



حرفه نمایندگان بیمه

عنوان شغل:

تجزیه و تحلیل بازار هدف بیمه

کد شغل: ۳۳۲۱۱۱۰۰۰۰

نمونه سؤالات شایستگی:

نیاز سنجی بازار هدف بیمه

کد شایستگی: ۳۳۲۱۱۰۰۰۰۲

معاونت پژوهش، برنامه ریزی و سنجش مهارت

دفتر سنجش مهارت و صلاحیت حرفه ای

۱- شخصی حقیقی یا حقوقی است که با پرداخت حق بیمه، جان، مال و مسئولیت خود و دیگری را برای مدت مشخص و معینی تحت پوشش بیمه قرار می دهد.

الف - بیمه گر

ب - بیمه گذار

ج - بیمه شده

د - نماینده فروش بیمه

۲- در مفاد آیین نامه ۹۲ کارگزار بیمه به چه عناوینی شناخته شده است؟

الف - بازرگان

ب - نماینده

ج - ارزیاب خسارت

د - کارشناس

۳- واژه بیمه به چه معناست؟

الف - اطمینان، تضمین، تامین، اعتماد

ب - ترس و گریز از خطر

ج - بیم از حادثه

د - بیم از خسارت

۴- قانون بیمه شامل چند ماده است؟

الف - ۳۴ ماده

ب - ۳۶ ماده

ج - ۴۴ ماده

د - ۴۸ ماده

۵- شخصی حقیقی یا حقوقی است که با دریافت حق بیمه، تعهد جبران خسارت می نماید؟

الف - بیمه گر

ب - بیمه گذار

ج - بیمه شده

د - نماینده قانونی بیمه

۶- سندی است که با توجه به قانون و مقررات بیمه و با توجه به پیشنهاد بیمه گذار و موافقت بیمه گر تنظیم می شود؟

الف - برگه الحاقی

ب - برگ پیشنهاد بیمه

ج - فرم

د - بیمه نامه

۷- چنچه بعد از صدور بیمه نامه، بیمه گذار درخواست تغییراتی از بیمه نامه بنماید این تغییرات توسط انجام می گیرد

الف -اوراق الحاقی

ب - بیمه گر

ج - بیمه شده

د - بیمه گذار

۸- پیشنهاد بیمه توسط چه کسی تکمیل می گردد؟

الف - بیمه گر

ب - بیمه شده

ج - بیمه مرکزی ایران

د - بیمه گذار

۹- کدام نوع بیمه تابع اصل غرامت نمی باشد؟

الف - بیمه باربری

ب - بیمه اشیاء

ج - بیمه اشخاص

د - بیمه مسئولیت

۱۰- مدت گزارش بازدید کارشناس بیمه است.

الف - نامحدود

ب - محدود

ج - یک ماه

د - یک سال

۱۱- طبق قانون مصوب ۱۳۴۷ کدام بیمه اجباری است؟

الف - بیمه بدنه

ب - بیمه شخص ثالث

ج - بیمه حوادث سرنشین

د - بیمه حوادث انفرادی

۱۲- به کلیه افرادی که در اثر حوادث وسایل نقلیه زمینی دچار زیان های بدنی و یا مالی می شوند اعم از اینکه داخل و یا خارج از وسیله نقلیه باشند اصطلاحاً "....." می گویند.

الف - بیمه گذار

ب - بیمه گر

ج - اشخاص ثالث

د - بیمه شده

۱۳- مزیت عمده بیمه حوادث سرنشین در مورد چه کسی است ؟

الف - راننده یا افرادی که شخص ثالث محسوب نمی شوند.

ب - بیمه گذار

ج - بیمه گر

د - بیمه شده



۱۴- قرارداد بیمه بین چه کسانی منعقد می شود؟

الف - بیمه گذار و بیمه شده

ب - بیمه گذار و بیمه گر

ج - بیمه گر و بیمه شده

د - بیمه شده و پیشنهاد دهنده

۱۵- کدام گزینه جزء عواملی است که در تعیین نرخ حق بیمه موثر است؟

الف - اتومبیل

ب - راننده

ج - اتومبیل و راننده

د - خطرات

۱۶- بیمه بدنه ، سرنشین ، شخص ثالث جزء کدام نوع بیمه است؟

الف - بیمه اشیاء

ب - بیمه اتومبیل

ج - بیمه مهندسی

د - بیمه مسئولیت

۱۷- نخستین شرکت بیمه ای ایران در چه سالی تاسیس شده است.

الف - ۱۳۱۴

ب - ۱۳۱۶

ج - ۱۳۲۹

د - ۱۳۱۸

۱۸- عامل اساسی انعقاد قرارداد بیمه چیست ؟

الف - بیمه حادثه

ب - بیمه زلزله

ج - بیمه از خطر

د - اطمینان، تضمین از پرداخت

۱۹- در چه سالی سازمان بیمه مرکزی در ایران به وجود آمد؟

الف - ۱۳۵۶

ب - ۱۳۵۰

ج - ۱۳۴۷

د - ۱۳۶۷

۲۰- نام دیگر بیمه های اجتماعی چیست؟

الف - بیمه اختیاری

ب - بیمه اجباری

ج - بیمه اشخاص

د - بیمه عمر



۲۱- نام دیگر بیمه های بازرگانی چیست؟

الف - بیمه اختیاری

ب - بیمه اشخاص

ج - بیمه عمر

د - بیمه اجباری

۲۲- در کدام نوع بیمه، بیمه گذار به میل خود و آزادانه به تهیه انواع پوشش های بیمه ای اقدام می نماید.

