

۱- کلی ترین مفهوم مارکتینگ چیست؟

۱. نزدیک کردن فروشندگان و خریداران
۲. برآورده کردن درخواست مصرف کنندگان
۳. انتقال کالا از محلی به محل دیگر
۴. رساندن کالا به مصرف کنندگان نهایی

۲- شناخت کدام یک از عوامل زیر مهم ترین و مشکل ترین وظیفه یک بازاریاب است؟

۱. نیازهای فیزیکی
۲. نیازهای اجتماعی
۳. عوامل درونی و انگیزشی
۴. عوامل بیرونی

۳- کدامیک از موارد زیر بعنوان آمیخته بازاریابی (S + P) نمی باشد؟

۱. کالا
۲. قیمت
۳. ریسک
۴. محل

۴- کدام یک از انواع بازاریابی ، زمانی مشاهده می شود که برای کالاها و خدمات مشخصی تقاضا وجود ندارد؟

۱. بازاریابی تبدیلی
۲. بازاریابی انگیزشی
۳. بازاریابی توسعه ای
۴. بازاریابی همزمانی

۵- وظیفه بازاریاب در بازاری با تقاضای کامل چیست؟

۱. بازاریابی مجدد
۲. بازاریابی همزمانی
۳. بازاریابی تحریکی
۴. بازاریابی ابقایی

۶- کدام گزینه جزو عوامل چهارگانه تولید به شمار نمی رود؟

۱. زمین
۲. اطلاعات
۳. کار
۴. سرمایه

۷- کدام گزینه یکی از بنیادی ترین فعالیتهای بازاریابی است و از مهم ترین مباحث بازاریابی نوین و راهبردی می باشد که بسیار مورد توجه است؟

۱. حمل و نقل
۲. درجه بندی
۳. بسته بندی
۴. انبارداری

۸- در نظام مبتنی بر بازار آزاد کدام عامل بعنوان ابزاری برای ایجاد تعادل ، نقشی محوری و اساسی ایفا می کند؟

۱. فروشنده
۲. خریدار
۳. قیمت
۴. دولت

۹- آخرین مرحله عملکرد و فعالیت فیزیکی بازاریابی چیست؟

۱. درجه بندی
۲. بسته بندی
۳. انبارداری
۴. توزیع مکانی

۱۰- هدف اولیه بسته بندی محصولات چیست؟

۱. سهولت در مبادله محصول
۲. کاهش ضایعات
۳. حفاظت در مقابل صدمات فیزیکی، شیمیایی و بیولوژیکی
۴. ایجاد جاذبه برای خریدار

۱۱- بازار اکثر محصولات کشاورزی ، نزدیک به کدام نوع بازار است؟

۱. رقابت کامل
۲. انحصار چندجانبه
۳. رقابت انحصاری
۴. انحصار کامل

۱۲- فاصله موجود بین حداقل توان بازار و توان بالقوه بازار ، چه چیزی را نشان می دهد؟

۱. حساسیت کلی تولید
۲. حساسیت کلی تقاضا
۳. حساسیت کلی توزیع
۴. حساسیت کلی عرضه

۱۳- کسب اطلاعات از کدام یک از منابع ، معمولا سریع تر و کم هزینه تر از اطلاعاتی است که از سایر منابع تهیه می شوند؟

۱. سرمایه های اطلاعاتی بازاریابی
۲. تحقیقات بازاریابی
۳. سایتهای اطلاع رسانی رقبا
۴. منابع داخلی

۱۴- اولین مرحله از فرآیند تحقیقات بازاریابی کدام است؟

۱. تهیه طرح تحقیق
۲. اجرای طرح تحقیق
۳. تعریف مشکل و تعیین اهداف تحقیق
۴. تعبیر و تفسیر و گزارش یافته ها

www.nashr-estekhdam.ir

۱۵- پرهزینه ترین مرحله ی فرآیند تحقیقات بازاریابی کدام است؟

۱. تعیین اهداف تحقیق
۲. جمع آوری اطلاعات
۳. تهیه طرح تحقیق
۴. گزارش یافته ها

۱۶- در کدام یک از انواع تحقیقات بازاریابی ، رابطه علت و معلولی بین دو پدیده کشف و اندازه گیری می شود؟

۱. تحقیق تجربی
۲. تحقیق اکتشافی
۳. تحقیق توصیفی
۴. تحقیق میدانی

۱۷- اگر محققان ، جامعه را به گروه هایی تقسیم کنند که شامل انواع مختلفی از اعضا باشد و سپس از میان آنها گروه هایی را انتخاب کنند که نمونه کل جامعه باشد ، از کدام روش نمونه گیری استفاده کرده اند؟

۱. نمونه گیری غیر احتمالی
۲. نمونه گیری طبقه بندی شده
۳. نمونه گیری منطقه ای
۴. نمونه گیری خوشه ای

۱۸- زمانی که محقق بخواهد پرسشهایش را بصورتی عمیق مورد بحث قرار دهد از کدام نوع مصاحبه و نظرخواهی استفاده می کند؟

۱. نظرخواهی از طریق پست
۲. مصاحبه تلفنی
۳. نظرخواهی حضوری
۴. مصاحبه گروهی

۱۹- رایج ترین و متداول ترین شکل سازمان بازاریابی کدام است؟

۱. سازمان جغرافیایی
۲. سازمان عملیاتی
۳. سازمان دایره بازاریابی
۴. سازمان مدیریت محصول

۲۰- شرکتهایی که محصول تولیدی زیادی دارند و یا محصولات آنها دارای تعداد زیادی مارکهای تجاری است ، اغلب از کدام سازمان بازاریابی استفاده می کنند؟

۱. سازمان مدیریت محصول
۲. سازمان دایره بازاریابی
۳. سازمان جغرافیایی
۴. سازمان عملیاتی

۲۱- شرکتها برای بررسی منتقدانه از عملکرد کلی بازاریابی خود برای ارزیابی اهداف و خط مشی ها به کدام نوع کنترل نیاز دارند؟

۱. کنترل تولید
۲. کنترل بازاریابی
۳. کنترل استراتژیک
۴. کنترل فروش

۲۲- کدام یک از موارد زیر امروزه پایه و اساس همه ی فعالیتهای تخفیف دار محسوب می شود؟

۱. سلف سرویس
۲. خدمات محدود
۳. خدمات کامل
۴. فوق بازار

۲۳- کدام یک از انواع بازاریابی ، ابزار اساسی بازاریابی مستقیم به حساب می آید؟

۱. بازاریابی با کاتالوگ
۲. بازاریابی از راه دور
۳. بازاریابی تلویزیونی
۴. بازاریابی الکترونیکی

www.nashr-estekhdam.ir

۲۴- کدام گزینه قسمت اعظم خرده فروشی را تشکیل می دهد؟

۱. خرده فروشی بازاری
۲. خرده فروشی سازمانی
۳. خرده فروشی فروشگاه
۴. خرده فروشی غیر فروشگاه

۲۵- کدام دسته از فروشگاه ها ، هدف مصرف کنندگانی هستند که برای خرید ، درآمد کافی دارند ولی وقت کافی ندارند؟

۱. فروشگاه های اختصاصی
۲. فروشگاه های عمومی
۳. فروشگاه های بازاری
۴. فروشگاه های راحت

۲۶- بزرگترین گروه عمده فروشان کدامند؟

۱. دلالتان
۲. دفاتر و شعبات فروش
۳. کارگزاران
۴. عمده فروشان تجاری

۲۷- کدام یک از موارد زیر، ترکیب محدودی از کالاها را عرضه می کنند که گردش سریعی دارند و بیشتر مشتریان آنها خرده فروشان کوچکنند؟

۱. عمده فروشان پستی
۲. عمده فروشان نقدی
۳. واسطه های امانی
۴. واسطه های فرمایشی

۲۸- بیشترین نوع موجود در عمده فروشی کارگزاری چیست؟

۱. کارگزاران بیمه
۲. کارگزاران معاملات ملکی
۳. کارگزاران تولیدکنندگان
۴. کارگزاران مواد غذایی

۲۹- کدام دسته از کالاها بدون برنامه ریزی قبلی یا صرف انرژی برای یافتن آنها خریداری می شوند و معمولاً همه جا در دسترسند؟

۱. کالاهای مقایسه ای
۲. کالاهای اختصاصی
۳. کالاهای محرک
۴. کالاهای ضروری

۳۰- کدام گزینه، کالاهایی هستند که توسط افراد و سازمانها با هدف بازپروری یا استفاده در اداره امور خریداری می شوند؟

