

درس بازاریابی و تحقیقات بازار، کوئیز (1)
نام و نام خانوادگی دانشجو:
مدرس: امیر اخلاصی
وقت آزمون: 30 دقیقه

1) مدیران شرکتهای ایرانی به دلیل بالارفتن قیمت دلار و در نتیجه بهای تمام شده کالاهایشان قادر به فروش محصولات خود در حد ظرفیت نیستند در چنین شرایطی کدامیک از مفاهیم کاربرد بهتری دارد؟
الف) محصول (product philosophy)
ب) تولید (production philosophy)
ج) پیشبرد فروش (sales promotion)
د) بازاریابی اجتماعی یا انسانی (societal marketing)

2) اگر شرکت X اعتقاد داشته باشد که موفقیت بازاریابی از کارایی تولید و توزیع ناشی می شود، روش بازاریابی آن بر مبنای چه فلسفه ای است؟
الف) بازاریابی
ب) تولید
ج) فروش
د) محصول

3) فلسفه بازاریابی شرکت های تولیدکننده خودرو در ایران بیشتر با کدامیک از فلسفه های زیر شباهت داشته و نزدیکتر است؟
الف) فلسفه تولید
ب) فلسفه محصول
ج) فلسفه فروش
د) فلسفه بازاریابی

4) جستجو برای محصولات جدید که مورد تقاضای مشتری فعلی باشد ولی برای تولید از آن تکنولوژی موجود در خط تولید استفاده نمی شود، مربوط به کدام استراتژی است؟
الف) متنوع سازی افقی (horizontal diversification)
ب) متنوع سازی متحدالمركز (concentric diversification)
ج) متنوع سازی پوششی (intensive diversification)
د) یکپارچگی معکوس (backward integration)

5) در اقتصادی که با رقابت شدید و تغییرات سریع درخواست های مشتریان همراه می باشد، لازمست که:
الف) تغییرات سازمانی از داخل ایجاد گردد.
ب) تبلیغات وسیع در فروش کالا بکار رود.
ج) تاکید مؤسسه معطوف کالاگرایی گردد.
د) سود و هدفهای سازمان در ارضاء نیاز و خواسته های مشتریان جستجو گردد.

6) تاکید بر رنگ و نقش فرش ایران در بازارهای جهانی گویای است.

الف) تحکیم موقعیت فعلی

ب) جلب خریداران عمومی در بازارها

ج) استراتژی تمایز و نوعی موضع سازی در بازاریابی رقابتی

د) استراتژی نفوذ بیشتر در بازارهای گذشته

7) شرکت X در طی سالها در تلاش خود در جهت بهبود دادن فروش و سودآوری چندین کسب و کار را خریداری کرده است. متاسفانه در نتیجه ورود به زمینه های محصول - بازاری که برایش ناآشناست سود شرکت کاهش یافته است. تجربه شرکت X مشکلاتی را نشان می دهد که با استفاده غلط از استراتژی در ارتباط است.

الف) گسترش بازار (market development)

ب) نفوذ در بازار (market penetration)

ج) گسترش محصول (product development)

د) تنوع گرایی (diversification)

8) شرکت X در چند سال گذشته فعالیتهای خود را با ورود به زمینه های جدید متنوع تر کرده است. این شرکت که تولیدکننده اصلی غذای نوزادان است، احتمالاً اقدامات خود را بر مبنای کدامیک از موارد زیر بنا نهاده است؟

الف) روند ثروت مشتریان

ب) روند نرخ تولد

ج) تغییر یافتن ذائقه مشتریان

د) احتمال ادامه تورم

9) شرکت X که به تولید نوعی شامپوی ساده مشغول است تصمیم گرفت نوعی از شامپو را با گیاه آویشن به همان بازار ارائه دهد. این شرکت از چه استراتژی استفاده نموده است؟

الف) توسعه محصول

ب) نفوذ در بازار

ج) تنوع گرایی

د) توسعه بازار

10) یک شرکت تولیدکننده اتوموبیل اقدام به خرید بخشی از سهام شرکت تامین کننده قطعات یدکی خودرو نمود. این شرکت با استفاده از کدام استراتژی به این اقدام دست زده است؟

الف) متنوع سازی افقی

ب) توسعه محصول

ج) یکپارچگی معکوس

د) یکپارچگی افقی

11) آقای X از بازار یخچال ال.جی خریداری می کند پس از مراجعت به منزل از خود می پرسد چرا یخچال سامسونگ نخریدم؟ این نوع احساس تنش روانی بعد از خرید را اصطلاحاً گویند.

