



حرفه نمایندگان بیمه

عنوان شغل:

تجزیه و تحلیل بازار هدف بیمه

کد شغل: ۳۳۲۱۱۱۰۰۰۰

نمونه سؤالات شایستگی:

هدف گذاری در بازار بیمه

کد شایستگی: ۳۳۲۱۱۰۰۰۰۳

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 وسائل 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 - بازاریابشناسی

ب - بازاریابی

ج - بازاریاداری

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 - بازاریابشناسی

ج - بازار سازی

د - بازاریاداری

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

الف - بازارگردانی

ب - بازاریاداری

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 - بازاریابی 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 - ۳ ماه یکبار

ج - ۶ ماه یکبار

د - ۲ سال 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- بیمه مرکزی جمهوری اسلامی ایران پروانه کارگزاری را برای چه مدت صادر می کند؟

الف - یک سال

ب - سه سال



ج - پنج سال

د - ده سال

۳۵- واگذاری سهام موسسات بیمه ایرانی غیردولتی به اشخاص حقیقی یا حقوقی تا درصد موافقت بیمه مرکزی ج.ا.ا مجاز است؟

الف - ۱۰

ب - ۲۰

ج - ۴۹

د - ۵۰

۳۶- آئین نامه کارمزد نمایندگی و کارگزاری رسمی بیمه مشتمل بر ماده و تبصره می باشد.

الف - ۷ و ۱۶

ب - ۶ و ۱۵

ج - ۷ و ۱۷

د - ۱۵ و ۶

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- کارمزد بیمه آتش سوزی منازل مسکونی برای شرکت نمایندگی بیمه درصد است.

الف - ۲۵

ب - ۲۹

ج - ۱۰

د - ۱۲

۴۰- کارمزد بیمه بابرری کالاهای وارداتی برای شرکت نمایندگی بیمه درصد است.

الف - ۱۰

ب - ۱۲

ج - ۵

د - ۶

۴۱- 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

۴۲-طبق ماده ۱۵ قانون بیمه، در صورت وقوع حادثه
الف - بیمه گذار موظف است از تاریخ اطلاع خود، مراتب وقوع حادثه را ظرف مدت ۵ روز به اطلاع بیمه گر برساند.

ب - بیمه گذار در فرصت مناسب موضوع را به اطلاع بیمه گر خواهد رسانید.

ج - مراتب وقوع حادثه بایستی توسط مراجع ذی صلاح به بیمه گر اطلاع داده شود و بیمه گذار تعهدی ندارد

د - بیمه گذار مکلف است ظرف یک ماه موضوع وقوع حادثه را به اطلاع بیمه گر برساند؟

۴۳-عبارت است از فن انتقال اطلاعات، افکار و رفتارهای انسانی از یک شخص به شخص دیگر.

الف - ارتباط

ب - گفتگو

ج - مذاکره

د - توافق

۴۴-هدف اصلی از برقراری ارتباط است.

الف - انتقال داده

ب - انتقال پیام

ج - انتقال اشکال

د - انتقال افکار

۴۵-دو عنصر اصلی ارتباط و می باشد.

الف - کلامی و تصاویر

ب - کلامی و غیر کلامی

ج - اشکال هندسی و کلامی

د - کلامی و صوتی

۴۶-بازاریابی عبارت است از.....

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

ب - فرآیند مدیریتی، اجتماعی که به وسیله ی آن افراد و گروهها از طریق تولید و مبادله ی کالا و خدمات به تامین نیازها و خواسته 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.

۴۷-این شیوه زمانی به کار گرفته می شود که برای کالاها و خدمات عرضه شده ی شرکت، تقاضای منفی وجود داشته باشد.