۱. کالاهای صنعتی
۲. کالاهای اختصاصی
۳. کالاهای اضطراری
۴. کالاهای محرک

۳۱- در طول منحنی عمر محصول، مشکل ترین مرحله برای شرکت کدام است؟

۱. مرحله بلوغ
۲. مرحله معرفی
۳. مرحله رشد
۴. مرحله افول

۳۲- در مرحله بلوغ و اشباع، روند قیمت چگونه است؟

۱. حداکثر و سپس کاهش
۲. کاهش و سپس حداکثر
۳. یکنواخت
۴. صعودی

۳۳- شرکتهایی که اغلب با مازاد ظرفیت مواجه می شوند یا با شرایط رقابتی بسیار جدی مواجه می شوند، کدام گزینه را بعنوان مهم ترین و اصلی ترین هدف خود انتخاب می کنند؟

www.nashr-estekhdam.ir

۱. بقا
۲. رهبری سهم بازار
۳. به حداکثر رساندن سود جاری
۴. رهبری کیفیت کالا

۳۴- کدام گزینه حد پایین قیمت فروش را نشان می دهد؟

۱. تقاضا
۲. هزینه
۳. تابع بازار
۴. سود

۳۵- کدام یک از انواع بازارها از تعداد محدودی فروشنده تشکیل شده که هر کدام نسبت به سیاست قیمت گذاری و خطی مشی های بازاریابی دیگران از خود حساسیت بسیاری نشان می دهند؟

۱. انحصار کامل ۲. رقابت کامل ۳. انحصار چندجانبه ۴. رقابت انحصاری

۳۶- در کدام یک از شیوه های قیمت گذاری ، قیمت کالا تابع اقلام و لوازم اضافی همراه کالای اصلی است؟

۱. قیمت گذاری اجباری ۲. قیمت گذاری نفوذی
۳. قیمت گذاری خط محصول ۴. قیمت گذاری اختیاری

۳۷- از کدام یک از انواع کانالهای توزیع ، غالباً تولیدکنندگان کوچک مواد غذایی ، دارویی ، فلزآلات و سایر کالاهای مشابه استفاده می کنند؟

۱. کانال یک ۲. کانال دو ۳. کانال سه ۴. کانال چهار

۳۸- کدام یک از روشهای حمل و نقل ، دارای بالاترین میزان مزایاست؟

۱. حمل و نقل هوایی ۲. حمل و نقل با کامیون ۳. حمل با کشتی ۴. حمل و نقل ریلی

۳۹- مهمترین متغیر اقتصادی محصول چیست؟ www.nashr-estekhdam.ir

۱. قیمت ۲. تقاضا ۳. عرضه ۴. سود

۴۰- کدام گزینه جزو ریسکهای شخصی نمی باشد؟

۱. ریسک مالی ۲. ریسک شغلی ۳. ریسک روحی ۴. ریسک اعتماد

1	الف
2	ج
3	ج
4	د
5	د
6	د
7	الف
8	ج
9	د
10	ج
11	الف
12	د
13	د
14	ج
15	د
16	الف
17	د
18	ج
19	د
20	الف
21	ج
22	الف
23	د
24	ج
25	الف
26	د
27	د
28	ج
29	ج
30	الف
31	د
32	ج
33	الف
34	د
35	ج
36	د
37	ج
38	د
39	الف
40	د

۱- کدام نوع بازاریابی برای کالاها و خدماتی که برای آنها تقاضا وجود ندارد صورت میگیرد؟

۱. بازاریابی تبدیلی ۲. بازاریابی توسعه ای ۳. بازاریابی تحریکی ۴. بازاریابی انگیزشی

۲- تقاضای متزلزل در کدام نوع بازاریابی موثر است؟

۱. بازاریابی تبدیلی ۲. بازاریابی توسعه ای ۳. بازاریابی انگیزشی ۴. بازاریابی مجدد

۳- حالتی که در آن سرعت تقاضا بالاتر از عرضه باشد، کدام نوع بازاریابی است.

۱. بازاریابی ابقایی ۲. بازاریابی تبدیلی ۳. بازاریابی انگیزشی ۴. عدم بازاریابی

۴- کدام مورد از مهم‌ترین مباحث بازاریابی نوین و راهبردی از زیر مجموعه کانال توزیع مورد توجه می‌باشد؟

۱. حمل و نقل ۲. تولید ۳. فساد پذیری ۴. تقاضا

۵- عمده ترین روش حمل و نقل میوه ها کدام است؟

۱. کشتی ۲. هواپیما ۳. راه های هوایی ۴. راه های دسترسی زمینی

۶- کدامیک از خصوصیات محصولات کشاورزی نیست؟

۱. فسادپذیری ۲. فصلی بودن ۳. حجیم بودن ۴. با دوام بودن

۷- تقاضای کل بازار به کدام عوامل بستگی دارد؟

۱. دوره زمانی مشخص ۲. منطقه جغرافیایی ۳. محیط بازاریابی معین ۴. تمام موارد

۸- حساسیت کلی تقاضا، فاصله موجود بین حداقل توان بازار و کدام عامل زیر است؟

۱. بازار تقاضا ۲. میزان تقاضا ۳. اعتبار بازار ۴. توان بالقوه بازار

۹- معاملات تضمینی از خصوصیات کدام نوع بازار می باشد؟

۱. بازار سر مزرعه ۲. بازار روز ۳. بازارهای مدت دار ۴. بازار تقاضا

۱۰- در کدام یک از بازارهای زیر محصولات بدون آن که ظاهر شوند معامله می‌شوند؟

۱. بازار سر مزرعه ۲. بازار روز ۳. بازارهای مدت دار ۴. بازار بورس

www.nashr-estekhdam.ir

۱۱- اولین مرحله فرآیند تحقیقات بازاریابی کدام است؟

۱. تعیین مشکل ۲. تهیه طرح ۳. تعبیر نتایج ۴. تفسیر نتایج

۱۲- دوره زمانی اهداف اجرایی، چه مدتی است؟

۱. نامحدود ۲. چند ساله ۳. سه ساله ۴. کوتاه مدت یا یکساله

۱۳- در تحقیق تجربی کدام عامل تعیین کننده است؟

۱. رابطه علت و معلولی ۲. رابطه تقاضا و عرضه ۳. رابطه کالا و مصرف ۴. هر سه مورد

۱۴- در کدام روش تحقیق اطلاعات از منابع رسمی دریافت میشود و انعطاف وجود ندارد؟

۱. تحقیق اکتشافی ۲. تحقیق توصیفی ۳. تحقیق تجربی ۴. تحقیق اصلی

۱۵- آخرین گام هر تحقیق کدام گزینه است؟

۱. تعیین نیازهای اطلاعاتی ۲. تعیین منابع اخذ اطلاعات
۳. تعریف مسأله ۴. تهیه گزارش ها و رهنمودها

۱۶- در کدام روش اطلاعات بوسیله محقق تولید می شود؟

۱. روش اسنادی ۲. روش پیمایشی
۳. روش اصلی ۴. روش اسنادی و پیمایشی

www.nashr-estekhdam.ir

۱۷- رایج ترین و متداول ترین شکل سازمان بازاریابی کدام است؟

۱. سازمان زیرساختی ۲. سازمان غیر اداری ۳. سازمان اداری ۴. سازمان عملیاتی

۱۸- سازمان مدیریت محصول در کدام شرکت ها رایج است؟

۱. محصولات تولیدی زیاد ۲. محصولات تولیدی کم ۳. یک نوع محصول ۴. یک نوع محصول خاص

۱۹- شرکتها برای بررسی منتقدانه از عملکرد بازار یابی به کدام کنترل نیاز دارد؟

۱. کنترل سودآوری ۲. کنترل استراتژیک ۳. کنترل عرضه ۴. کنترل تقاضا

۲۰- در کدام نوع فروشگاهها تعداد نسبتا محدودی کالا با ترکیب نسبتا کامل ارائه میشود؟

۱. فروشگاههای راحت ۲. فروشگاههای عمومی ۳. فروشگاههای اختصاصی ۴. هر سه مورد

۲۱- کدام فروشگاهها بزرگترین فروشگاههای توزیع کالا هستند؟

۱. فوق بازارها ۲. فروشگاههای ترکیبی ۳. سوپراستورها ۴. هر سه مورد

۲۲- ترکیب خدمات همراه از متغیرهای اصلی تصمیم گیری کدام گروه است؟

۱. عمده فروشان ۲. خرده فروشان ۳. کشاورزان ۴. هر سه مورد

۲۳- تبلیغات پیشبردی از موارد توجه کدام دسته می باشد؟

۱. عمده فروشان ۲. خرده فروشان ۳. یکسان است ۴. مشخص نیست

۲۴- خدمات پس از فروش بسیار زیاد از خصوصیات کدام دسته است؟

۱. خرده فروشان ۲. عمده فروشان با خدمات محدود
۳. عمده فروشان با خدمات کامل ۴. تفاوتی ندارند

۲۵- کدام نوع واسطه ها به خرده فروشان اقلام دارویی و کالاهای بقالی خدمت می کنند؟

۱. واسطه های فرمایشی ۲. واسطه های امانی ۳. واسطه های زمانی ۴. هیچکدام

۲۶- در تحولات محسوس عمده فروشی، اتحاد عمده فروشی ها با یکدیگر باعث..... تعداد آنها می شود.

