

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۶۰ تشریحی: ۰

سری سوال: یک ۱

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

www.PnuNews.com

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی (چندبخشی) (۱۲۱۸۰۷۹) - مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین الملل) مدیریت

بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی - بازرگانی بین الملل)، مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین

الملل)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی - بازرگانی بین الملل) (۱۲۱۸۱۴۵)

۱- بسیاری از تفاوت‌های موجود بین بازاریابی داخلی و بازاریابی بین المللی، ماهیتاً "مربوط به کدام یک از گزینه های زیر می شود؟

۰۱. فرهنگ ۰۲. اقتصاد ۰۳. محیط ۰۴. رقبا

۲- کدام یک از موارد زیر، از عناصر مزیت استراتژیک بازاریابی نمی باشد؟

۰۱. کانالهای توزیع ۰۲. درآمد مؤثر خانوارها  
۰۳. روشهای مؤثر بسته بندی ۰۴. سیستم کارآمد تحقیقات بازاریابی

۳- تجارت جهانی، امروزه یک مجموعه به هم پیوسته جهانی، از کدام یک از گزینه های زیر می باشد، که در گذشته ناشناخته بوده اند؟

۰۱. رقبا، بازارها، شرایط زندگی مطلوب ۰۲. رقبا، بازارها، تکنولوژی  
۰۳. بازارها، تکنولوژی، شرایط زندگی استاندارد ۰۴. بازارها، تکنولوژی، کیفیت زندگی

۴- انسانها عقاید خود را به وسیله کدام یک از گزینه های زیر مبادله می کنند؟

۰۱. مذهب ۰۲. تعلیم و تربیت ۰۳. هنر ۰۴. زبان

۵- عبارت « اقدامی متهورانه برای قرار دادن طرفی از معامله در جایگاهی برتر می باشد »، بیان کننده ی کدام یک از تاکتیک های فرآیند مذاکره است؟

۰۱. تاکتیک FAIFACCOMPLI ۰۲. تاکتیک اقدام به حمله  
۰۳. تاکتیک حمله غافلگیرانه ۰۴. تاکتیک عبور از موانع با یک پرش

۶- این مسئله زمانی حاد می شود که تیم مذاکره گر، تجربه کمی در برخورد با فروشنده دارد. این عبارت مربوط به کدام یک از تاکتیکهای فرآیند مذاکره است؟

۰۱. مربوط به تاکتیک ایجاد وقفه در مذاکره است.  
۰۲. مربوط به تاکتیک نقض مفاد قرارداد است.  
۰۳. مربوط به تاکتیک در اختیار گرفتن کنترل دستور جلسه است.  
۰۴. مربوط به تاکتیک حفظ آبرو در مذاکره غیره رسمی است.

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۶۰ تشریحی: ۰

سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

www.PnuNews.com

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی (چندبخشی) (۱۲۱۸۰۷۹) - مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین الملل)، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین الملل)

بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی - بازرگانی بین الملل)، مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین

الملل)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی - بازرگانی بین الملل) (۱۲۱۸۱۴۵)

۷- برای انجام یک مذاکره موفق در زمینه های بازاریابی بین المللی و فروش ، پس از تعیین هدف ، باید کدام یک از گزینه های زیر مشخص گردد ؟

۱. نقش شخص یا اشخاص مذاکره کننده

۲. میزان ثمربخش بودن مذاکرات

۳. حیطة و حدود مطالب مورد بحث یا دستور جلسه

۴. روشهای مذاکره

۸- برای موفقیت ، اگر طرفین مایل به این کار باشند باید معضل امتیازدهی را حل کرد . این عبارت مربوط به کدام یک از مراحل مذاکره است ؟

۱. مرحله تصمیم گیری و اقدام

۲. مرحله پیش مذاکره

۳. مرحله مذاکره گسترده

۴. مرحله مذاکره تلفیقی

۹- بارزترین موارد اختلاف در سلیقه های هنری ، کدام یک از گزینه های زیر است ؟

۱. موسیقی ، زیبا شناسی ، طراحی

۲. زیبا شناسی ، رنگ ، طراحی

۳. طراحی ، موسیقی ، رنگ

۴. رنگ ، موسیقی ، زیبا شناسی

۱۰- استفاده از اعطای جایزه و اعمال تخفیفات ویژه در مدت زمانهای کوتاه ، برای تحقق کدام یک از اهداف ارتباطات به کار می رود؟