الف - بازاریابی انگیزشی

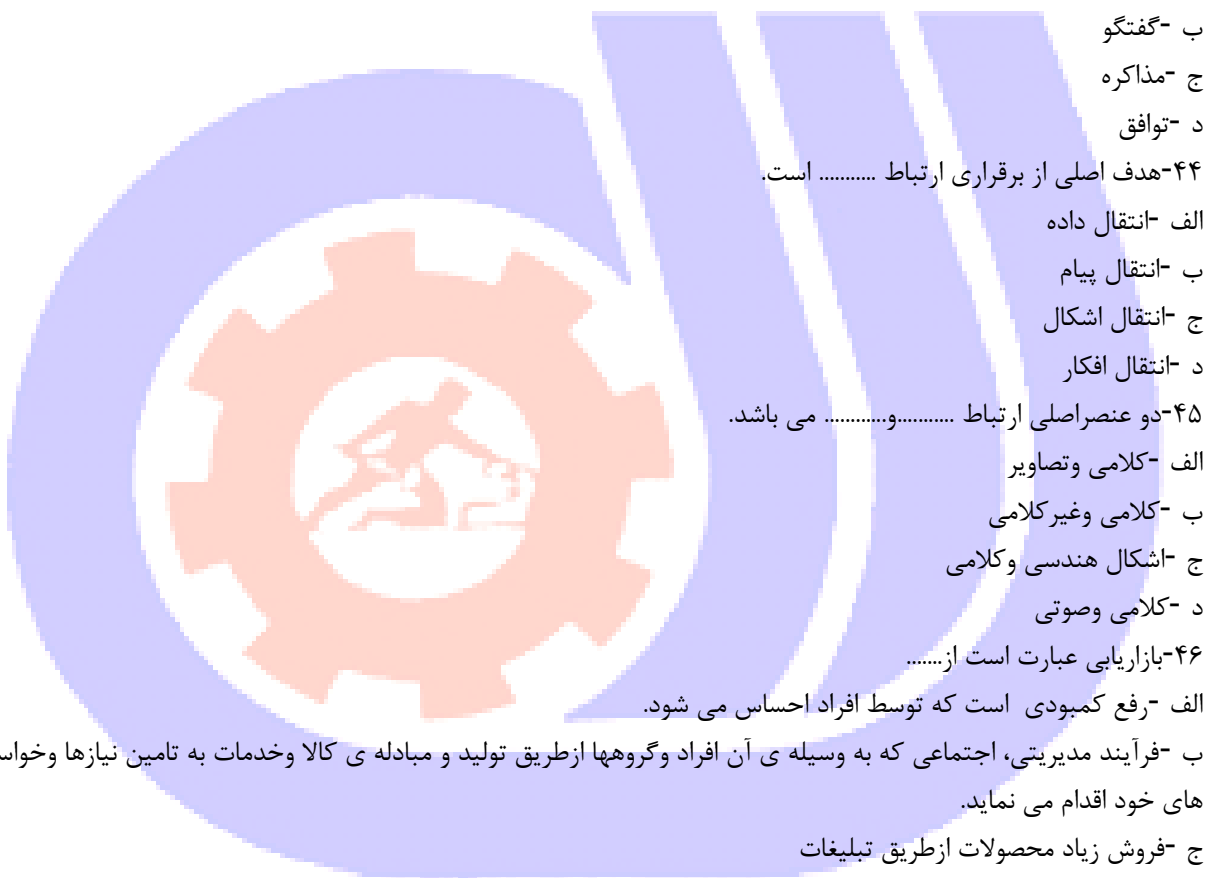
ب - بازاریابی تبدیلی

ج - بازاریابی پرورشی

د - بازاریابی مقابله ای

۴۸-اولین ویژگی بازاریابی جدید چیست؟

الف - گرایش به بازار



ب - گرایش به نیازهای مشتریان

ج - تحقیقات

د - گرایش به بازار و نیازهای مشتریان

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

الف - فروش

ب - تولید

ج - بازاریابی

د - بازاریابی اجتماعی

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

الف - کالا

ب - تولید

ج - فروش

د - بازاریابی

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

الف - انگیزشی

ب - تبدیلی

ج - پرورشی

د - مقابله ای

۵۲- استراتژی بازاریابی توسعه ای چه نامیده می شود؟

الف - آشکار نمودن نیازها

ب - آشکار نمودن تقاضا

ج - بازاریابی احیایی

د - بازاریابی انگیزشی

۵۳- 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

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

الف - بازارشناسی

ب - بازاریابی

ج - بازاریابی

د - بازاریابی

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

الف - فروش هرچه بیشتر محصولات



ب - ارضای نیازها و خواسته های مشتریان

ج - تبلیغات مناسب برای کالاها

د - کسب قدرت رقابتی برای شرکت

۵۶- کدام یک از عبارات های زیر مفهوم مدیریت ارتباط با مشتری CRM را بیان می کند؟

الف - تمرکز CRM بر بهبود مدیریت 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.