۱. کاهش ۲. افزایش ۳. ثابت ماندن ۴. عدم تغییر

۲۷- شکلات و روزنامه ها در محل خروجی فروشگاهها از کدام نوع کالاها می باشند؟

۱. کالاهای ضروری ۲. کالاهای ناخواسته ۳. کالاهای محرک ۴. هیچکدام

۲۸- کدام دسته کالاها می هستند که بدون برنامه ریزی قبلی یا صرف انرژی برای یافتن آنها، خریداری می شوند؟

۱. کالاهای محرک ۲. کالاهای اضطراری ۳. کالاهای ضروری ۴. هیچکدام

۲۹- کالاهایی که با حداقل مقایسه و تلاش مشتری به طور عادی و سریع خریده می شوند جزء کدام دسته هستند؟

۱. راحتی ۲. مقایسه ای ۳. اختصاصی ۴. نا خواسته

۳۰- وسایل کشف اعتیاد و دستگاههای پخش با دیسکت از کدام نوع کالاها می باشند؟

۱. کالاهای ضروری ۲. کالاهای ناخواسته ۳. کالاهای محرک ۴. هیچکدام

۳۱- خط محصولی که یک مدیر بتواند با کاهش تعداد اقلام کالا سود را افزایش دهد را چه می نامند؟

۱. خط کوتاه ۲. خط بلند ۳. یکسان است ۴. فرقی ندارند

۳۲- بزرگترین مزیت نوسازی مرحله‌ای خط تولید چیست؟

۱. زمان بر بودن
۲. اطلاع از واکنش مشتریان
۳. پرهزینه بودن
۴. مزیتی ندارد

۳۳- شرکت‌هایی که درباره سودآوری حساسیت زیادی دارند چگونه خط تولیدی را انتخاب میکنند؟

۱. اقلام معمولی و خط بلند
۲. اقلام معمولی و خط کوتاه
۳. اقلام خاص و خط کوتاه
۴. اقلام خاص و خط بلند

۳۴- در کدام مرحله از مراحل گوناگون منحنی عمر محصول توزیع محدود است؟

۱. معرفی
۲. رشد
۳. بلوغ و اشباع
۴. افول

۳۵- در کدام مرحله از مراحل گوناگون منحنی عمر محصول شاهد بیشترین رقابت هستیم؟

۱. معرفی
۲. رشد
۳. بلوغ و اشباع
۴. افول

۳۶- قیمت تثبیت شده از خصوصیات کدامیک از مراحل منحنی عمر محصول است؟

۱. رشد
۲. معرفی
۳. بلوغ و اشباع
۴. افول

۳۷- هزینه کل شامل کدام موارد زیر است؟

۱. هزینه ثابت
۲. هزینه متغیر
۳. هزینه ثابت و متغیر
۴. هزینه غیر ثابت و غیر متغیر

۳۸- هزینه های سربار نام دیگر کدام دسته می باشد؟

۱. هزینه ثابت
۲. هزینه متغیر
۳. هزینه ثابت و متغیر
۴. هزینه غیر ثابت و غیر متغیر

www.nashr-estekhdam.ir

۳۹- تقاضای فرضی برای کدام کالاها از نوع خطی است؟

۱. کالای شخصیت آور
۲. کالای معمولی
۳. کالاهای شخصیت آور و معمولی
۴. هیچکدام

۴۰- واکنش تقاضا در برابر تغییر قیمت چه نام دارد؟

۱. کشش قیمت
۲. کشش تقاضا
۳. کشش عرضه
۴. هیچکدام

1	ج
2	د
3	د
4	الف
5	د
6	د
7	د
8	د
9	ج
10	د
11	الف
12	د
13	الف
14	ب
15	د
16	ب
17	د
18	الف
19	ب
20	ج
21	الف
22	ب
23	ب
24	ج
25	ب
26	الف
27	ج
28	الف
29	الف
30	ب
31	ب
32	ب
33	ج
34	الف
35	ج
36	ج
37	ج
38	الف
39	ب
40	الف

۱- کدام گزینه تعریف تولید در معنای اقتصادی می باشد؟

۱. صنعت و وجود آوردن

۲. درست کردن و ایجاد کردن

۳. ایجاد تغییرات در منابع خام و اولیه موجود و تبدیل آن به محصولات برای رفع نیاز

۴. همه موارد بالا صحیح می باشد.

۲- در بازار یابی، انتقال اطلاعات از شخصی به شخص دیگر یا اشخاص دیگر به منظور آگاهی چه نامیده می شود؟

۱. تبلیغ

۲. آگاهی

۳. ترفیع

۴. مبادله

۳- مهم ترین و مشکل ترین وظیفه یک بازار یاب کدام عامل می باشد ؟

۱. شناخت بازار

۲. اطلاعات قیمت

۳. شناخت عوامل درونی (انگیزش، احساس، آگاهی و....)

۴. تعیین بازار هدف

۴- تشخیص دهنده اصلی نیاز مصرف کنندگان با استفاده از مواد اولیه کدام گروه هستند؟

۱. تولیدکنندگان

۲. عمده فروشان

۳. دولت

۴. خریدار نهایی

۵- زمانی که یک سازمان از میانگین سطح قیمت راضی ولی از نمونه های مقطعی آن کاملاً ناراضی باشد. مثلاً در فصولی تقاضا از ظرفیت عرضه و تولید سازمان بالاتر و بالعکس، در جهت رفع این تقاضای نامنظم از کدام نوع بازاریابی استفاده می گردد؟

۱. بازاریابی مجدد

۲. بازاریابی انگیزشی

۳. بازاریابی تبدیلی

۴. بازاریابی همزمانی

۶- در بازاریابی کشاورزی کدام عبارت صحیح می باشد ؟

۱. باورود تکنولوژی به کشاورزی نیاز به سیستم بازاریابی کمتر است.

۲. با مهاجرت روستاییان به شهرها نیاز به سیستم بازاریابی کمتر می باشد.

۳. زیربنای گسترش نظام بازاریابی، گسترش نظام تولیدی این محصولات است.

۴. موارد ۱ و ۲

۷- عوامل تشکیل دهنده مبادله و توزیع عبارتند از (به ترتیب):

۱. پول و اعتبارات، سرمایه

۲. سرمایه، کلیه مصرف کنندگان

۳. کلیه مصرف کنندگان، کلیه تولیدکنندگان

۴. پول و اعتبارات، کلیه مصرف کنندگان

۸- در تجارت های بین المللی سهم کدام یک از روش های حمل و نقل بیشتر می باشد؟

۱. حمل و نقل زمینی (جاده ای ،ریلی)
۲. حمل و نقل دریایی
۳. حمل نقل هوایی
۴. موارد ۱ و ۳

۹- اینکه صادرات میوه از ترکیه در بسته بندیهای چوبی و شکیل در کامیون های سردخانه دار به بازار دبی می رسند، کدام یک از وظایف بازاریابی رانسان می دهد؟

۱. درجه بندی
۲. استاندارد کردن
۳. حمل و نقل
۴. بسته بندی و فرآوری محصولات

۱۰- براساس استاندارد شماره ۸۳۰ ملی روش نگهداری میوه ها و سبزیجات محصول انگور باید در چه دمایی نگهداری شود؟

۱. صفر تا پنج درجه سانتی گراد رطوبت نسبی ۹۵-۸۵دو تا سه ماه انبارداری
۲. پنج تا ده درجه سانتی گراد رطوبت نسبی ۹۵-۸۵دو تا سه ماه انبارداری
۳. صفر تا منهای پنج درجه سانتی گراد رطوبت نسبی ۹۵-۸۵دو تا سه ماه انبارداری
۴. پنج تا منهای ده درجه سانتی گراد رطوبت نسبی ۹۵-۸۵دو تا سه ماه انبارداری

www.nashr-estekhdam.ir

۱۱- کدام دسته از اقدامات زیر از فعالیتهای تسهیلاتی بازاریابی می باشد؟

۱. خرید و فروش و انبارداری
۲. تبدیل و حمل نقل
۳. انبارداری و جمع آوری محصولات
۴. بسته بندی و جمع آوری اطلاعات و اطلاع رسانی

۱۲- بازار هایی از این نوع که در شمال کشور موجود هست و روستاییان در آنجا دستاوردهای خود را عرضه می کنند، چه نوع بازاری محسوب می شوند؟

۱. بازار تولید به مصرف
۲. بازار سر مزرعه
۳. بازار خرده فروشی
۴. بازار عمده فروشی

۱۳- بازارهایی که در آنجا معاملات تضمینی انجام می شود و درواقع نوعی بازار سلف می باشند؟

۱. بازارهای مدت دار
۲. بازار بورس
۳. بازار مصرف
۴. بازار خرده فروشی

۱۴- در کدام یک از محصولات زیر دولت به عنوان خریدار نهایی محسوب می شود و سهم مبادلات آزاد در این گروه اندک است؟

