترین حالت بازار وقتی است که مقدار و زمان تقاضا:

الف- فروش متعادل باشد

ب- کمتر از مقدار و زمان عرضه شود

ج- بیشتر از مقدار و زمان عرضه شود.

د- برابر با مقدار و زمان عرضه شود.

۳۲- نتیجه گرایش ..... نزدیک بینی در بازاریابی است.

الف- محصول

ب- فروش

ج- بازاریابی

د- تولید

۳۳- از جمله استراتژی های دنباله روها کدام است؟

الف- مصارف جدید

ب- حمله از روبرو

ج- دفاع از موقعیت

د- مصرف کنندگان جدید

۳۴- دوره عمر کالا به ترتیب شامل موارد زیر است؟

الف- کاهش، فروش، رشد، بلوغ، معرفی

ب- بلوغ، کاهش، فروش، رشد

ج- معرفی، رشد، بلوغ، کاهش فروش

د- رشد، معرفی، بلوغ

۳۵- پایین ترین قیمتی که یک شرکت می تواند برای محصول خود برقرار کند، توسط کدام عامل تعیین می شود؟

الف- درآمد

ب- ظرفیت تولیدی

ج- منابع

د- هزینه ها

۳۶- پیشرفت های الکترونیکی و ارتباطات در بازاریابی دیجیتال مربوط به کدام یک از عوامل محیطی در بازاریابی است؟

الف- محیط اقتصادی

ب- محیط رقابتی



ج- محیط تکنولوژی

د- محیط فرهنگی - اجتماعی

۳۷- در ارزیابی رفتار پس از خرید آنلاین چه عاملی باید مورد توجه قرار گیرد؟

الف- کیفیت آموزش فروشندگان

ب- کیفیت خدمات پس از فروش

ج- اطلاع رسانی به مصرف کننده

د- رابطه بین انتظارات مصرف کننده و عملکرد مورد تصور

۳۸- به روند خرید و فروش، انتقال یا تبادل محصولات، خدمات و یا اطلاعات از طریق اینترنت چه می گویند؟

الف- تجارت الکترونیکی

ب- بازاریابی مجازی

ج- تجارت حضوری

د- بازاریابی ویروسی

۳۹- کدامیک از موارد زیر مربوط به مزایای بازاریابی دیجیتال است؟

الف- دسترسی جهانی - ارائه محصولات بسیار ویژه - افزایش ساعت کار - هزینه پایین تر - سرعت عرضه - تنوع محصولات - عدم

نیاز به مکان فیزیکی جهت اجاره یا خرید

ب- حضور در همه جا - محصولات و خدمات بیشتر - ارسال فوری - دسترسی به اطلاعات - معافیت از مالیات بر فروش -

کاهش قیمت - انجمن های الکترونیکی - شرکت در مزایده ها

ج- استانداردهای بالاتر زندگی - رفاه اجتماعی - دسترسی به خدمات عمومی - افزایش امید به زندگی برای فقرا

د- انتخاب کالا یا خدمات بصورت الکترونیکی و خرید آن بصورت حضوری

۴۰- با توجه به مدل تجارت الکترونیکی B2C در بازاریابی دیجیتال کدامیک از موارد زیر صحیح است؟

الف- مشتری به مشتری

ب- مشتری به کسب و کار

ج- کسب و کار به مشتری

د- کسب و کار به دولت

۴۱- کدام یک از گزینه های زیر در کسب و کار الکترونیکی دخیل هستند؟

الف- seo - web marketing - microblog - amazon - elanc

ب- social networks - web marketing - Ecommerce - ppc

ج- Email marketing - E marketing - E business

د- SEO - Email marketing - web marketing - social networks - Affiliate marketing

۴۲- عوامل اساسی موفقیت در کسب و کارهای اینترنتی چیست؟

الف- انتخاب کاری که بلدید- انتخاب کسب و کار مورد علاقه - آگاهی ، دانش و مهارت لازم - تلاش و پشتکار

ب- زود عمل کردن - بازاریابی مناسب - آگاهی ، دانش و مهارت لازم - انتخاب کسب و کار مورد علاقه

ج- انتخاب کاری که بلدید- انتخاب کسب و کار مورد علاقه - ساعت کاری زیاد - راه اندازی سریع

د- آگاهی ، دانش و مهارت لازم - انتخاب کسب و کار مورد علاقه - انتخاب سیستم بانک معتبر - سرمایه گذاری زیاد

۴۳- ذخیره اطلاعات مفید زیر در کدامیک از مراحل فرایند ایمیل مارکتینگ موثر خواهد بود؟ اطلاعات تماس ، معرف ، وضعیت

مشتری ، اطلاعات دموگرافیک ، اطلاعات شخصی ، اطلاعات ارتباطی ، تاریخچه خرید

- الف- تست پیام ها
  - ب- تعیین هدف
  - ج- ساختن پایگاه داده مشتریان
  - د- طرح ریزی محتویات
- ۴۴- مفاهیم زیر در رابطه با کدام نوع بازاریابی می باشد؟

«استفاده از نرم افزارهای تخصصی ایمیل - خبرنامه اختصاصی - نامه های تاثیر گذار - گردآوری آدرس ایمیل کاربران - امضای الکترونیکی»

- الف- بازاریابی با پیام کوتاه
- ب- بازاریابی حضوری
- ج- بازاریابی از طریق ایمیل
- د- بازاریابی ویروسی

۴۵- در بازاریابی دیجیتال، **click through** به چه معناست؟

الف- تعداد دفعاتی که یک کاربر در زمان خاص به صفحه ای که در آن بنر تبلیغاتی قرار دارد مراجعه کرده باشد که به آن **Page View** نیز می گویند.