الف - بیمه های اجتماعی

ب - بیمه های اجباری

ج - بیمه های بازرگانی

د - بیمه های ناشی قانون

۲۳- کدام گزینه از ویژگی های بیمه های اجتماعی است؟

الف - کارفرما در پرداخت قسمت اعظم حق بیمه مشارکت دارد.

ب - کارفرما در پرداخت درصد کمتری از حق بیمه مشارکت دارد.

ج - در بیمه های اجتماعی حق بیمه متناسب با ریسک تعیین می شود.

د - حق بیمه های اجتماعی با توجه به نوع و طبیعت خطر تعیین می می گردد.

۲۴- انجام تحقیقات بازاریابی برای شناخت نظام بازار و صادرات قبل از هرگونه انجام عملیات صادراتی می نامند؟

الف - بازاریابی

ب - بازاریابی

ج - بازاریابی

د - مدیریت بازار

۲۵- به محلی اطلاق می شود که خریداران و فروشندگان برای مبادله کالا یا خدمات به آن مراجعه می نمایند؟

الف - بازاریابی

ب - مدیریت بازار

ج - استراتژی

د - بازار

۲۶- از ابعاد مهم بازاریابی که بیشتر بر موضوع شناخت بازار تکیه دارد چیست؟

الف - بازارگردانی

ب - بازاریابی

ج - بازار سازی

د - بازاریابی

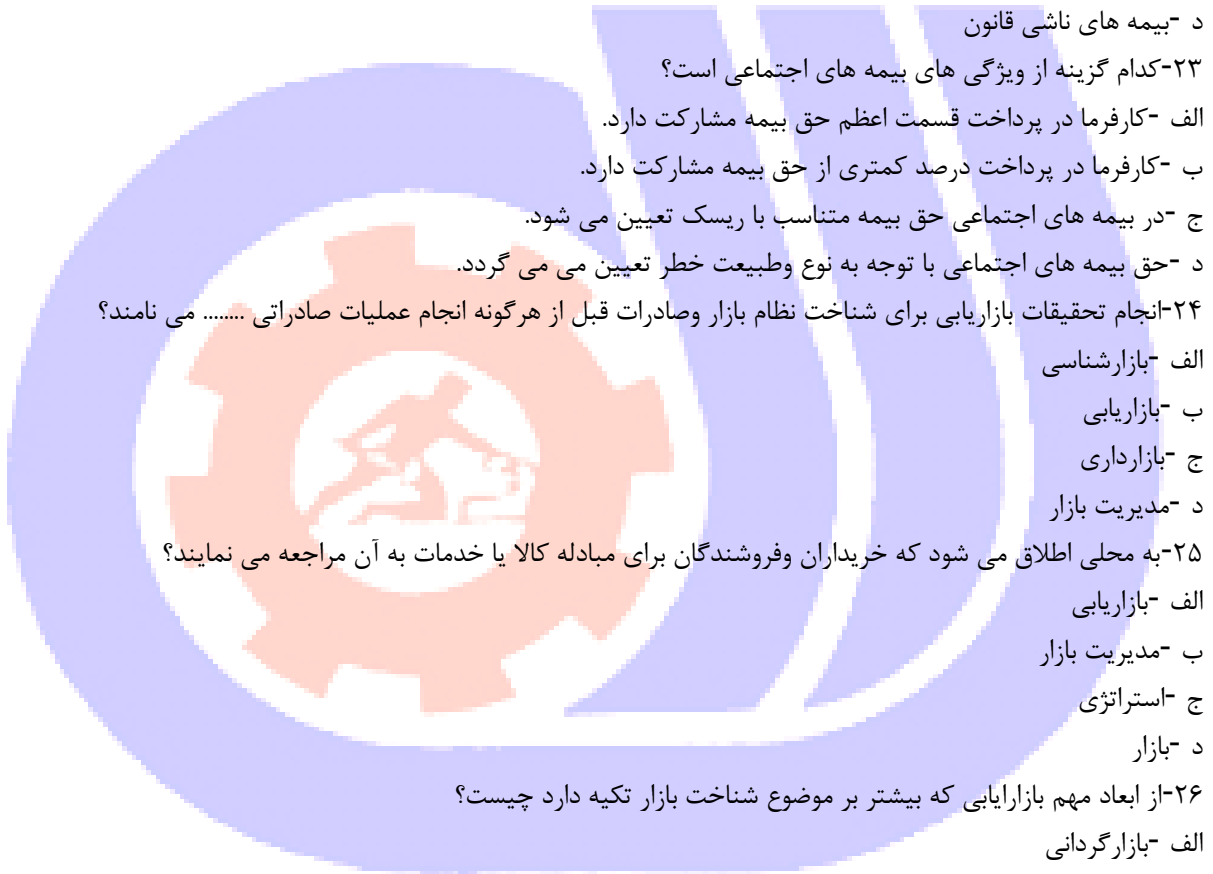
۲۷- کدام گزینه از ارکان اساسی بازار شناسی، تعیین کننده اطلاعات باارزش در بازاریابی می باشد؟