۱. محصولات جالیزی و میوه ها
۲. خرما
۳. دانه های روغنی
۴. چغندر قند

۱۵- سریع ترین و کم هزینه ترین روش کسب اطلاعات مدیران بازاریابی کدام یک از منابع زیر می باشد؟

۱. اطلاعات و اخبار بازاریابی
۲. منابع داخلی شرکت
۳. تحقیقات بازاریابی
۴. مشتریان

۱۶- اولین مرحله از فرایند تحقیقات بازاریابی برای رسیدن به اهداف بازار می باشد؟

۱. تهیه طرح تحقیق
۲. تعبیر و تفسیر نتایج تحقیق
۳. اجرای طرح تحقیق
۴. تعیین مشکل و اهداف تحقیق

۱۷- اهداف کوتاه مدت یا یک ساله که در حقیقت برنامه کار بنگاه را مشخص میکند چه نوع اهدافی می باشد؟

۱. اهداف راهبردی
۲. چشم انداز
۳. اهداف اجرایی
۴. دورنما

۱۸- کدام عبارت صحیح می باشد ؟

۱. در تحقیق توصیفی روابط علی و معلولی بررسی می شود .
 ۲. در تحقیق تجربی روابط علی و معلولی بررسی نمی شود .
 ۳. در تحقیق توصیفی اطلاعات از منابع رسمی اخذ می شود و انعطاف وجود ندارد .
 ۴. تمام گزینه ها صحیح می باشد .
- www.nashr-estekhdam.ir

۱۹- آخرین مرحله از فرآیند انجام تحقیق در پژوهش های بازاریابی چه نام دارد؟

۱. تهیه گزارش ها و رهنمودها
۲. پردازش اطلاعات
۳. تعیین فرم های اطلاعاتی
۴. جمع آوری اطلاعات

۲۰- اگر محققان جامعه را به گروه هایی تقسیم بندی کنند که شامل اعضا مختلفی از جامعه باشد و سپس از میان گروهها نمونه کل جامعه را انتخاب کرد به اصطلاح این نوع نمونه گیری چه نام دارد؟

۱. نمونه گیری خوشه ای
۲. نمونه گیری طبقه بندی شده
۳. نمونه گیری منطقه ای
۴. نمونه گیری غیر احتمالی

۲۱- زمانی که محقق به پاسخی آنی نیاز دارد به ویژه اگر این پرسش باید برای گروه کثیری از مردم مطرح شود از چه روش گردآوری اطلاعات استفاده می گردد؟

۱. نظر خواهی از طریق پست
۲. مصاحبه حضوری
۳. مصاحبه تلفنی
۴. مصاحبه در منازل ،دفترکار یا مزرعه

۲۲- شرکتی که دامنه فروش آن در سراسر کشور گسترده برای فروشندگان خود غالباً از چه نوع سازمانی استفاده می‌کند؟

۱. سازمان عملیاتی
۲. سازمان فروش
۳. سازمان جغرافیایی
۴. سازمان فروش محصولات جدید

۲۳- برای شرکت هایی که محصولات تولیدی شان زیاد هست یا محصولات آنها تعداد زیادی مارک تجاری دارند بهتر هست از چه نوع سازمانی استفاده کنند؟

۱. سازمان مدیریت محصول
۲. سازمان بازاریابی
۳. سازمان فروش سرتاسری
۴. سازمان مدیریت بازار

۲۴- شرکت ها برای بررسی منتقدانه از عملکرد کلی بازاریابی خود به کدام کنترل نیاز دارند؟

۱. کنترل تولید
۲. کنترل بازاریابی
۳. کنترل استراتژیک
۴. سازمان مدیریت محصول

۲۵- تعداد نسبتاً محدودی کالا با ترکیب نسبتاً کاملی از هر کالا چه نوع فروشگاه‌ای است ؟

۱. فروشگاه های اختصاصی
۲. خرده فروش فروشگاه‌ای
۳. سوپرمارکت ها
۴. فروشگاه بزرگ

۲۶- فروشگاه‌هایی با این خصوصیت که معمولاً در حوالی مناطق مسکونی قرار دارند و هر هفت روز هفته کار می‌کنند وساعات کار آنها طولانی است چه نوع فروشگاه‌ای است؟

۱. فروشگاه های بزرگ
۲. فروشگاه های راحت
۳. فروشگاه های ترکیبی
۴. خرده فروشی فروشگاه‌ای

۲۷- به مجموعه فعالیت هایی اطلاق می شود که هدف از فروش کالا وخدمات به کسانی است که برای فروش مجدد یا مصارف تجاری کالا خریداری می‌کنند؟

۱. عمده فروشی
۲. دلان
۳. خرده فروشان
۴. بازاریابی

www.nashr-estekhdam.ir

۲۸- بزرگ ترین گروه عمده فروشان کدام دسته از گروه های زیر می باشند ؟

۱. عمده فروشان تجاری
۲. دلان وکارگزاران
۳. دفاتر وشعب فروش تولید کنندگان
۴. دفاتر خرید

۲۹- گروه هایی که خریدار و فروشنده را گرد هم می آورد و حین مذاکره درباره معامله به ایشان کمک می کند چه گروههایی هستند؟

۱. کارگزاران
۲. عمده فروشان نقدی
۳. واسطه های امانی
۴. دلالان

۳۰- دسته ای از عمده فروشان که خدماتی را نظیر تحویل کالا، قفسه بندی، تحویل موجودی جنسی، تامین مالی به خریداران ارائه می کنند شامل کدام گروه از عمده فروشان با خدمات محدود می باشند؟

۱. واسطه های فرمایشی
۲. واسطه های امانی
۳. عمده فروشان پستی
۴. عمده فروشان نقدی

۳۱- این گروه از عمده فروشان برای مشتریان خرده فروش صنعتی و سازمانی کاتالوگ ارسال می کنند؟

۱. تعاونی های تولید کنندگان
۲. عمده فروشان پستی
۳. واسطه های امانی
۴. دفاتر و شعب تولید کنندگان

۳۲- دسته ای از کالاهای که بازاریابان آنها را براساس عادات خرید مصرف کنندگان تقسیم می کنند؟

۱. کالاهای با دوام
۲. کالاهای بی دوام
۳. کالاهای مصرفی
۴. همه موارد

۳۳- کدام دسته از کالاهای زیر از نوع کالاهای محرک می باشند؟

۱. اتومبیل و اثاثیه منزل
۲. سس گوجه فرنگی و خمیر دندان کرست
۳. محصولات دخانه و صابون
۴. شکلات و روزنامه

۳۴- کالاهایی که توسط افراد و سازمان ها با هدف بازپروری یا استفاده در امور، خریداری می شوند چه نام دارند؟

۱. کالاهای صنعتی
۲. کالاهای اختصاصی
۳. کالاهای مقایسه ای
۴. کالاهای راحتی

۳۵- در این مرحله فروش به کندی افزایش می یابد و سودی وجود ندارد و یا بسیار ناچیز است، از ویژگی های کدام مرحله از منحنی عمر محصول می باشد؟

۱. مرحله رشد
۲. مرحله معرفی
۳. مرحله افول
۴. مرحله اشباع

www.nashr-estekhdam.ir

۳۶- در مرحله رشد و افول روند قیمت چگونه است؟ (به ترتیب)

۱. در حال کاهش، بالا و پایین
۲. تثبیت شده، تثبیت شده
۳. در حال افزایش، در حال افزایش
۴. در حال کاهش، حفظ سود آوری (بالا یا پایین)

۳۷- دسته ای از هزینه ها که مستقیماً تابع سطح تولید می باشد؟

۱. هزینه های متغیر
۲. هزینه های ثابت
۳. هزینه های سربار
۴. هزینه کل

۳۸- آسان ترین شیوه قیمت گذاری، تعیین قیمت بر چه اساسی است؟

۱. روش هزینه مصرف کننده
۲. روش قیمت گذاری براساس ذهنیت خریدار
۳. روش اضافه بر هزینه تمام شده
۴. تعیین قیمت براساس قیمت جاری

۳۹- بعضی از شرکت ها کالاهایی را تولید می کنند که باید لزوما همراه با کالای اصلی استفاده شود، این شرکت ها باید از چه نوع قیمت گذاری استفاده کنند؟

۱. قیمت گذاری انتخابی
۲. قیمت گذاری اجباری
۳. قیمت گذاری نفوذی
۴. قیمت گذاری محصولات فرعی

۴۰- آب وهوا،امراض،علف های هرز،ناباروری دام های تولیدی جزو کدام دسته از منابع ریسک ها می باشند؟

