

تعداد سؤالات: تستی: ۴۰ تشریحی: --

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۸۰ تشریحی: --

نام درس: بازاریابی بین‌المللی - بازاریابی بین‌الملل

رشته تحصیلی / کد درس: مدیریت بازرگانی (ست) ۱۲۱۸۱۴۵ - جبرانی ارشد (بین‌الملل - بازاریابی) ۱۲۱۸۱۴۵ - مدیریت صنعتی (ست) - تجمیع ۱۲۱۸۰۷۹

مجاز است.

استفاده از:

۱. عبارتست از مجموعه‌ای از ابزارهای مداخله در بازار که به صورت وابسته به هم عمل می‌کند، به طوری که تاثیر لازم یا مورد نظر را در بازار می‌گذارند.

الف. بازاریابی      ب. بازاریابی بین‌المللی      ج. آمیخته بازار      د. سیاست‌های مالی

۲. به نوعی از مطالعات که پیرامون تشابهات و تفاوت‌های موجود بین بازاریابی کشورهای مختلف دور می‌زند اشاره دارد.

الف. بازاریابی تطبیقی      ب. بازاریابی بین‌المللی      ج. تجارت جهانی      د. تفاوت‌های محیطی

۳. تفاوت عمده بازاریابی داخلی و بین‌المللی در کدام یک از عوامل زیر نهفته است؟

الف. محیط بازاریابی      ب. تکنیک‌های بازاریابی      ج. ابزارهای بازاریابی      د. آمیخته بازاریابی

۴. کلید اصلی رسوخ به فرهنگ هر کشور می‌باشد؟

الف. اشتراک مذهب      ب. عادات      ج. زبان      د. هنر

۵. در این روش مذاکره، مذاکره کننده اعم از خریدار، فروشنده و واسطه با اصول‌گرایی، عدالت، ملایمت به جا و خشونت به موقع و با نگرش سیستمی به موضوع می‌تواند مذاکرات را به طرف هدف راهبری نماید.

الف. مذاکره منطقی      ب. مذاکره ملایم      ج. مذاکره خشن      د. مذاکره گسترده

۶. در این مرحله از مراحل مذاکره، حرکت به سمت یک توافقنامه از طریق حل مسائل صورت می‌گیرد.

الف. تصمیم‌گیری و اقدام      ب. مذاکره تلفیقی      ج. مذاکره گسترده      د. پیش‌مذاکره

۷. به عقیده مرکانتی لیست‌ها درجه صورتی یک کشور می‌تواند از تجارت سود ببرد؟

الف. هنگامی که تمرکز خود را بر تجارت طلا بگذارد.

ب. هنگامی که ارزش صادرات آن کشور از وارداتش بیشتر باشد.

ج. هنگامی که بتواند روحیه ملی‌گرایی را در مردم آن کشور تقویت نماید.

د. هنگامی که بازارهای داخلی بیش از بازارهای خارجی توجه کند.

۸. براساس این نظریه سود حاصل از تجارت بین‌المللی از تخصص‌ها و تفاوت‌هایی ناشی می‌شود که به لحاظ فراوانی نسبی منابع تولید، منابع اولیه، سرمایه، تکنولوژی و ... باعث ایجاد مزیت در برخی مناطق نسبت به برخی مناطق دیگر می‌گردد.

الف. نظریه مرکانتیلیسم      ب. نظریه مزیت نسبی

ج. نظریه دوره زندگی کالا      د. نظریه مزیت مطلق

۹. حساب صادرات و واردات خدمات از اقلام کدام دسته از صورتحساب‌های تراز پرداخت‌ها به شمار می‌رود؟

الف. حساب جاری      ب. حساب سرمایه      ج. حساب رسمی خزانه      د. حساب عمرانی

۱۰. این پدیده به اقدامات و قوانین دولتی در خصوص تجارت خارجی اشاره دارد.