الف - بازارگردانی

ب - بازاریابی

ج - بازارسازی

د - تحقیقات بازاریابی



۲۸- از جمله عوامل مهم تاثیرگذار در فروش یک محصول یا خدمات و..... می باشد.

الف -بازاریابی - بازاریابی

ب -بازاریابی - بازاریابی

ج -بازاریابی - بازاریابی

د -بازارشناسی و تحقیقات بازاریابی

۲۹- در بیمه بدنه اتومبیل ، ارزش بازیافتی موضوع بیمه توسط تعیین می گردد.

الف -بیمه گذار

ب -ذی نفع

ج -بیمه گر

د -مالک موضوع بیمه

۳۰- در کدام نوع بیمه عقد لازم نیست؟

الف -بیمه آتش سوزی

ب -بیمه حوادث

ج -بیمه عمر

د -بیمه باربری

۳۱- کدام گزینه جزء شرایط پرداخت حق بیمه عمر نمی باشد؟

الف -ماهانه

ب -۳ماه یکبار

ج -۶ماه یکبار

د -۲سال یکبار

۳۲- بیمه مرکزی ایران با چه سازمانی ارتباط دارد؟

الف -مجمع عمومی بیمه مرکزی

ب -وزارت امور اقتصاد و دارائی

ج -بانک مرکزی

د -امور بازرگانی

۳۳- ورقه ای که بعد از صدور بیمه نامه ممکن است توسط بیمه گر صادر گردد چه نامیده می شود؟

الف -عقد بیمه

ب -الحاقی

ج -فرانشیز

د -آبونمان

۳۴- کدام گزینه در برگیرنده نیروهایی است که برای شرکت فرصت ها و تهدیداتی را به وجود می آورد؟

الف -محیط خرد

ب -محیط کلان

ج -محیط سازمانی



د - محیط عمومی

۳۵- کدام گزینه پوسته خارجی یا قسمت فراگیر محیط است؟

الف - محیط سازمانی

ب - محیط عمومی

ج - محیط ناشناخته

د - محیط بازار

۳۶- در کدام بازار افراد پول لازم برای خرید داشته و به کالا هم نیازمند هستند ولی علاقه و اشتیاق کافی برای خرید کالا در آن زمان یا مکان را ندارند؟

الف - فعال

ب - محتمل

ج - بالقوه

د - پنهان

۳۷- به فرآیند دسته بندی مشتریان به گروه هایی با نیازها ، خواسته ها و ویژگی های یکسان می گویند؟