۱. انجام عمل خرید

۲. مصمم ساختن

۳. علاقمند کردن مشتریان به استفاده از کالا

۴. برتر دانستن

۱۱- مراحل توسعه اقتصادی کشور بر اساس طبقه بندی روستو ، به چند مرحله تقسیم می شود ؟

۱. سه مرحله

۲. چهار مرحله

۳. پنج مرحله

۴. شش مرحله

۱۲- متداول ترین محدودیت وارداتی برای کالاهای خارجی در سیستم بازرگانی بین المللی ، کدام یک از گزینه های زیر است ؟

۱. کنترل ارز

۲. سهمیه ها

۳. حمایت های اداری

۴. تعرفه های گمرکی

۱۳- عبارت « اتحادیه حقوق گمرکی است که نیروی کار و سرمایه به آسانی قابل مبادله است.» بیانگر کدامیک از مفاهیم زیر است ؟

۱. اتحادیه اقتصادی

۲. اتحادیه سیاسی

۳. بازار مشترک

۴. مناطق آزاد تجاری

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۶۰ تشریحی: ۰

سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

www.PnuNews.com

رشته تحصیلی/ کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی (چندبخشی) (۱۲۱۸۰۷۹) - مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین الملل) www.PnuNews.net

بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی - بازرگانی بین الملل)، مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین

الملل)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی - بازرگانی بین الملل) (۱۲۱۸۱۴۵)

۱۴- « شروطی از قبیل کاهش تعرفه ، کاهش تورم ، پایین آوردن هزینه های دولتی و ایجاد واحدهای بازرگانی مستقل » در مقابل اعطای وام به کشورهای در حال توسعه ، برای کدام یک از گزینه های زیر بیان شده است ؟

۱. بانک بین المللی ترمیم و توسعه
۲. شرکت مالی بین المللی
۳. صندوق بین المللی پول
۴. مؤسسه توسعه بین المللی

۱۵- هدف از کمیسیون قانون تجارت بین الملل (Uncitral) ، کدام یک از گزینه های زیر است ؟

۱. توسعه قوانین تجاری برای کشورهای عضو
۲. ایجاد و توسعه یک قانون تجاری یکسان برای تمام دنیا
۳. ثبت بین المللی مارک های تجاری
۴. ثبت محصول برای ایجاد حق انحصاری فروش آن

۱۶- کدام یک از گزینه های زیر درباره ی « یاتا » صحیح است ؟

۱. یک سازمان وابسته به سازمان ملل با ۱۲۸ کشور عضو است .
۲. مقررات آن مقدماتاً فنی اند و خیلی بحث برانگیز نیستند .
۳. مقررات آن تجاری بوده و خیلی حساسند .
۴. سازمان بین المللی هواپیمایی کشوری است .

۱۷- برچسب کالا ، کلاً " بیشتر تابع کدام یک از گزینه های زیر است ؟

۱. مقررات بسته بندی
۲. مقررات قانونی
۳. مقررات کشور مقصد
۴. مقررات کشور مبدأ

۱۸- مسئله قانونی عمده برای صادرکننده ، کدام یک از گزینه های زیر است ؟

۱. آگاه شدن از قوانین ملی مربوط به قراردادهای توزیع کننده
۲. آشنایی با قوانین کشور میزبان
۳. آگاه شدن از سیستم توزیع کشور میزبان
۴. آشنایی با قوانین توزیع کشور میزبان

۱۹- گام نهایی برای تعیین اطلاعات ضروری جهت تصمیم بازاریابی ، کدام یک از گزینه های زیر است ؟

۱. طراحی سیستم اطلاعاتی
۲. پیش بینی نیازها و خواسته های مردم
۳. تعیین هویت مردم
۴. تجزیه و تحلیل اطلاعات

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۶۰ تشریحی: ۰

سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

www.PnuNews.com

رشته تحصیلی/ کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی (چندبخشی) (۱۲۱۸۰۷۹) - مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بین الملل) www.PnuNews.net

بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی - بازرگانی بین الملل)، مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین

الملل)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی - بازرگانی بین الملل) (۱۲۱۸۱۴۵)

۲۰- در جایی که واکنش افراد بازرگانی (تولید کنندگان و توزیع کنندگان) برای مشارکت، یک واکنش بی میلی است، ممکن است این امر ناشی از، کدام یک از گزینه های زیر باشد؟

۱. ناشی از انگیزشهای گوناگون باشد.
۲. ناشی از ماهیت و نقش مدیریت باشد.
۳. ناشی از سازمان اجتماعی باشد.
۴. ناشی از رکود اقتصادی باشد.