الف. قانون‌گذاری      ب. سیاست‌های مالی      ج. خط مشی بازرگانی      د. برنامه‌ریزی استراتژیک

تعداد سؤالات: تستی: ۴۰ تشریحی: --

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۸۰ تشریحی: --

نام درس: بازاریابی بین المللی - بازاریابی بین الملل

رشته تحصیلی / کد درس: مدیریت بازرگانی (سنتی) ۱۲۱۸۱۴۵ - جبرانی ارشد (بین الملل - بازاریابی) ۱۲۱۸۱۴۵ - مدیریت صنعتی (سنتی - تجمیع) ۱۲۱۸۰۷۹

مجاز است.

استفاده از:

۱۱. متداولترین محدودیت وارداتی برای کالاهای خارجی در سیستم بازرگانی بین المللی می باشد.

الف. تعرفه گمرکی

ب. تراز تجاری

ج. لیست کالاهای ممنوعه

د. مالیات بر واحد

۱۲. این ابزارها حد مشخص و مطلق را برای مقدار کالا و گروه های مشخصی که می توانند وارد کشور کنند تعیین می کنند.

الف. عوارض

ب. سهمیه ها

ج. سوبسید ها

د. مالیات

۱۳. عبارتند از پیمان هایی که بین ملتها در همان سرزمین به منظور تعاون و همیاری در زمینه های مختلف اقتصادی، به

طوری که حتی روابط سیاسی هم بین ملتها وجود دارد، بسته می شود. اما بیشتر جنبه اقتصادی مد نظر می باشد.

الف. مناطق آزاد تجاری

ب. دسته بندی های منطقه ای

ج. آنکتاد

د. توافقنامه بین المللی

۱۴. در این مرحله از مدل توسعه روستو، صنعت در کشور شروع به پیشرفت کرده و الگوی تولید و مصرف سنتی شکسته

شده و تولید و مصرف کالاهای صنعتی جایگزین آنها می گردد.

الف. مرحله قبل از جهش

ب. مرحله ملوغ

ج. مرحله جهش

د. مرحله تولید انبوه

۱۵. فعالیت اصلی این نهاد بین المللی، تنظیم نرخ ها و کرایه های حمل بین المللی می باشد؟

الف. یاتا

ب. ITU

ج. IMF

د. WTO

۱۶. اصلی ترین هدف پیمان های مالیاتی کدام است؟

الف. افزایش نرخ مالیات

ب. عقلانی کردن نرخ مالیات

ج. حذف نرخ مالیات

د. اجتناب از مالیات مضاعف

۱۷. هدف اصلی از ایجاد کمیسیون تجارت بین الملل (uncitral) چیست؟

الف. توسعه تجارت بین الملل در میان اعضای سازمان ملل متحد

ب. ایجاد و توسعه قوانین مالیاتی مشترک مابین اعضای WTO

ج. ایجاد و توسعه استانداردهای بین المللی کار

د. ایجاد و توسعه یک قانون تجاری یکسان برای تمام دنیا

۱۸. اولین مرحله در برنامه ریزی فروش کدام است ؟

الف. تعیین بازار هدف

ب. تعیین الگوی مصرف مردم

ج. تعیین ویژگی های فرهنگی مصرف کنندگان

د. تعیین ویژگی های فرهنگی مصرف کنندگان

۱۹. عبارت است از تعیین بازار و امکان دستیابی به سهم پیش بینی شده بازار.

الف. برنامه ریزی بازاریابی

ب. سیستم اطلاعات بازاریابی

ج. سیستم تحقیقات بازاریابی

د. مدیریت فروش



تعداد سؤالات: تستی: ۴۰ تشریحی: --

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۸۰ تشریحی: --

نام درس: بازاریابی بین المللی - بازاریابی بین الملل

رشته تحصیلی / کد درس: مدیریت بازرگانی (ست) ۱۲۱۸۱۴۵ - جبرانی ارشد (بین الملل - بازاریابی) ۱۲۱۸۱۴۵ - مدیریت صنعتی (ست) - تجميع ۱۲۱۸۰۷۹

مجاز است.

استفاده از:

۳۰. این نوع تبلیغات در مرحله رقابت موثر است و برخی از این نوع تبلیغات مقایسه‌ای اجرا می‌شوند که عملکرد دو یا چند کالا را به مصرف‌کنندگان نشان می‌دهند.