الف - تقسیم بازار

ب - تجزیه و تحلیل بازار

ج - تمرکز بر بازار

د - انتخاب بازار

۳۸- ابزاری است که افراد یا سازمان ها از طریق آن به اهداف خود دست پیدا می کنند؟

الف - تاکتیک

ب - استراتژی

ج - تکنیک

د - راهبرد

۳۹- واژه strength در استراتژی swot به چه معناست؟

الف - قدرت

ب - ضعف

ج - فرصت

د - تهدید

۴۰- واژه weakness در استراتژی swot به چه معناست؟

الف - قدرت

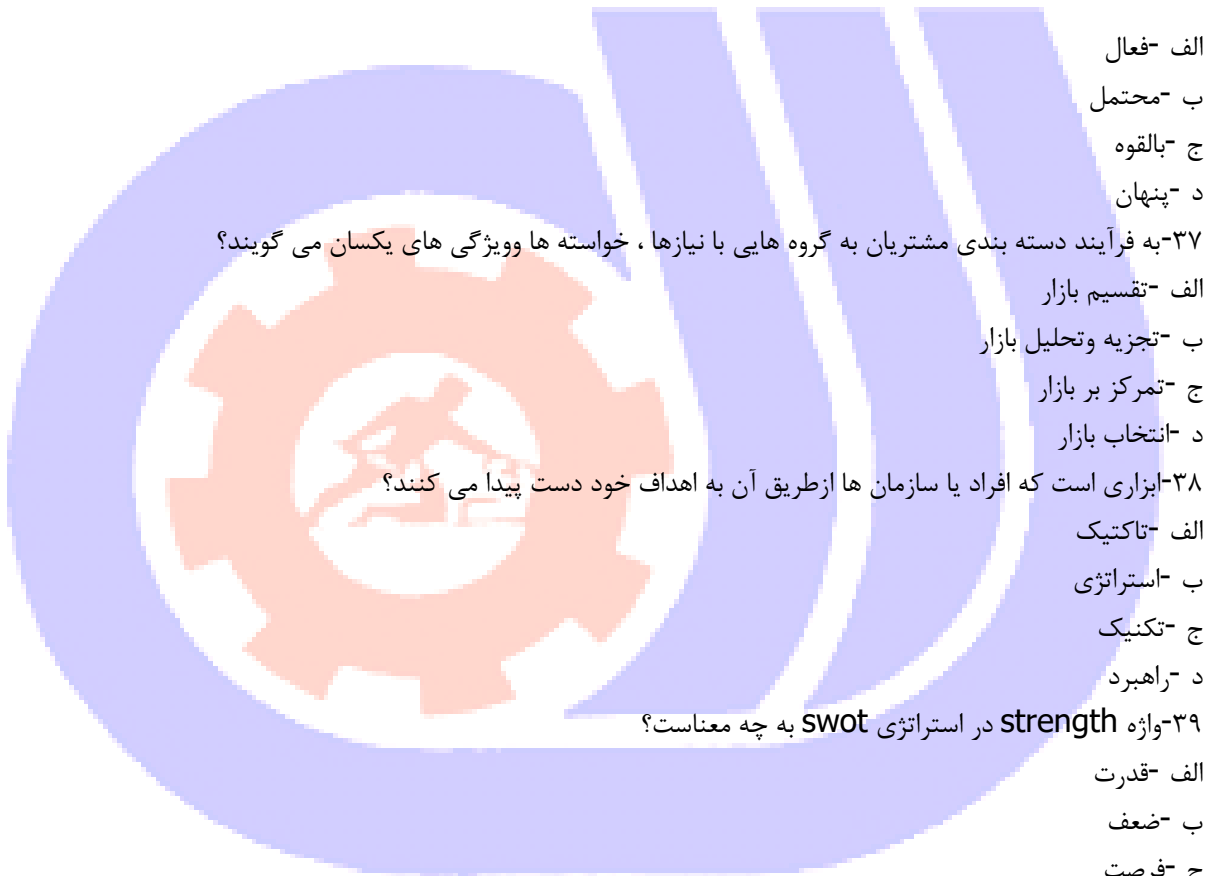
ب - ضعف

ج - فرصت

د - تهدید

۴۱- واژه opportunity در استراتژی swot به چه معناست؟

الف - قدرت



ب- ضعف

ج- فرصت

د- تهدید

۴۲- واژه threat در استراتژی swot به چه معناست؟

الف- قدرت

ب- ضعف

ج- فرصت

د- تهدید

۴۳- عبارت است از منابع و توانایی که یک سازمان در اختیار دارد و می تواند از آنها به منظور ایجاد یک مزیت رقابتی استفاده نماید؟

الف- نقطه ضعف

ب- نقطه قوت

ج- فرصت

د- تهدید

۴۴- عبارت است از محدودیت یا کمبود در منابع، مهارتها، امکانات و توانایی ها به طور محسوس مانع عملکرد اثربخش سازمان می شود؟

الف- نقطه قوت

ب- فرصت

ج- تهدید

د- نقطه ضعف

۴۵- کدام گزینه به نقطه ضعف یک سازمان اشاره می نماید؟

الف- دسترسی اختصاصی به منابع طبیعی

ب- نیروی انسانی کارآمد و آموزش دیده

ج- منابع مالی

د- ناشناخته بودن در بین مشتریان

۴۶- موفقیت نامطلوب در محیط خارجی سازمان است.

الف- فرصت

ب- تهدید

ج- نقطه قوت

د- نقطه ضعف

۴۷- کدام تحلیل به کمک شناسایی نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدیدها امکان تدوین استراتژی مناسب یک کسب و کار را فراهم

می آورد؟

الف- SWOT

ب- B2B

ج- B2G

د- B2C

۴۸- کدام گزینه به نقاط قوت یک کسب و کار اشاره دارد؟

الف- منابع مالی ، کارکنان

ب- ناشناخته بودن در بین مشتریان

ج- نام تجاری و برند ناشناخته

د- ساختار پرهزینه در سازمان

۴۹- تغییرات عمده ناگهانی تکنولوژی یک برای سازمان است .

الف -تهدید

ب -فرصت

ج -نقطه قوت

د -نقطه ضعف

۵۰- کم شدن محدودیت های قانونی یک برای سازمان می باشد.

الف -تهدید

ب -فرصت

ج -نقطه قوت

د -نقطه ضعف

۵۱- کدام گزینه جزء عوامل درونی سازمان به شمار می رود؟

الف -نقاط قوت ، نقاط ضعف

ب -نقاط قوت ،تهدیدات

ج -نقاط ضعف ، فرصتها

د -فرصتها ، تهدیدات

۵۲- کدام گزینه جزء عوامل بیرونی سازمان به شمار می رود؟

الف -نقاط قوت ، نقاط ضعف

ب -نقاط قوت ،تهدیدات

ج -نقاط ضعف ، فرصتها

د -فرصتها ، تهدیدات

۵۳- اجزاء تحلیل SWOT کدام گزینه می باشد؟

الف -نقاط قوت، نقاط ضعف، فرصتها ، تهدیدات

ب -نقاط قوت، پیشرفت فناوری، فرصتها، تهدیدات

ج -نقاط ضعف، فرصتها ، تهدیدات ، منابع مالی

د -فرصتها ، تهدیدات ، منابع مالی، پیشرفت فناوری

۵۴- بازاریابی عبارت است از.....