۱. ریسک تولید
۲. ریسک قیمت
۳. ریسک مالی
۴. ریسک عملیاتی

1	ج
2	الف
3	ج
4	الف
5	د
6	ج
7	د
8	ب
9	د
10	الف
11	د
12	الف
13	الف
14	د
15	ب
16	د
17	ج
18	ج
19	الف
20	الف
21	ج
22	ج
23	الف
24	ج
25	الف
26	ب
27	الف
28	الف
29	د
30	ب
31	ب
32	ج
33	د
34	الف
35	ب
36	د
37	الف
38	ج
39	ب
40	الف

۱- کدام دسته به تبلیغات پیشبردی بیشتر توجه دارند؟

۱. خرده فروشان
۲. عمده فروشان
۳. یکسان است
۴. مشخص نیست

۲- کدام دسته خدمات پس از فروش بالاتری ارائه میدهند؟

۱. خرده فروشان
۲. عمدهفروشان با خدمات محدود
۳. عمدهفروشان با خدمات کامل
۴. تفاوتی ندارند

۳- عواملی که پس از سفارش کالا، با هماهنگی تولید کننده آن را ارائه میکنند چه مینامند؟

۱. واسطه‌های فرمایشی
۲. واسطه‌های زمانی
۳. واسطه‌های امانی
۴. واسطه‌های مالی

۴- کدام دسته کالاهایی هستند که بدون برنامه‌ریزی قبلی یا صرف انرژی برای یافتن آنها، خریداری می‌شوند؟

۱. کالاهای ضروری
۲. کالاهای محرک
۳. کالاهای اضطراری
۴. کالاهای محرک و ضروری

۵- محصولات دخانی، صابون و روزنامه، جزء کدام دسته کالاها محسوب می‌شوند؟

۱. راحتی
۲. مقایسه ای
۳. اختصاصی
۴. نا خواسته

۶- بیمه عمر و دایرةالمعارف از جمله مثال‌های کلاسیک کدام نوع کالاها می باشند؟

۱. کالاهای ضروری
۲. کالاهای ناخواسته
۳. کالاهای محرک
۴. کالاهای ضروری و محرک

۷- خط محصولی که یک مدیر بتواند با افزودن بر تعداد اقلام کالا سود را افزایش دهد چه نامیده می‌شود؟

۱. خط کوتاه
۲. خط بلند
۳. یکسان است
۴. خط میانی

www.nashr-estekhdam.ir

۸- تنها عیب نوسازی مرحله‌ای خط تولید چیست؟

۱. زمان بر بودن
۲. مطلع شدن رقبا
۳. پر هزینه بودن
۴. عیبی ندارد

۹- شرکت‌هایی که درباره سودآوری حساسیت زیادی دارند چگونه خط تولیدی را انتخاب میکنند؟

۱. اقلام خاص و خط کوتاه
۲. اقلام خاص و خط بلند
۳. اقلام غیر خاص و خط کوتاه
۴. اقلام غیرخاص و خط بلند

۱۰- قیمت در حال کاهش از خصوصیات کدامیک از مراحل منحنی عمر محصول است؟

۱. رشد
۲. معرفی
۳. بلوغ و اشباع
۴. افول

۱۱- در کدام مرحله از مراحل گو ناگون منحنی عمر محصول تعداد خرده فروشان حداکثر است؟

۱. معرفی
۲. رشد
۳. بلوغ و اشباع
۴. افول

۱۲- هزینه کل شامل کدام موارد زیر است؟

۱. هزینه ثابت و متغیر
۲. هزینه ثابت و هزینه فرصت
۳. هزینه متغیر و فرصت
۴. هزینه های عملیاتی

۱۳- حد بالایی قیمت فروش، تابع کدام عوامل است؟

۱. بازار و تقاضا
۲. بازار
۳. تقاضا
۴. قیمت سایر تولیدکنندگان

۱۴- آسان ترین شیوه قیمت گذاری کدام است؟

۱. براساس هزینه تمام شده
۲. براساس ذهنیت خریدار
۳. براساس قیمت گذاری رقبا
۴. قیمت گذاری رقبا و هزینه تمام شده

۱۵- در روش قیمت گذاری با ارائه پیشنهاد از کدام روش کمک گرفته میشود؟

۱. سود مورد انتظار
۲. سود مورد تقاضا
۳. سود بیشتر
۴. سود کمتر

۱۶- توزیع جغرافیایی بالاتر انبارها چه تاثیری بر سرعت تحویل کالا دارد ؟

۱. سریعتر میشود
۲. کندتر میشود
۳. تغییر نمیکند
۴. هر حالتی ممکن است

www.nashr-estekhdam.ir

۱۷- کدامیک از ابتدایی ترین مزیت های شرکت های تعاونی است ؟

۱. افزایش قدرت چانه زنی
۲. کاهش عملیات بازاریابی
۳. افزایش هزینه های بازاریابی
۴. افزایش قدرت چانه زنی و کاهش عملیات بازاریابی

۱۸- عبارت زیر تعریف کدام قاعده است: برای هر استراتژی روی بدترین پیامد ممکن تمرکز نموده و سایر پیامدها را نادیده می گیرد.

۱. حداکثر حداقلها
۲. حداکثر حداکثرها
۳. حداقل حداقلها
۴. حداقل حداکثرها

۱۹- کدام نوع بازاریابی برای کالاها و خدمات عرضه شده با تقاضای منفی صورت میگیرد؟

۱. بازاریابی تبدیلی
۲. بازاریابی توسعه ای
۳. بازاریابی تحریکی
۴. بازاریابی انگیزشی

۲۰- تقاضای مخفی در کدام نوع بازاریابی موثر است؟

۱. بازاریابی تبدیلی
۲. بازاریابی انگیزشی
۳. بازاریابی تحریکی
۴. بازاریابی توسعه ای

۲۱- وظیفه بازاریاب در بازاری با تقاضای کامل کدام نوع بازاریابی است؟

۱. بازاریابی ابقایی
۲. بازاریابی تبدیلی
۳. بازاریابی انگیزشی
۴. بازاریابی تحریکی

۲۲- کدام گزینه جزو خصوصیات محصولات کشاورزی قرار نمی گیرد؟

۱. فسادپذیری
۲. فصلی بودن
۳. حجیم بودن
۴. با دوام بودن

۲۳- تقاضای کل بازار به کدام عوامل بستگی دارد؟

۱. منطقه جغرافیایی
۲. دوره زمانی مشخص
۳. محیط بازاریابی معین
۴. منطقه جغرافیایی، دوره زمانی تعیین شده و محیط بازاریابی معین

www.nashr-estekhdam.ir

۲۴- فاصله موجود بین حداقل توان بازار و توان بالقوه بازار را چه مینامند؟

۱. حساسیت کلی تقاضا
۲. بازار تقاضا
۳. میزان تقاضا
۴. اعتبار بازار

۲۵- در بازاریابی کشاورزی بازارهایی که در آنها معاملات تضمینی انجام می شود را چه مینامند؟

۱. بازارهای مدت دار
۲. بازار سر مزرعه
۳. بازار روز
۴. بازار تقاضا

۲۶- در بازار مدت دار کدام گزینه از خصوصیات کالا است؟

۱. قابلیت نگه داری کم
۲. محصولات غیراستاندارد
۳. جریان کالای محدود
۴. جریان کالای نامحدود

۲۷- اگرچه چهار بنگاه حداکثر ۴۰ درصد بازار انحصاری را داشته باشند آن بازار را چه می نامند؟

۱. بازار انحصار چند جانبه بسته
۲. بازار رقابت انحصاری
۳. رقابت کامل
۴. رقابت ناقص

۲۸- شرکتها برای هرچه بهتر انتخاب کردن نواحی مختلف فروش، به کدام احتیاج دارند؟

۱. برآورد توان بالقوه بازار
۲. برآورد توان بالفعل بازار
۳. برآورد توان کل بازار
۴. برآورد توان بالقوه و بالفعل بازار

۲۹- کسب اطلاعات تهیه شده از منابع داخلی نسبت به منابع بیرونی چگونه است؟

۱. سریع تر
۲. دقیق تر
۳. اسان تر
۴. سریع تر و دقیق تر

۳۰- در کدام روش رابطه علت و معلولی بین دو پدیده کشف و اندازه گیری می شود؟

۱. تحقیق اکتشافی
۲. تحقیق توصیفی
۳. تحقیق تجربی
۴. تحقیق اصلی

۳۱- در آغاز هر تحقیق بازاریابی، اولین گام چیست؟

۱. تعیین نیازهای اطلاعاتی
۲. تعیین منابع اخذ اطلاعات
۳. تعیین مشکل
۴. تعیین اهداف تحقیق