ب. تبلیغات ترغیب‌کننده

الف. تبلیغات اطلاعی

د. تبلیغات واسطه‌ای

ج. تبلیغات یادآوری

۳۱. مهمترین و حساسترین قسمت آگهی کدام است؟

د. خبر

ج. عنوان

ب. ختام

الف. متن

۳۲. وظیفه این واحد ایجاد ارتباط بین شرکت و سهامداران با کارکنان و مسئولین قانونگذار و شخصیت‌های اجتماعی است.

د. مشاوران مدیر عامل

ج. مدیران میانی

ب. ستاد تبلیغات

الف. روابط عمومی

۳۳. در مدل بوستون حالتی است که نرخ رشد بالا بوده و شرکت دارای سهم بازاریابی بالا نیز می‌باشد و کالا در مرحله رشد بوده و شرکت به منابع مالی برای توسعه کالای نیاز دارد.

د. علامت سگ

ج. علامت سوال

ب. علامت گاو شیرده

الف. علامت ستاره

۳۴. این نوع قیمت‌گذاری عمدتاً روی دو هدف اصلی یعنی گسترش سرمایه و اطمینان از پوشش مجدد و یا افزایش نقدینگی شرکت، تاکید دارد.

ب. قیمت‌گذاری براساس هزینه

الف. قیمت‌گذاری متفاوت

د. قیمت‌گذاری براساس بازار

ج. قیمت‌گذاری رقابتی

۳۵. به معنای وارد کردن کالایی به بازار کشور دیگر و فروش آن به بهایی کمتر از ارزش عادی آن به صورتی که به محصولات موجود در داخل کشور لطمه زده و یا باعث به تعویق افتادن ایجاد محصولات جدید شود.

د. دامپینگ

ج. واردات بی رویه

ب. آنکتاد

الف. فرانشیز

۳۶. در این نوع از معاملات متقابل تمام یا بخشی از هزینه خرید کالای سرمایه‌ای باید صرف خرید تجهیزات یا محصولات تولیدی آن کالای سرمایه‌ای شود.

د. معاملات بای بک

ج. تجارت جبران متقابل

ب. معاملات پایایی

الف. خرید متقابل

۳۷. پیچیده‌ترین نوع ارتباطات می‌باشند در آن مدل سازمان‌ها بدون ساختار مشخصی با یکدیگر در ارتباطند؟

د. ارتباطات زنجیره‌ای

ج. ارتباطات ستاره‌ای

ب. ارتباطات چندجانبه

الف. ارتباطات دو طرفه

۳۸. یک وسیله یا ابزار بسیار پیچیده کنترل امور شرکت است که از فرایند روابط متقابل اعضاء به وجود می‌آید و به صورت دائم تجدید می‌شود و هسته اصلی سازماندهی را تشکیل می‌دهد؟

د. رسمیت

ج. تفویض اختیار

ب. پیچیدگی سازمانی

الف. ساختار سازمانی

تعداد سؤالات: تستی: ۴۰ تشریحی: --

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۸۰ تشریحی: --

نام درس: بازاریابی بین المللی-بازاریابی بین الملل

رشته تحصیلی/ کُد درس: مدیریت بازرگانی (ست) ۱۲۱۸۱۴۵- جبرانی ارشد (بین الملل - بازاریابی) ۱۲۱۸۱۴۵- مدیریت صنعتی (ست) -تجمع ۱۲۱۸۰۷۹

مجاز است.

استفاده از:

۳۹. این نوع ساختار، ترکیبی از ساختار سازمانی بر مبنای محصول و ساختار سازمانی بر مبنای ناحیه می باشد؟

الف. ماتریسی      ب. بر مبنای محصول      ج. بر مبنای مشتری      د. ترکیبی

۴۰. این مرحله از فرایند برنامه ریزی استراتژیک شامل مقایسه عملکرد واقعی شرکت، واحد فعالیت یا تولید با عملکرد

برنامه ریزی شده در فاصله زمانی مشخص می باشد؟

الف. ارائه تحلیل موقعیت      ب. تأسیس واحد استراتژیک

ج. مشاهده نتایج      د. مأموریت سازمانی

www.Sanjesh3.com