الف -رفع کمبودی است که توسط افراد احساس می شود.

ب -فرآیند مدیریتی، اجتماعی که به وسیله ی آن افراد وگروهها از طریق تولید و مبادله ی کالا وخدمات به تامین نیازها وخواسته

های خود اقدام می نماید.

ج -فروش زیاد محصولات از طریق تبلیغات



د -رفع خواسته ها یی که توسط افراد و گروهها احساس می شود.
۵۵-این شیوه زمانی به کار گرفته می شود که برای کالاها وخدمات عرضه شده ی شرکت تقاضای منفی وجودداشته باشد.

الف -بازاریابی انگیزشی

ب -بازاریابی تبدیلی

ج -بازاریابی پرورشی

د -بازاریابی مقابله ای

۵۶-اولین ویژگی بازاریابی جدید چیست؟

الف -گرایش به بازار

ب -گرایش به نیازهای مشتریان

ج -تحقیقات

د -گرایش به بازار و نیازهای مشتریان

۵۷-کدام فلسفه به عنوان جدیدترین نگرش درمیان نگرش های مختلف بازاریابی است؟

الف -فروش

ب -تولید

ج -بازاریابی

د -بازاریابی اجتماعی

۵۸-پیروان کدام فلسفه بازاریابی معتقدند که مصرف کنندگان کالایی را می خرنند که بهترین کیفیت را داشته باشد؟