۳۲- به دست آوردن اطلاعات پس از تعیین آنها با کدام روش صورت میگیرد؟

۱. روش اسنادی
۲. روش پیمایشی
۳. روش اصلی
۴. روش اسنادی و پیمایشی

۳۳- دوره زمانی اهداف اجرایی، چه مدتی است ؟

۱. کوتاه مدت
۲. یکساله
۳. چند ساله
۴. کوتاه مدت یا یکساله

۳۴- تحقیقات معمولاً به کمک پانل یا ارسال پرسش نامه یا تلفن از کدام نوع زیر است؟

۱. اکتشافی
۲. توصیفی
۳. اکتشافی و توصیفی
۴. تجربی

www.nashr-estekhdam.ir

۳۵- رایج ترین و متداول ترین شکل سازمان بازاریابی کدام است؟

۱. سازمان عملیاتی
۲. سازمان زیرساختی
۳. سازمان اداری
۴. سازمان موقت

۳۶- شرکت های دارای محصولات تولیدی زیاد و مارک های تجاری گوناگون از کدام سازمان استفاده می کنند؟

۱. سازمان مدیریت محصول
۲. سازمان فروش جغرافیایی
۳. سازمان مدیریت نامحدود
۴. سازمان مدیریت محدود

۳۷- برای تولید محصول های متنوع و چندین مارک غالباً از چه نوع سازمانی استفاده می شود؟

۱. سازمان جغرافیایی
۲. سازمان فروش
۳. سازمان مدیریت محصول
۴. سازمان فروش و مدیریت محصول

۳۸- انجام اقدامات اصلاحی برای اطمینان از دستیابی به اهداف بازاریابی از کدام نوع زیر است؟

۱. سازمان جغرافیایی
۲. سازمان فروش
۳. سازمان مدیریت محصول
۴. کنترل بازاریابی

۳۹- مصرف کنندگان با درآمد کافی و وقت محدود اغلب مشتری کدام فروشگاهها هستند؟

۱. فروشگاههای راحت
۲. فروشگاههای عمومی
۳. فروشگاههای بازاری
۴. فروشگاههای عمومی و راحت

۴۰- کدامیک از متغیرهای اصلی تصمیم گیری خردهفروشان است؟

۱. ترکیب قیمت
۲. ترکیب خدمات همراه
۳. فضای شهری محل
۴. ترکیب قیمت و خدمات همراه

الف	1
ج	2
الف	3
ب	4
الف	5
ب	6
الف	7
ب	8
الف	9
الف	10
ج	11
الف	12
الف	13
الف	14
الف	15
الف	16
الف	17
الف	18
الف	19
د	20
الف	21
د	22
د	23
الف	24
الف	25
د	26
الف	27
د	28
د	29
ج	30
ج	31
د	32
د	33
ج	34
الف	35
الف	36
ج	37
د	38
الف	39
ب	40

۱- انتقال اطلاعات شخصی به شخص یا اشخاص دیگر به منظور آگاهی چه نام دارد؟

۱. آگهی ۲. تقاضا ۳. تبلیغ ۴. آگهی و تبلیغ

۲- مهم ترین محور ارتباطی فروش در گذشته در شهرهای ایران را نام دارد؟

۱. فروشگاههای کوچک ۲. فروشگاههای بزرگ ۳. بازار ۴. سوپر مارکت ها

۳- از میان عوامل آمیخته بازاریابی کدام یک از انعطاف پذیری بالاتری برخوردار است؟

۱. قیمت ۲. محصول ۳. خدمات ۴. ترویج

۴- عرضه کننده کالا جهت مصرف نهایی به خریداران کدام گروه می باشد؟

۱. خرده فروشان ۲. عمده فروشان ۳. تولیدکنندگان ۴. دولت

۵- زمانی که برای کالا و خدمات عرضه شده تقاضای منفی وجود داشته باشد از چه نوع بازاریابی استفاده می گردد؟

۱. بازاریابی تحریکی ۲. بازاریابی توسعه ای ۳. بازاریابی تبدیلی ۴. بازاریابی مجدد

۶- کدام عبارت صحیح می باشد؟

۱. با ورود تکنولوژی به کشاورزی سنتی نیاز به بازاریابی کمتر میگردد.

www.nashr-estekhdam.ir

۲. د استفاده از روش های به زراعی نیاز به بازاریابی کمتر میگردد.

۳. بازاریابی محصولات کشاورزی از پیچیدگی بیشتری نسبت به محصولات صنعتی برخوردار است.

۴. با افزایش مهاجرت روستاییان به شهر هانیا به سیستم بازاریابی کمتر می گردد.

۷- عوامل تشکیل دهنده مبادله در بازاریابی کدام یک می باشد؟

۱. پول و اعتبارات ۲. مصرف کنندگان ۳. سرمایه ۴. مدیریت

۸- به طور کلی عمده ترین روش حمل و انتقال میوه ها استفاده از چه راه هایی می باشد؟

۱. راههای دسترسی زمینی ۲. حمل و نقل دریایی ۳. حمل و نقل هوایی ۴. حمل و نقل ریلی

۹- مبنایی برای نظارت بر تولید و کشف تقلبات و هم چنین اساس مبادلات پایاپای و نقدی در بازارهای جهانی کدام عامل می باشد؟

۱. فرآوری محصولات ۲. حمل و نقل ۳. استاندارد کردن ۴. نگهداری در سردخانه ها

۱۰- در تجارت بین المللی سهم کدام یک از راههای حمل و نقل بیشتر می باشد ؟

۱. حمل نقل زمینی ۲. حمل نقل دریایی ۳. حمل نقل هوایی ۴. حمل و نقل ریلی

۱۱- در کدام یک از بازارهای کشاورزی محصول یا کالا بدون آنکه ظاهر شود معامله می‌گردد؟ (براساس مشخصات)

۱. بازار بورس
۲. بازار سر مزرعه
۳. بازار خرده فروشی
۴. نمی توان قضاوت کرد

۱۲- یک شنبه بازارها و دوشنبه بازارها جزو کدام یک از بازارهای کشاورزی می باشند؟

۱. بازارهای تولید به مصرف
۲. بازار خرده فروشی
۳. بازار سر مزرعه
۴. همه موارد

۱۳- تهیه اطلاعات مورد مدیران بازاریابی از کدام یک از راههای زیر قابل انجام می باشد؟

۱. دولت ها
۲. تولید کنندگان
۳. مصرف کنندگان
۴. منابع داخلی شرکت

۱۴- اولین مرحله از فرآیند تحقیقات بازاریابی کدام عامل می باشد؟

۱. تهیه طرح تحقیق
۲. تعیین مشکل
۳. اجرای طرح تحقیق
۴. ارایه گزارش تحقیق

۱۵- داف اجرایی در تحقیقات بازاریابی یک هدف است.

۱. بلندمدت و ده ساله
۲. میان مدت پنج ساله
۳. کوتاه مدت و یک ساله
۴. نمی توان قضاوت کرد

۱۶- زمانی که بازاریاب برای نمونه گیری با یک جمعیت کوچک روبرو باشد میتواند از چه روشی استفاده جهت نمونه گیری

استفاده نماید؟ www.nashr-estekhdam.ir

۱. نمونه گیری ساده تصادفی
۲. نمونه گیری طبقه بندی شده

۳. نمونه گیری منطقه ای
۴. نمونه گیری قضاوتی

۱۷- اگر بازاریاب جهت جمع آوری اطلاعات الزاما باید از پرسش های عمیق استفاده بکند از چه روشی باید بهره گیرد؟

۱. نظرخواهی از طریق پست
۲. مصاحبه تلفنی
۳. مصاحبه حضوری
۴. مصاحبه گروهی

۱۸- در ایران اطلاع رسانی بازار محصولات کشاورزی توسط کدام یک از مراکز زیر انجام می‌گیرد؟

۱. بانک مرکزی ایران
۲. وزارت دارایی
۳. سازمان مرکزی تعاون روستایی ایران
۴. سازمان تنظیم بازار

۱۹- در شرکت هایی که محصولات تولیدی زیادی دارند و تعداد زیاد مارک های تجاری دارند بازاریابان از چه نوع سازمانی باید استفاده بکنند؟

۱. سازمان مدیریت فروش
۲. سازمان مدیریت محصولات
۳. سازمان مدیریت تبلیغات
۴. سازمان اداری بازاریابی

۲۰- شرکت هایی که دامنه فروش آنها در سراسر کشور گسترده است باید از چه نوع سازمانی استفاده کند ؟

۱. سازمان عملیاتی
۲. سازمان جغرافیایی
۳. سازمان مدیریت بازار
۴. همه موارد

۲۱- شرکت ها برای بررسی منتقدانه از عملکرد کلی بازاریابی به کدام کنترل نیاز دارد ؟

۱. کنترل سود آوری
۲. کنترل بازاریابی
۳. کنترل استراتژیک
۴. کنترل مصرف

۲۲- فروشگاه‌های با تعداد محدودی کالا با ترکیب نسبتاً کامل از هر قلم چه نام دارد؟

۱. خرده فروش فروشگاه‌های
۲. فروشگاه های اختصاصی
۳. سوپرمارکت ها
۴. فروشگاه‌های بزرگ