۵۷- 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

۵۸- 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

۵۹- کدام نوع بازاریابی به جذب مشتریان رقا، 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

۶۰- 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

۶۱- 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

۶۲- 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

۶۳-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

۶۴-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

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

الف -فلسفه فروش

ب -فلسفه کالا

ج -فلسفه بازاریابی

د -فلسفه بازاریابی اجتماعی

۶۶-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

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

الف -بازار

ب -بازاریابی

ج -نیاز و خواسته ها

د -مشتریان

۶۸-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

۶۹- CRM مخفف چه چیزی است؟

الف- Customer Relation Management

ب- Custom Relationship Management

ج- Customer Relationship Management

د- Customer Relationship Manager

۷۰- 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

۷۱- 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

۷۲- 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

۷۳- 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

۷۴- مولفه های اصلی CRM چیست؟

الف- مدیریت ، ارتباط ، مشتری

ب -مدیریت، تعادل، مشتری

ج -مدیریت ، ارتباط، فروش

د -بازاریابی، ارتباط، فروش

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

الف - حفظ مشتریان فعلی

ب - جذب مشتریان جدید

ج - شناخت نیازهای مشتریان

د - افزایش فروش

۷۶-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

۷۷-هدف اصلی CRM عملیاتی چیست؟

الف - جذب و حفظ بازار

ب - جذب و حفظ مشتریان سود آور

ج - بهبود فرآیندهای بازاریابی، فروش و خدمات پس از فروش

د - استفاده بهینه از نقاط قوت سازمان

۷۸-کدام نوع CRM کمتر مورد توجه سازمان ها قرار گرفته است؟

الف-CRM استراتژیک

ب-CRM تحلیلی

ج-CRM عملیاتی

د-CRM تعاملی

۷۹-هدف اصلی CRM تحلیلی چیست؟