الف -کالا

ب -تولید

ج -فروش

د -بازاریابی

۵۹-کدام نوع بازاریابی به بازاریابی معکوس کردنی معروف می باشد؟

الف -انگیزشی

ب -تبدیلی

ج -پرورشی

د -مقابله ای

۶۰-استراتژی بازاریابی توسعه ای چه نامیده می شود؟

الف -آشکار نمودن نیازها

ب -آشکار نمودن تقاضا

ج -بازایابی احیایی

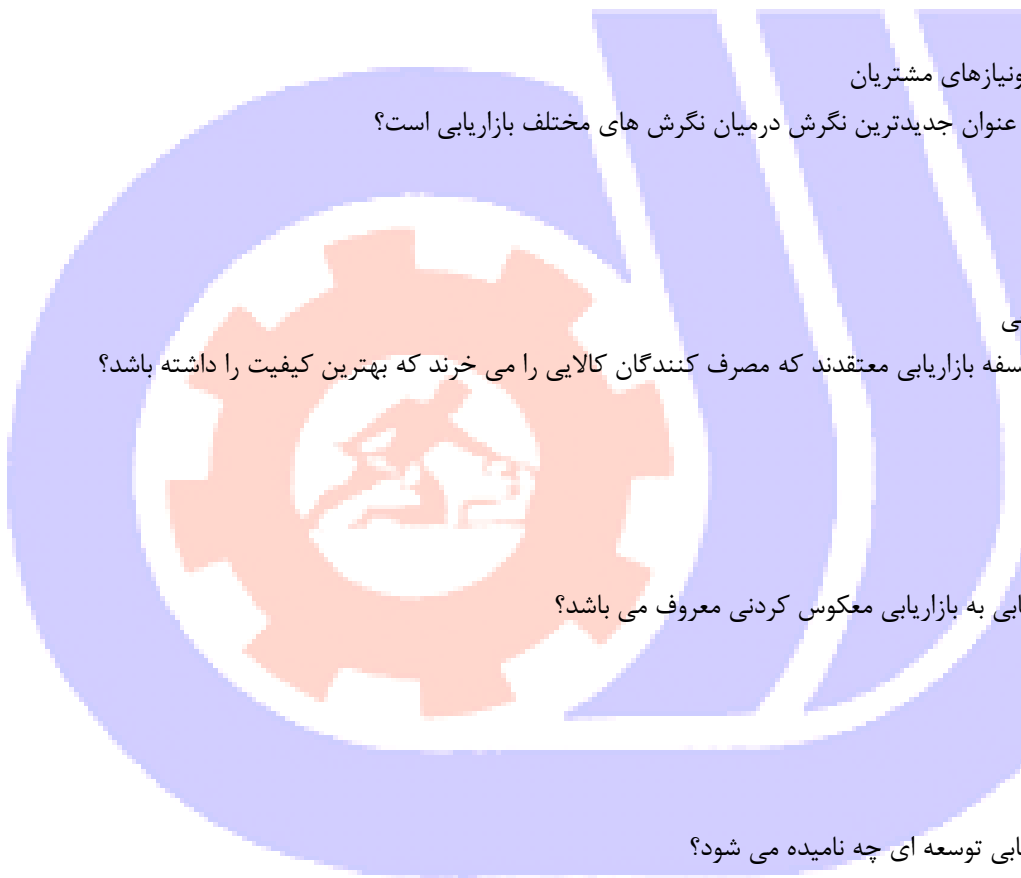
د -بازاریابی انگیزشی

۶۱-در فلسفه بازاریابی اجتماعی گروه های برتر مطرح کدامند؟

الف -کالا، تولید ، جامعه

ب -مشتری، جامعه ، فروش

ج -شرکت ، جامعه، مشتری



د -فروش ، شرکت ، جامعه

۶۲-توجه به گرایش مشتری در کدام بعد بازاریابی انجام می گیرد؟

الف -بازارشناسی

ب -بازاریابی

ج -بازارداری

د -بازارگرایی

۶۳-در بازاریابی جدید اساس و تفکر یا هدف اصلی چیست؟

الف -فروش هرچه بیشتر محصولات

ب -ارضای نیازها وخواسته های مشتریان

ج -تبلیغات مناسب برای کالاها

د -کسب قدرت رقابتی برای شرکت

۶۴-کدامیک از عبارات های زیر مفهوم مدیریت ارتباط با مشتری CRM را بیان می کند؟

الف -تمرکز CRM بر بهبودمدیریت در ارتباط با مشتریان است.

ب-CRM یک شیوه تبلیغاتی است.

ج-CRM همان بازاریابی مبتنی بر پایگاه داده ها است.

د- امکان اجرای CRM در هرشرکتی وجود دارد.

۶۵-در کدام نوع بازاریابی مردم تمایل به خرید و استفاده از کالاها و خدمات عرضه شده شرکت را نداشته و نگرش منفی نسبت به آنها دارند؟

الف -بازاریابی انگیزشی

ب -بازاریابی تبدیلی

ج -بازاریابی توسعه ای

د -بازاریابی مجدد

۶۶-در کدام نوع بازاریابی تقاضا برای کالا وجود نداشته و مردم نسبت به محصول بی اعتنا می باشند؟

الف -بازاریابی تبدیلی

ب -بازاریابی مجدد

ج -بازاریابی انگیزشی

د -بازاریابی مقابله ای

۶۷-کدام نوع بازاریابی به جذب مشتریان رقبا، ایجاد نوآوری در تولید، توزیع و قیمت گذاری و احیای تقاضا اشاره دارد؟

الف -بازاریابی محافظتی

ب -بازاریابی همزمانی

ج -بازاریابی انگیزشی

د -بازاریابی مجدد

۶۸-کدام نوع بازاریابی به تنظیم تقاضا و هماهنگ و همزمان کردن آن با عرضه اشاره دارد؟

الف -بازاریابی همزمانی

ب -بازاریابی تبدیلی

ج -بازاریابی محافظتی

د -بازاریابی مجدد

۶۹- کدام نوع بازاریابی به حفظ و نگهداری وضعیت موجود از طریق قیمت گذاری اصولی و ایجاد انگیزه پرسنل فروش اشاره دارد؟

الف -بازاریابی تبدیلی

ب -بازاریابی انگیزشی

ج -بازاریابی محافظتی

د -بازاریابی مجدد

۷۰- کدام نوع بازاریابی ، بازاریابی مخالف، عدم فروش و یا ضد بازاریابی نیز نامیده می شود؟

الف -بازاریابی تبدیلی

ب -بازاریابی تضعیفی

ج -بازاریابی مقابله ای

د -بازاریابی مجدد

۷۱- در کدام نوع فلسفه ی بازاریابی ،اعتقاد به این است که مصرف کنندگان خواستار کالاهایی هستند که در دسترس آنها باشد و توانایی خرید آن را داشته باشند.

الف -فلسفه تولید

ب -فلسفه کالا

ج -فلسفه فروش

د -فلسفه بازاریابی

۷۲- در کدام فلسفه بازاریابی تأکید بر روی نیاز مشتریان و آغاز کار با یک بازار کاملاً تعریف شده است؟

الف -فلسفه فروش

ب -فلسفه کالا

ج -فلسفه بازاریابی

د -فلسفه بازاریابی اجتماعی

۷۳- کدام فلسفه ی بازاریابی بین سه عامل منافع سازمان، ارضای بهینه نیازها و خواسته های مصرف کنندگان و رفاه اجتماعی درازمدت جوامع، توازن ایجاد میکند.

الف -فلسفه فروش

ب -فلسفه کالا

ج -فلسفه بازاریابی

د -فلسفه بازاریابی اجتماعی

۷۴- کدام گزینه از اهداف بازاریابی نمی باشد؟

الف -به حداکثر رساندن سطح مصرف

ب -به حداکثر رساندن فروش

ج -به حداکثر رساندن سطح رضایت

د -به حداکثر رساندن حق انتخاب

۷۵- کدام گزینه محور و اساس کار سازمان ها می باشد؟

الف -بازار

ب -بازاریابی

ج -نیاز وخواسته ها

د -مشتریان

۷۶-به معنای تمامی فرآیندها، تکنولوژی ها و منابع انسانی است که به جذب، توسعه و نگهداشت مشتریان کمک می کند.