۲۳- کدام دسته از عمده فروشان بزرگترین گروه عمده فروشان را تشکیل می دهند ؟

۱. عمده فروشان تجاری
۲. دلان
۳. دفاتر وشعبات فروش
۴. فروشگاه های بزرگ

۲۴- کسی که خریداروفروشنده را گرد هم می آوردوحین مذاکره در باره معامله به ایشان کمک میکند؟

۱. کارگزاران
۲. دلان
۳. واسطه های امانی
۴. واسطه های فرمایشی

۲۵- کالاهایی که توسط افراد وسازمان باهدف بازپروری یا استفاده امور خریداری می شوند چه نام دارند؟

۱. کالاهای صنعتی
۲. کالاهای با دوام
۳. کالای مصرفی
۴. کالای اختصاصی

۲۶- در مرحله بلوغ واشباع رقابت چگونه می باشد؟

۱. زیاد
۲. در حال رشد
۳. کاهش می یابد
۴. هیچ رقابتی نیست

۲۷- در طول منحنی عمر محصول کدام مرحله فروش به کندی افزایش می یابد وسودی وجود نداردویا بسیار ناچیز است؟

۱. مرحله افول
۲. بلوغ واشباع
۳. مرحله رشد
۴. مرحله معرفی

۲۸- در کدام یک از مراحل زیر رقبا احتمالاً از تغییرات صورت گرفته آگاهی می یابندوخودرا برای مقابله آماده میکنند؟

۱. نوسازی خط محصول
۲. برجسته سازی محصول
۳. تصمیم در باره ترکیب محصول
۴. تصمیم درباره مشتریان

۲۹- شرکت هایی که دنبال رهبری سهم بازارند قیمت فروششان را چگونه تغییر می دهند؟

۱. پایین تعیین می کنند.
۲. بالاتعین می کنند.
۳. قیمت ها را متغیر انتخاب می کنند .
۴. همه موارد

www.nashr-estekhdam.ir

۳۰- کدام عبارت صحیح می باشد؟

۱. هزینه های ثابت مستقیماً تابع سطح تولیدند.
۲. هزینه های متغیر همان هزینه های سربار هستند
۳. هزینه های متغیر مستقیماً تابع سطح تولیدند.
۴. همه موارد صحیح می باشد.

۳۱- روشی در قیمت گذاری که درصدی ثابت به قیمت تمام شده آن کالا اضافه می شود چه نام دارد؟

۱. روش اضافه براساس هزینه تمام شده
۲. روش قیمت گذاری براساس ذهنیت خریدار
۳. روش قیمت گذاری براساس قیمت جاری
۴. قیمت گذاری براساس پیشنهاد

۳۲- شرکت هایی که کالاهایی را تولید می کنند که الزاما همراه کالای اصلی استفاده شود از چه روش قیمت گذاری استفاده می کنند؟

۱. قیمت گذاری اختیاری
۲. قیمت گذاری اجباری
۳. قیمت گذاری محصولات فرعی
۴. قیمت گذاری باهم

۳۳- هتل ها ،متل ها وشرکت های هواپیمایی در ایام رکوداز چه نوع تخفیفاتی بیشتر استفاده می کنند؟

۱. تخفیفات فوق العاده
۲. تخفیفات نقدی
۳. تخفیفات عملیاتی
۴. تخفیفات فصلی

۳۴- کانال بازاریابی مستقیم (کانال ۱) با چند واسطه محصولات خود را به مصرف کنندگان می دهند؟

۱. دو واسطه
۲. یک واسطه
۳. سه واسطه
۴. بدون واسطه

۳۵- هر قدر انبارها از لحاظ جغرافیایی پراکندگی کمتری داشته باشند امکان تحویل کالا چگونه است؟

۱. سریع تر
۲. کندتر
۳. تغییر نمی کند
۴. سریع تر - کندتر

۳۶- در ایران مداخله خریدانبارداری (سیلو) تبدیل به (آرد) و توزیع آن برعهده کدام گروه است؟

۱. دولت
۲. بخش خصوصی
۳. بخش تعاونی
۴. موسسات بین المللی

۳۷- در توزیع فیزیکی کالاها کدام هزینه رکن اساسی را تشکیل می دهد؟

۱. هزینه حمل و نقل
۲. هزینه موجودی جنس
۳. هزینه سفارش کالا
۴. انبارداری

۳۸- نگهداری محصول به امید افزایش قیمت در آینده در برگیرنده کدام ریسک می باشد؟

۱. ریسک مالی
۲. ریسک قیمت
۳. ریسک تولید
۴. ریسک بازار

www.nashr-estekhdam.ir

۳۹- عموما تصمیمات کشاورزی در کدام دسته قرار می گیرند؟

۱. عدم حتمیت
۲. حتمیت
۳. قطعیت
۴. عدم قطعیت

۴۰- در این نوع تحقیق در بازاریابی اطلاعات از منابع رسمی اخذ میشود، انعطاف وجود ندارد و روابط علی و معلولی بیان نمی شود؟

۱. تحقیق اکتشافی
۲. تحقیق توصیفی
۳. تحقیق تجربی
۴. همه موارد

1	ج
2	ج
3	الف
4	الف
5	ج
6	ج
7	الف
8	الف
9	ج
10	ب
11	الف
12	الف
13	د
14	ب
15	ج
16	الف
17	ج
18	ج
19	ب
20	ب
21	ج
22	ب
23	الف
24	ب
25	الف
26	الف
27	د
28	الف
29	الف
30	ج
31	الف
32	ب
33	د
34	د
35	ب
36	الف
37	الف
38	ب
39	الف
40	ب

۱- کدامیک از موارد زیر جزو متغیرهای جمعیت شناختی تقسیم بازار می باشد.

۱. شخصیت ۲. سبک زندگی ۳. درآمدها ۴. موقعیت ها

۲- میزان استفاده از محصول در کدامیک از متغیرهای اصلی تقسیم بازار مورد توجه قرار می گیرد؟

۱. متغیرهای روانی ۲. متغیرهای جمعیتی ۳. متغیرهای جغرافیایی ۴. متغیرهای رفتاری

۳- در کدام بازار معاملات، کالا بدون اینکه ظاهر شود مورد معامله قرار می گیرد؟

۱. بازارهای تولید به مصرف ۲. بازار بورس
۳. بازارهای مدت دار ۴. بازار خرده فروش

۴- در کدامیک از مراحل سیکل عمر کالا تأکید بر تمایز کالا با محصولات رقیب می باشد؟

۱. مرحله معرفی ۲. مرحله رشد ۳. مرحله بلوغ ۴. مرحله افول

۵- در کدام مرحله از مراحل تکامل بازاریابی اشخاص مازاد کار خود را به صورت اشتراکی تقسیم می کنند؟

۱. مرحله ی ارتباطات اولیه ۲. مرحله خود کفایی
۳. مرحله ی پایاپای ساده ۴. مرحله بازارهای محلی

۶- در کدام بعد از ابعاد بازاریابی هدف سازمان های تولید کننده حفظ موقعیت ها خود در بازار و در صورت توان، افزایش سهم خود می باشد؟

۱. بازاریابی ۲. بازارگردی ۳. بازارسازی ۴. بازارداری

۷- کدام بعد از بازاریابی شامل برنامه ریزی اجرا و کنترل کلیه اقدامات می باشد؟

۱. بازارسازی ۲. بازار سنجی ۳. بازارداری ۴. بازارگردانی

۸- کدامیک از انواع بازاریابی به دنبال این است که بین خواسته های مشتریان هدف و منافع بلند مدت مشتریان و هدف جامعه توازن برقرار کند؟

۱. بازاریابی اجتماعی ۲. بازاریابی راهبردی ۳. بازاریابی ایده ۴. بازاریابی سازمان

۹- معمولاً در شرایط جنگ و بحران های اقتصادی و سیاسی کدام نوع تقاضا اتفاق می افتد؟

۱. تقاضای ناسالم ۲. تقاضای بیش از حد ۳. تقاضای ناهمزمان ۴. تقاضای کند شونده

www.nashr-estekhdam.ir

۱۰- کدامیک از موارد زیر از منافع بازاریابی محصولات کشاورزی می باشد؟

۱. واردات ۲. عدم تعادل و عرضه و تقاضا
۳. کاهش سطح مصرف ۴. کاهش ضایعات

۱۱- دلالتان جزو کدامیک از عوامل مؤثر در بازاریابی می‌باشند؟

۱. فروشندگان اولیه
۲. واسطه های بازاریابی
۳. رقبا
۴. واحدهای خدمات بازاریابی

۱۲- کدام مورد جزو اهداف بسته بندی محصولات کشاورزی می باشد؟

۱. کاهش ضایعات
۲. نگهداری کوتاه مدت
۳. توسعه تجارت
۴. توسعه صنعت

۱۳- یکنواخت کردن خصوصیات کمی و کیفی محصول بین دو محل جغرافیایی مختلف چه می‌نامند؟