۲۱- کدام یک از گزینه های زیر از «ارکان اساسی سیستم اطلاعاتی بازاریابی» نمی باشد؟

۱. تجزیه و تحلیل و پردازش داده ها و سیستم گزارش گیری
۲. شناخت اطلاعات مورد نیاز سیستم اطلاعاتی بازاریابی
۳. کاربرد اطلاعات جمع آوری شده در تصمیم گیری های بازاریابی
۴. روش جمع آوری اطلاعات بازاریابی

۲۲- «قوانین و مقررات صادرات و واردات برای کشور مبدأ» مربوط به کدام یک از گزینه های زیر است؟

۱. اطلاعات عمومی
۲. اطلاعات دستوری
۳. اطلاعات منابع
۴. اطلاعات مربوط به بازار

۲۳- کدام یک از گزینه های زیر بیان کننده ی سبک های جمع آوری اطلاعات از طریق نظارت می باشد؟

۱. نظاره گری - تجسس
۲. راهنمایی - تحقیق
۳. راهنمایی - نظاره گری
۴. تحقیق - تجسس

۲۴- در کدام یک از روش های زیر، تلاش سازمان یافته ای برای کسب اطلاعات خاص برای هدفهای خاص ارائه می شود؟

۱. تجسس
۲. تحقیق
۳. نظارت
۴. راهنمایی

۲۵- «شرکت انحصار گر» در خصوص کدام یک از عوامل مؤثر در شکل گیری استراتژی بازاریابی بین المللی، بیان شده است؟

۱. عوامل بازار
۲. عوامل جغرافیایی
۳. عوامل شرکت
۴. عوامل رقابتی

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۶۰ تشریحی: ۰

سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

www.PnuNews.com

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی (چندبخشی) (۱۲۱۸۰۷۹) - مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین الملل)، مدیریت بازرگانی (بازرگانی)

بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی - بازرگانی بین الملل)، مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین

الملل)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی - بازرگانی بین الملل) (۱۲۱۸۱۴۵)

۲۶- در انتخاب روش ورود به بازار باید ، به کدام یک از سوالات زیر پاسخ داده شود ؟

۱. ماهیت و قدرت رقابتی شرکت چگونه است ؟

۲. قدرت عرضه کنندگان محصول چقدر است ؟

۳. چه نوع محصولات و خدمات جدیدی را شرکت می تواند ارائه دهد ؟

۴. قدرت خرید مصرف کنندگان چقدر است ؟

۲۷- کدام یک از انواع استراتژیهای ورود به بازار جهانی ، از نظر سرمایه گذاری پر ریسک می باشد و نیاز به کنترلهای بیشتری دارد ؟

۱. فرانشیز

۲. شرکتهای تجاری

۳. نمایندگی های فروش بازاریابی مستقیم

۴. تولید محصول در خارج ( بازار هدف )

۲۸- کدام یک از استراتژیهای زیر در گروه « استراتژیهای تولید خارجی بدون سرمایه گذاری مستقیم » قرار می گیرد ؟

۱. سرمایه گذاری مشترک

۲. خرید شرکت خارجی

۳. مالکیت کامل واحد تولیدی از طریق ساخت

۴. تولید قراردادی

۲۹- کدام یک از گزینه های زیر ، کارتولیدی کاملی نیست اما ارزش افزوده عمده ای در بازار محلی ایجاد می کند ؟

۱. تولید بر اساس قرارداد

۲. عملیات مونتاژ در خارج

۳. لیسانس یا اعطای مجوز ساخت

۴. ساخت یک شرکت جدید

۳۰- برای اجرای استراتژی صادرات ، باید کدام یک از اقدامات زیر انجام شود ؟

۱. استراتژی تنوع محصول

۲. استراتژی عدم تغییر محصول صادراتی

۳. استراتژی تغییر محصول

۴. استراتژی توسعه خط محصول

۳۱- کدامیک از اصطلاحات زیر بیان کننده ی « تحویل کالا در مقصد تعیین شده ، مختص حمل با کامیون » می باشد ؟

۱. CPT

۲. FOB

۳. FCA

۴. C&F

۳۲- کدام یک از گزینه های زیر ، جزء عناصر تشکیل دهنده ی روش بازاریابی عمودی نیست ؟

۱. خرده فروش ها

۲. کارگزاران

۳. عمده فروش ها

۴. تولید کننده

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۶۰ تشریحی: ۰

سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

www.PnuNews.com

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی (چندبخشی) (۱۲۱۸۰۷۹) - مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بین الملل) www.PnuNews.net

بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی - بازرگانی بین الملل)، مدیریت بازرگانی، مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین

الملل)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، مدیریت بازرگانی (بازاریابی - بازرگانی بین الملل) (۱۲۱۸۱۴۵)

۳۳- استفاده از کدام یک از روشهای های زیر ، درباره ی خدماتی که در توزیع به خریداران ارائه می شود : در مسیرهای طولانی مؤثرتر هستند ؟

- ۱. انتقال فیزیکی کالا
- ۲. روش های نگهداری و انبارداری
- ۳. روش مونتاژ در توزیع
- ۴. پیشبرد فروش

۳۴- در کدام یک از انواع خرده فروشی ، مصرف کننده نهایی که حق انتخاب داشته باشد ، وجود ندارد ؟

- ۱. خریداران متشکل
- ۲. حراج در خرده فروشی
- ۳. دستگاههای خودکار
- ۴. فروشگاه های ارزان

۳۵- کدام یک از گزینه های زیر ، در خصوص آژانس های تبلیغاتی اختصاصی بیان شده است ؟

- ۱. فعالیت های ترویج فروش
- ۲. فعالیت های روابط عمومی
- ۳. تبلیغات در وسایل حمل و نقل
- ۴. انتخاب رسانه ، عقد قرارداد برای فضا در نشریات

۳۶- در بین عوامل مؤثر بر قیمت گذاری در بازاریابی بین المللی ، کدام یک از عوامل زیر در گروه عوامل بازار قرار دارد ؟

- ۱. توسعه بازاریابی و فروش
- ۲. تغییرات نرخ ارز
- ۳. هدفهای بازاریابی شرکت
- ۴. خدمات پس از فروش

۳۷- کدام یک از حالات زیر در ماتریس گروه مشاورین بوستون ، بیان کننده ی « شرکت دارای سهم بازار بالا و لی نرخ رشد بازار پایین » است ؟

- ۱. علامت سؤال
- ۲. علامت ستاره
- ۳. علامت گاو شیرده
- ۴. علامت سگ

۳۸- « زمانی که پول محلی قویتر باشد » ، شرکت باید برای مقابله با انواع ریسک کدام یک از تاکتیک های زیر را در پیش گیرد ؟

- ۱. بهره وری را بهبود بخشیده و هزینه ها را کاهش دهد .
- ۲. پرداخت نقدی انجام دهد .
- ۳. محصول جدیدی را با امکانات اضافی معرفی نماید .
- ۴. روی قیمت رقابت نماید .

۳۹- در کدام یک از انواع معاملات متقابل ، تمام یا بخشی از هزینه خرید کالای سرمایه ای باید صرف خرید تجهیزات یا محصولات تولیدی آن کالای سرمایه ای شود ؟

- ۱. معاملات پایاپای
- ۲. خرید متقابل
- ۳. معاملات بای بک
- ۴. تجارت جبران متقابل

تعداد سوالات: تستی: ۴۰ تشریحی: ۰

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۶۰ تشریحی: ۰

سری سوال: ۱ یک

عنوان درس: بازاریابی بین الملل، بازاریابی بین المللی

www.PnuNews.com

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت صنعتی، مدیریت صنعتی (چندبخشی) (۱۲۱۸۰۷۹ - ،مدیریت بازرگانی،مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین الملل)،مدیریت بازرگانی (بازاریابی)،مدیریت بازرگانی (بازاریابی -بازرگانی بین الملل) ،مدیریت بازرگانی،مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین الملل) )

بازرگانی (بازاریابی)،مدیریت بازرگانی (بازاریابی -بازرگانی بین الملل) ،مدیریت بازرگانی،مدیریت بازرگانی (بازرگانی بین الملل)،مدیریت بازرگانی (بازاریابی)،مدیریت بازرگانی (بازاریابی -بازرگانی بین الملل) (۱۲۱۸۱۴۵

بازرگانی (بازاریابی)،مدیریت بازرگانی (بازاریابی -بازرگانی بین الملل) (۱۲۱۸۱۴۵

۴۰- برطبق اصول بازاریابی ، کانون فعالیتهای سازمان ، کدام یک از گزینه های زیر می باشد ؟

۰۲ تجزیه و تحلیل موقعیت

۰۱ تعیین استراتژی مطلوب

۰۴ خواسته های مشتریان

۰۳ تعیین هدفها و رسالت