- ب- یک بنر تبلیغاتی کوچک است که با کلیک بر روی آن کاربر به سایت آن شرکت متصل می شود.
- ج- تعداد دفعات کلیک که توسط کاربر بر روی بنر تبلیغاتی صورت گرفته تا به وبسایت آگهی دهنده مرتبط شود ، ثبت شده و شمارش می شود.
- د- هزینه ای که آگهی دهنده در ازای هر بار دیده شدن بنر تبلیغاتی خود توسط مصرف کنندگان پرداخت می کند.

۴۶- در بازاریابی دیجیتال، **Conversion Rate** به چه معناست؟

الف- تعداد دفعاتی که یک کاربر در زمان خاص به صفحه ای که در آن بنر تبلیغاتی قرار دارد مراجعه کرده باشد که به آن **Page View** نیز می گویند.

- ب- تعداد کاربرانی که از سایت خرید می کنند در قالب درصد نشان می دهد.
- ج- تعداد دفعات کلیک که توسط کاربر بر روی بنر تبلیغاتی صورت گرفته تا به وبسایت آگهی دهنده مرتبط شود ، ثبت شده و شمارش می شود.
- د- هزینه ای که آگهی دهنده در ازای هر بار دیده شدن بنر تبلیغاتی خود توسط مصرف کنندگان پرداخت می کند.

۴۷- کدام یک از روش های بازاریابی مبنی بر این است که افراد در سایت یا وبلاگشان بصورت آنلاین برای محصولات شرکتی خاص تبلیغ میکنند و شرکت های عامل به نسبت فروش یا تبلیغ مبلغی را به بازاریاب پرداخت می نمایند؟

- الف- بازاریابی آنلاین
- ب- بازاریابی حضوری

ج- بازاریابی پورسانتی یا سیستم همکاری در فروش **Affiliate**

د- بازاریابی شبکه ای

۴۸- در نوع بازاریابی همکاری در فروش ، **pay per sale** در چه صورت پرداخت انجام می شود؟

- الف- پرداخت به ازای هر فروش
- ب- پرداخت به ازای هر ثبت نام
- ج- پرداخت به ازای هر ویزیتور



د- پرداخت به ازای نمایش آگهی

۴۹- در نوع بازاریابی همکاری در فروش ، در کدام نوع حتی اگر روی آگهی کلیک نکنند پرداخت انجام می شود؟

الف- پرداخت به ازای هر فروش

ب- پرداخت به ازای هر ثبت نام

ج- پرداخت به ازای هر ویزیتور

د- پرداخت به ازای نمایش آگهی

۵۰- میزبانی وب (HOST) چیست؟

الف- پیشوندی است که قبل از نام دامنه ی سایت قرار می گیرد و می توان از آن برای اهداف مختلف مثلا سازماندهی بخش های مختلف سایت استفاده نمود.

ب- سامانه ارتباطی برای نصب سیستم های اطلاعاتی بازاریابی می باشد.

ج- فضای ابری داخل کشور برای نصب سیستم های اطلاعاتی و نرم افزارهای تحت وب

د- به فضایی گفته می شود که داده ها و کدهای وبسایت بر روی آن قرار می گیرند و امکاناتی از قبیل دسترسی به پایگاه داده ها، ارسال و دریافت ایمیل، اجرای کدها و ... را فراهم می کند.

۵۱- برای بهبود سئوسایت از کدام گزینه استفاده می گردد؟

الف- بازاریابی موتورهای جستجو - بهبود کلمات کلیدی سایت - استفاده از گوگل ادز

ب- بازاریابی ویروسی- تبلیغات - تولید محتوا - بازاریابی دهان به دهان

ج- گوگل ادز - تبلیغات در سایت های مختلف - ایمیل مارکتینگ

د- تبلیغات محیطی - بازاریابی تلفنی- بازاریابی موتورهای جستجو

۵۲- کدام گزینه در نصب و راه اندازی وردپرس ضروری نیست؟

الف- اتصال به اینترنت

ب- سرویس دهنده وب

ج- سورس وردپرس

د- پایگاه داده

۵۳- موتور جستجوی شرکت مایکروسافت کدام است؟

الف- Bing

ب- Yahoo

ج- ASK

د- Google

۵۴- شخصی که از مزایای کالای خریداری شده گفتگو می نماید، در کدام مرحله از مراحل تصمیم گیری خرید قرار دارد؟

الف- تصمیم به خرید

ب- جستجوی اطلاعات

ج- رفتار پس از خرید

د- تشخیص مسئله(نیاز)

۵۵- تعریف جدید کیفیت چیست؟

الف- کمال

ب- عملکرد عالی محصول

ج- درجه ای که یک محصول با انتظارات مشتری تطبیق دارد.  
د- دوام، استحکام