۱. درجه بندی
۲. استاندارد کردن
۳. تبدیل و فرآوری
۴. بسته بندی

۱۴- از دلایل انبار داری محصولات کشاورزی کدام مورد می‌باشد؟

۱. کمک به عمر تجارت
۲. توسعه تجارت بین المللی
۳. کاهش نوسان قیمت
۴. کاهش ضایعات

۱۵- در کدامیک از نمایشگاه ها معمولا به کمک تصاویر افکار و تخیلات برگزارکنندگان به بینندگان القا و منتقل می‌شود؟

۱. نمایشگاه های اختصاصی
۲. نمایشگاه های غیر بازرگانی
۳. نمایشگاه های بازرگانی
۴. نمایشگاه های تخصصی

۱۶- افرادی که محصولات کشاورزان را قبل از فصل برداشت می خرنند جزو کدامیک از عوامل شبکه توزیع می‌باشد؟

۱. میدان داران
۲. دلالتان
۳. تجار حق العمل کار
۴. سلف خران

۱۷- در کدامیک از عوامل شبکه فروش هدف ایجاد صنعتی است که خریدار در انتخاب و رویت کالا استقلال داشته باشد؟

۱. فروشگاه های بزرگ
۲. فروشگاه های زنجیره ای
۳. سوپر مارکت ها
۴. مراکز خرید

۱۸- کدامیک از موارد زیر باعث افزایش حاشیه بازاریابی می‌شود؟

۱. کاهش فاصله تولید کننده تا محل مصرف
۲. افزایش رقابت در بازار
۳. کاهش فساد پذیری محصول
۴. افزایش عوارض و مالیات های پرداختی

۱۹- در الگوی اضافه بها، حاشیه بازاریابی تابعی از کدام یک از عوامل می‌باشد؟ www.nashr-estekhdam.ir

۱. قیمت خرده فروشی و هزینه های بازاریابی
۲. قیمت خرده فروشی و هزینه و ارزش کالاهای فروخته شده
۳. هزینه های بازاریابی و میزان محصول عرضه شده
۴. قیمت سرمرزعه، نرخ بهره و هزینه های بازاریابی

۲۰- کدام کارایی بر تخصیص بهینه منابع و هماهنگ سازی تولید و مصرف تاکید دارد؟

۱. کارایی عملیاتی
۲. کارایی قیمت
۳. کارایی فنی
۴. کارایی تراکم

۲۱- در کدامیک از انواع نمونه گیری، نمونه شامل افراد یا اقلامی است که انتخاب آنها به دلیل ویژگی های خاص آنهاست؟

۱. نمونه گیری سهمیه ای
۲. نمونه گیری طبقه بندی شده
۳. نمونه گیری خوشه ای
۴. نمونه گیری قضاوتی

۲۲- زمانی که محقق به پاسخی آنی نیاز دارد بویژه وقتی پرسش باید برای گروه کثیری از مردم مطرح شود، از کدام روش جمع آوری اطلاعات استفاده می کند.

۱. مصاحبه تلفنی
۲. مصاحبه حضوری
۳. مصاحبه در مرکز خرید
۴. مصاحبه گروهی

۲۳- در مورد آینده و انتخاب نوع محصول کدام نوع اطلاعات بازار مورد استفاده قرار می گیرد؟

۱. اطلاعات کوتاه مدت
۲. اطلاعات میان مدت
۳. اطلاعات بلند مدت
۴. اطلاعات بورس

۲۴- کدامیک از موارد زیر از منابع ریسک در کشاورزی می باشد؟

۱. ریسک تولید
۲. ریسک شغلی
۳. ریسک عملیاتی
۴. ریسک روحی

۲۵- عدم پایبندی به تعهدات قراردادهای بازار سنتی باعث به وجود آمدن کدام ریسک برای فعالان بازار می شود؟

۱. ریسک قیمتها
۲. ریسک مالی
۳. ریسک معاملات
۴. ریسک کاهش کیفیت و بازار پسندی

۲۶- کدامیک از معیارهای تصمیم گیری روی بدترین پیامد ممکن تمرکز نموده و سایر پیامدها را نادیده می گیرد؟

۱. حداکثر حداکثرها
۲. حداقل حداکثرها
۳. حداکثر حداقلها
۴. حداکثر ارزش مورد انتظار

۲۷- در کدامیک از قراردادهای نگهدارنده حق دارد که در بازارهای آتی منفعتی را در یک قیمت مشخص و قبل از یک تاریخ مشخص کسب نماید.

۱. قراردادهای اختیاری
۲. قراردادهای قیمت گذاری
۳. قراردادهای اجباری
۴. قراردادهای آتی

www.nashr-estekhdam.ir

۲۸- کدامیک از موارد زیر جزو ویژگیهای عمومی بخش کشاورزی می باشد.

۱. کامل بودن اطلاعات در بازار
۲. فاصله کم بین مصرف کننده و تولید کننده
۳. دسترسی به تسهیلات
۴. عدم انبارداری مناسب

۲۹- مزایای بورس محصولات کشاورزی عبارتست از:

۱. انتقال ریسک
۲. عدم شفافیت قیمت
۳. بازار انحصاری
۴. کاهش کارایی شبکه توزیع

۳۰- نظریه بازیها به مطالعه تصمیمات در کدامیک از شرایط زیر می پردازد؟

۱. در بازار انحصار چند جانبه فقط انحصار می تواند وجود داشته باشد
۲. در بازار انحصار چند جانبه انحصار و رقابت وجود دارد
۳. در بازار انحصار چند جانبه می تواند هم رقابت وجود داشته باشد و هم همکاری و تعاون
۴. در بازار انحصار چند جانبه انحصار و تعاون وجود دارد

۳۱- عامل مهم تسهیل کننده نظام بازاریابی کدام است؟

۱. محصول
۲. اطلاعات
۳. قیمت گذاری
۴. مراکز خرید

۳۲- دلیل اینکه بازار سنتی از توانایی های لازم در وفق دادن خود با شرایط و نیازهای جدید جامعه برخوردار نمی باشد، چیست؟

۱. عدم هماهنگی بازار سنتی با سایر نهادهای بازار یابی و مالی
۲. وجود اتحادیه های تولید کننده ناکارآمد در این بازار
۳. فاصله کم بین مصرف کننده و تولیدکننده در بازار سنتی
۴. برخوردار نبودن بازار سنتی از نظام منسجم یادگیری و ارتقاء مناسب

www.nashr-estekhdam.ir

۳۳- بازار اکثر محصولات کشاورزی نزدیک به کدام بازار زیر است؟

۱. بازار رقابت کامل
۲. بازار مبادلاتی
۳. بازار انحصاری
۴. بازار سر مزرعه

۳۴- کدام جمله از متغیرهای تقسیم بازار نمی باشد؟

۱. جمعیت شناختی
۲. بازده سرمایه گذاری
۳. روان شناختی
۴. عوامل رفتاری

۳۵- وضعیت الف الف الف الف نشان دهنده رفتار کدام گروه از مصرف کنندگان زیر است؟

۱. وفادار ثابت
۲. بی وفا
۳. وفادار موقت
۴. بسیار وفادار

۳۶- مفهوم تولید از نظر اقتصادی کدام است؟

۱. ایجاد فایده
۲. قدرت و توانایی کالا و خدمات برای رفع احتیاجات
۳. نظام بازاریابی کارا
۴. فعالیتهایی که به منظور افزایش بهره وری صورت می گیرد

۳۷- کدامیک از الگوهای حاشیه بازاریابی از تابع تقاضای معکوس برای محصول فرآوری شده کشاورزی حاصل می شود؟

۱. الگوی حاشیه بها
۲. الگوی انتظارات عقلایی
۳. الگوی حاشیه نسبی
۴. الگوی هزینه بازاریابی

۳۸- مهمترین رشته فعالیت یک کار تجاری کدام است؟

۱. پردازش اطلاعات
۲. عملیات بازاریابی
۳. بسته بندی
۴. استاندارد سازی

www.nashr-estekhdam.ir

۳۹- وظیفه کدام گروه از واسطه ها، فروش محصول با مناسب ترین قیمت است؟

۱. میدان داران
۲. خریداران محلی
۳. واسطه های عامل
۴. دلالان و کمیسیون بگیران

۴۰- در کدام استراتژی ، یک موسسه سعی می کند حداقل سودی را که می تواند حداکثر نماید؟

۱. تعادلی
۲. حداکثر حداقل
۳. بازی های مکرر
۴. بازی های پی در پی

ج	1
د	2
ب	3
ب	4
الف	5
ج	6
د	7
الف	8
ب	9
د	10
ب	11
الف	12
ب	13
ج	14
ب	15
د	16
ج	17
د	18
الف	19
ب	20
الف	21
الف	22
ج	23
الف	24
ج	25
ج	26
الف	27
د	28
الف	29
ج	30
ب	31
د	32
الف	33
ب	34
د	35
الف	36
ج	37
ب	38
د	39
ب	40