الف -مدیریت ارتباط با مشتری

ب -استراتژی

ج -تاکتیک

د -راهبرد

۷۷-CRM مخفف چه چیزی است؟

الف- Customer Relation Management

ب- Custom Relationship Management

ج- Customer Relationship Management

د- Customer Relationship Manager

۷۸-کدام استراتژی نحوه تعامل و مشارکت فعال با مشتریان است.

الف- مدیریت ارتباط با سازمان

ب -مدیریت ارتباط با مصرف کنندگان

ج -مدیریت ارتباط با کالاها

د -مدیریت ارتباط با مشتریان

۷۹-کدام نوع CRM عملیات و اتوماسیون فرآیندهای ارائه خدمت به مشتریان مانند فرآیندهای بازاریابی، فروش و ارائه خدمات

پس از فروش را مدیریت می کند؟

الف-CRM استراتژیک

ب- CRM تحلیلی

ج- CRM عملیاتی

د- CRM مدیریتی

۸۰-فرآیندی است که با استفاده از آن داده های عملیاتی که از بازاریابی و ارتباط با مشتری جمع آوری شده است را به اطلاعاتی

تبدیل می نماید که در تصمیم گیری های فرآیندی و استراتژیک به سازمان کمک می کند.

الف- CRM استراتژیک

ب- CRM تحلیلی

ج- CRM عملیاتی

د- CRM مدیریتی

۸۱-کدام نوع CRM به شما کمک می کند که ارزش بیشتری برای مشتریان خود خلق کنید؟

الف- CRM استراتژیک

ب- CRM تحلیلی

ج- CRM عملیاتی

د- CRM تعاملی

۸۲- مولفه های اصلی CRM چیست؟

الف- مدیریت ، ارتباط ، مشتری

ب -مدیریت، تعادل، مشتری

ج -مدیریت ، ارتباط، فروش

د -بازاریابی، ارتباط، فروش

۸۳- کدام گزینه از اهداف مدیریت ارتباط با مشتری نیست؟

الف -حفظ مشتریان فعلی

ب -جذب مشتریان جدید

ج -شناخت نیازهای مشتریان

د -افزایش فروش

۸۴- هدف اصلی CRM استراتژیک چیست؟

الف -جذب و حفظ بازار

ب -جذب و حفظ مشتریان سود آور

ج -بهبود فرآیندهای بازاریابی

د -استفاده بهینه از فرصت ها

۸۵- هدف اصلی CRM عملیاتی چیست؟

الف -جذب و حفظ بازار

ب -جذب و حفظ مشتریان سود آور

ج -بهبود فرآیندهای بازاریابی ،فروش وخدمات پس ازفروش

د -استفاده بهینه از نقاط قوت سازمان

۸۶- کدام نوع CRM کمتر مورد توجه سازمانها قرار گرفته است؟

الف- CRM استراتژیک

ب- CRM تحلیلی

ج- CRM عملیاتی

د- CRM تعاملی

۸۷- هدف اصلی CRM تحلیلی چیست؟

الف- بهبود روابط مشتریان وسازمانها

ب -بهبود فرآیندهای بازاریابی ،فروش وخدمات پس ازفروش

ج -مدیریت رقبا ومشتریان

د -ثبت ، استخراج ، یکپارچه سازی، پردازش داده های مربوط به مشتری

۸۸- کدام گزینه از مزایای CRM تحلیلی نیست؟

الف -بهبودسازی ارتباطات درون و برون سازمانی

ب -افزایش توان جذب، نگهداری، توسعه و ارائه خدمات

ج- کارایی فعالیت‌ها و فرایندهای بازاریابی، فروش و خدمات پشتیبانی به مشتریان

د- افزایش فروش کالا و خدمات

۸۹- به مجموعه‌ای از اطلاعات بیمه‌ای با ساختار منظم و سازمان یافته گفته می‌شود؟

الف- پایگاه داده

ب- معماری داده

ج- تصویرسازی داده

د- تجزیه و تحلیل داده

۹۰- فرآیندی است چند مرحله‌ای که طی آن داده‌های خام شرکت‌های بیمه خلاصه، کدبندی، دسته‌بندی، و در نهایت پردازش می‌شوند؟

الف- معماری داده‌های بیمه‌ای

ب- واژه‌نامه داده‌های بیمه‌ای

ج- تجزیه و تحلیل داده‌های بیمه‌ای

د- مدل‌سازی داده‌های بیمه‌ای

۹۱- بازاری است که افراد پول و علاقه لازم به خرید کالا دارند اما نیازی به وجود آن ندارد؟

الف- بازار فعال

ب- بازار پنهان

ج- بازار محتمل

د- بازار بالفعل

۹۲- کمبودی است که توسط فرد احساس می‌شود؟

الف- نیاز

ب- خواسته

ج- تقاضا

د- مبادله

۹۳- کدام گزینه جزء شیوه‌های رفع نیاز افراد در بازار می‌باشد؟

الف- بازاریابی محافظتی

ب- بازاریابی تبدیلی

ج- بازاریابی پیش‌بین

د- بازاریابی پنهان

۹۴- کدام نوع شیوه‌ی رفع نیاز، حالت انفعالی دارد و برای شناسایی و ارضای نیازهایی به کار می‌رود که روشن و آشکار است.