الف- بهبود روابط مشتریان و سازمان ها

ب- بهبود فرآیندهای بازاریابی، فروش و خدمات پس از فروش

ج -مدیریت رقبا و مشتریان

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

۸۰-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

۸۱-کدام گزینه ۴مقوله ی آمیخته ی بازاریابی را شامل می شود؟

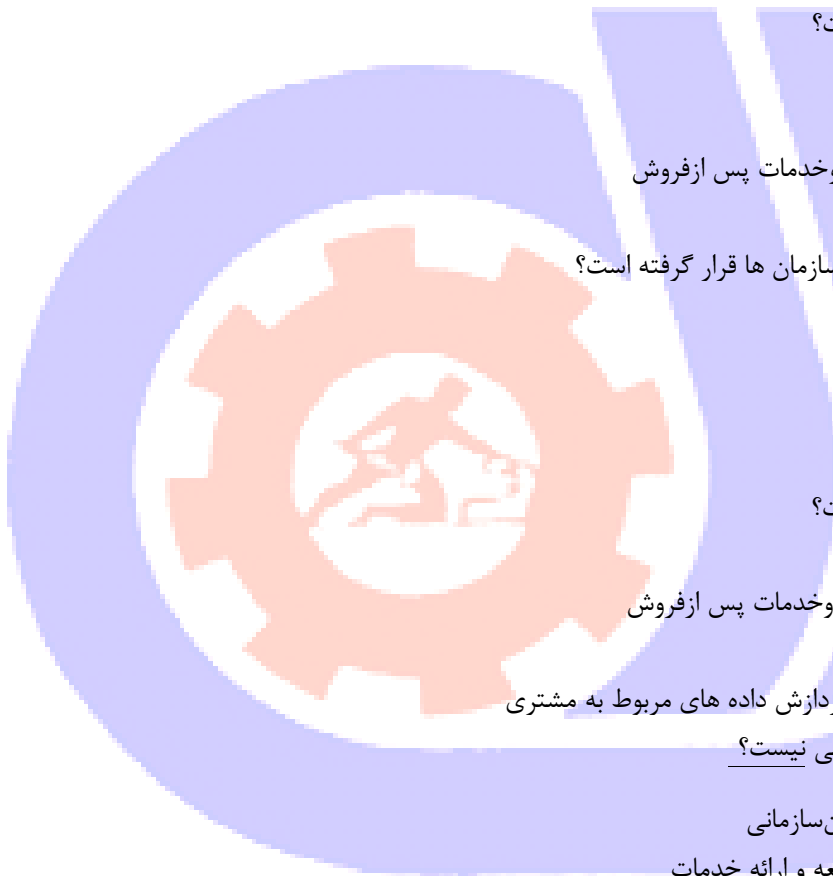
الف -کالا ، خدمات ، توزیع، قیمت

ب -کالا، خدمات ، قیمت ، عرضه

ج -محصول، قیمت، مکان، توزیع

د -محصول، قیمت، مکان، عرضه

۸۲-تعیین نوع تبلیغات جزء کدام از آمیخته ی بازاریابی می باشد؟



الف - محصول

ب - قیمت

ج - مکان

د - ترویج

۸۳- هزینه‌ای است که مصرف‌کنندگان برای استفاده از یک محصول پرداخت می‌کنند؟

الف - تبلیغات

ب - قیمت

ج - مبادله

د - نیاز

۸۴- عبارتست از حالت محرومیت احساس شده بر فرد که این محرومیت آرامش و تعادل آدمی را برهم زده و انگیزه‌ای برای ارضای آن پدید می‌آورد.

الف - نیاز

ب - خواسته

ج - مبادله

د - تقاضا

۸۵- پایه و اساس بازاریابی چیست؟

الف - مبادله

ب - معامله

ج - تقاضا

د - خواسته

۸۶- به واحد اندازه‌گیری بازاریابی اطلاق می‌شود.

الف - نیاز

ب - خواسته

ج - مبادله

د - معامله

۸۷- تعیین نام تجاری جزء کدام یک از 4P بازاریابی است؟

الف- Product

ب- Place

ج- Price

د - Promotion

۸۸- روشی است برای رفع نیاز که در آن فرد کالای مورد نیاز خود را با پرداخت پول یا ارائه کالا یا خدمت به دیگران بدست می‌آورد؟

الف- نیاز

ب - خواسته

ج - تقاضا



د -مبادله

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

الف -نیاز

ب -تقاضا

ج -مبادله

د -خواستہ ها

۹۰-طراحی محصول جزء کدام یک از آمیخته بازاریابی است؟

الف -قیمت

ب -محصول

ج -مکان

د -ترویج

۹۱-تعیین نوع کانال های توزیع جزء کدام یک از آمیخته بازاریابی است؟

الف -قیمت

ب -محصول

ج -مکان

د -ترویج

۹۲-تعیین تخفیف ها ومشوق ها جزء کدام بعد از آمیخته بازاریابی می باشد؟

الف -قیمت

ب -محصول

ج -مکان

د -ترویج

۹۳-در کدام مرحله از آمیخته بازاریابی باید در مورد پوشش های منطقه ای (جغرافیایی) تصمیم گیری کرد؟

الف -قیمت

ب -محصول

ج -مکان

د -ترویج

۹۴-کدام مولفه، مهم ترین عنصر آمیخته بازاریابی است و میزان سود و بقای یک کسب و کار را تعیین می کند.

الف -قیمت

ب -محصول

ج -مکان

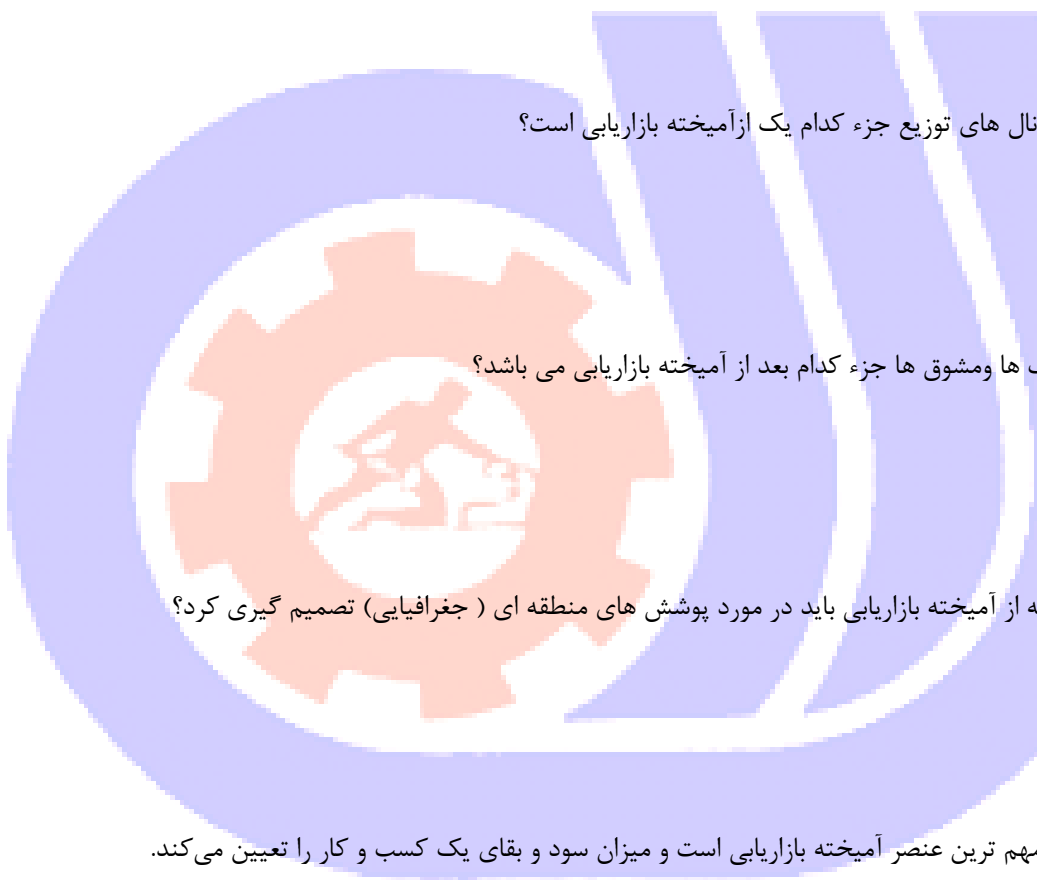
د -ترویج

۹۵-چیزی که برای تامین یک نیاز وخواستہ به بازار عرضه می شود نام دارد.

الف -محصول

ب -ایده

ج -عقیده



د - خدمت

۹۶- کدام مولفه آمیخته بازاریابی می‌تواند در به رسمیت شناخته شدن برند و افزایش فروش تاثیر قابل توجهی داشته باشد.

الف - قیمت

ب - محصول

ج - مکان

د - ترویج

۹۷- عبارت است از ایجاد ارتباط و هماهنگی یکپارچه میان ۴ مولفه محصول، قیمت، مکان عرضه و ترویج

الف - استراتژی

ب - راهبرد

ج - آمیخته بازاریابی

د - بازاریابی

۹۸- کدام نوع محیط به نحوه همکاری و ایجاد ارتباط بخش بازاریابی با سایر بخش‌ها اشاره دارد؟

الف - محیط داخلی

ب - محیط عمومی

ج - محیط خارجی

د - محیط کلان

۹۹- نفوذ در بازار، معرفی و شناساندن سازمان، محصولات و خدمات تعریف کدام یک از ابعاد بازاریابی می‌باشد؟

الف - بازاریابی

ب - بازاریابی

ج - بازاریابی

د - بازاریابی

۱۰۰- حفظ مشتری و ایجاد زمینه برای بازگرداندن او به سوی خود تعریف کدام یک از ابعاد بازاریابی می‌باشد؟

الف - بازاریابی

ب - بازاریابی

ج - بازاریابی

د - بازاریابی