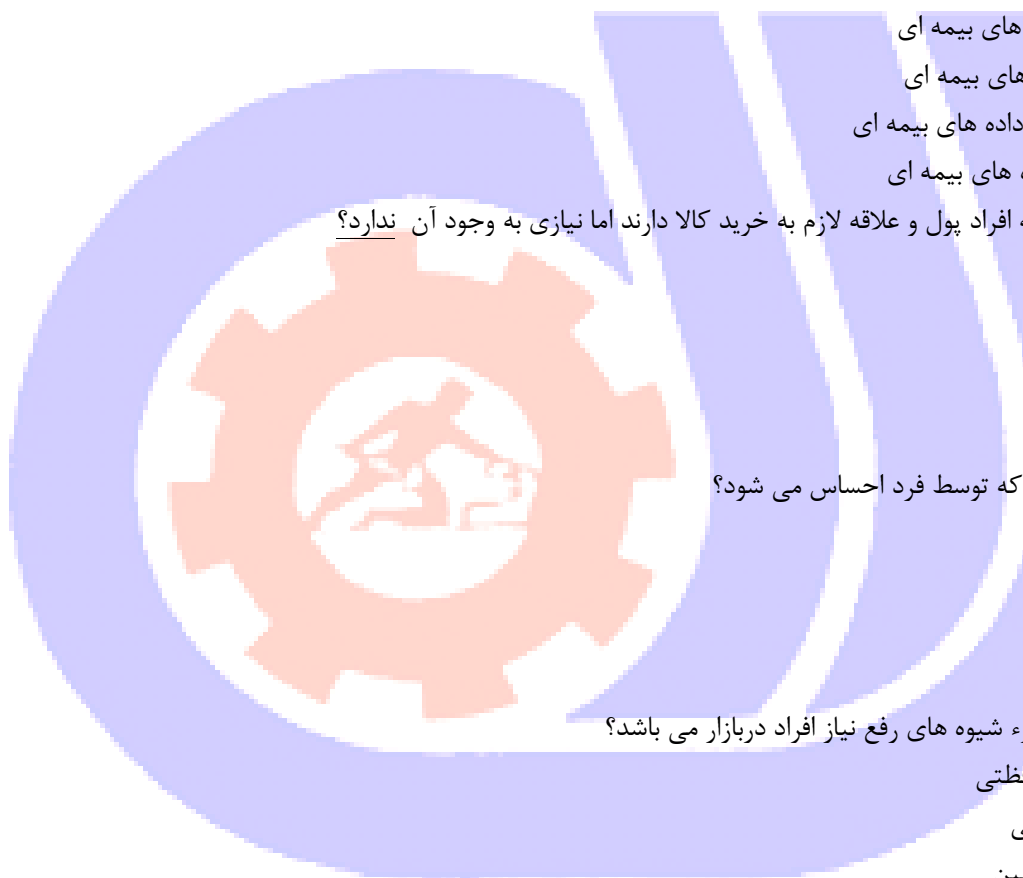
الف- بازاریابی پیش‌بین

ب- بازاریابی واکنشی

ج- بازاریابی نیازآفرین

د- بازاریابی تبدیلی

۹۵- کدام نوع بازاریابی زمانی صورت می‌گیرد که نیاز هنوز بروز داده نشده است؟



الف -بازاریابی تبدیلی

ب -بازاریابی محافظتی

ج -بازاریابی نیازآفرین

د -بازاریابی پیش بین

۹۶-نیاز وخواسته های مشتریان در بازارهای مختلف تحت تاثیر کدام عوامل می باشد؟

الف -عوامل اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی

ب -عوامل اقتصادی ، سیاسی، علمی

ج -عوامل اقتصادی، فرهنگی، سیاسی

د -عوامل جغرافیایی، فرهنگی، اقتصادی

۹۷-از نظر مازلو در بازارهای توسعه نیافته بیشتر مردم در کدام مرحله از رفع نیازها می باشند؟

الف -نیازهای اجتماعی

ب -نیازهای خود شکوفایی

ج -نیازهای خودیابی

د -نیازهای مادی

۹۸-از نظر مازلو در بازارهای نیمه توسعه یافته، اکثر افراد در کدام مرحله از رفع نیازها می باشند؟

الف -نیازهای اجتماعی

ب -نیازهای خود شکوفایی

ج -نیازهای خودیابی

د -نیازهای مادی

۹۹-از نظر مازلو در بازارهای توسعه یافته، اکثر افراد در کدام مرحله از رفع نیازها می باشند؟

الف -نیازهای مادی

ب -نیازهای خودیابی

ج -نیازهای اجتماعی

د -نیازهای خود شکوفایی

۱۰۰-کدام گزینه بیانگر کیفیت ارضاء نیازها ومطلوبیت های دلخواه انسان می باشد؟

الف -نیاز

ب -خواسته ها

ج -تقاضا

د -مبادله