الف) خطای هاله ای (hallo effect)

ب) فرافکنی (projection)

ج) ناسازگاری ادراکی / شناختی (cognitive dissonance)

د) استرس مفید (beneficial stress)

12) دانش خانم X راجع به مد توسط دوستان او مورد قبول است و بسیاری از آنها برای توصیه راجع به مد به خانم X وابسته هستند. خانم X با چه نامی توصیف می شود؟

الف) طراح مد (fashion designer)

ب) رهبر عقیده (opinion leader)

ج) مرجع اجتماعی (social referent)

د) گروهک اجتماعی (social subgroup)

13) آقای X آماده است یک ماشین پژو 206 خریداری کند. اگرچه او واقعاً استطاعت خرید آن را ندارد. اما احساس می کند که داشتن یک پژو 206 حق اوست و به زودی به موقعیتی خواهد رسید که به او اجازه خواهد داد چنین ماشین هایی را به سادگی خریداری کند. این خرید احتمالاً توسط آقای X دیکته می گردد؟

الف) خودپنداری واقعی (Actual self-perception)

ب) خود پنداری دیگر

ج) خود پنداری ایده آل (Ideal self-perception)

د) خود پنداری فردی (Individual self-perception)

14) پس از تماشای تلویزیون به مدت سه ساعت از آقای X خواسته شد که آگهی هایی را که مشاهده کرده است نام ببرد. وی فقط دو آگهی را می تواند لیست کند که هر دو مرتبط با ماشین های اسپرت هستند، عملکرد آقای X به بهترین شکل مثالی از کدام است؟

الف) حفظ انتخابی (selective retention)

ب) در معرض قرار گرفتن انتخابی (selective attention or exposure)

ج) تحریف انتخابی (selective distortion)

د) ذهنیت سازی انتخابی (selective perception)

15) آقای X یکی از مخالفان رئیس جمهور آقای روحانی، چند لحظه پیش به سخنرانی آقای روحانی گوش داده است، تعبیر او از این سخنرانی احتمالاً کاملاً متفاوت از چیزی است که نیت آقای روحانی بوده است. این در نتیجه کدام است؟

الف) حفظ انتخابی

ب) در معرض قرار گرفتن انتخابی

ج) ذهنیت سازی انتخابی

د) تحریف انتخابی

16) اگر یک بازاریاب بتواند فقط با یکی از ایفاکنندگان نقش در تصمیم خرید ارتباط برقرار کند او بیشترین تمایل را دارد که با کدامیک از افراد زیر تماس برقرار کند؟

الف) خریدار (buyer)

ب) تصمیم گیرنده (decider)

ج) شروع کننده (initiator)

د) استفاده کننده (user)

17) شرکت X در حال آماده کردن استراتژی ای است که در بازاریابی محصولش در مقابل رقبایی که در قسمت های خاص از بازار روبرو خواهد شد استفاده کند. شرکت درگیر است.

الف) بازاریابی هدف

ب) تقسیم بازار

ج) موضع سازی بازار

د) ترفیع بازار

18) شرکت مهram تعیین کرده است که ترجیحات مشتریان راجع به مزه سس گوجه فرنگی اش را بر اساس منطقه ای که در کشور زندگی می کنند متفاوت است. شرکت بازاریش را بر اساس چه متغیرهایی تقسیم کرده است؟

الف) متغیرهای روان شناختی

ب) متغیرهای جمعیت شناختی

ج) متغیرهای جغرافیایی

د) متغیرهای رفتاری

19) کدام مورد جزو مشخصات اصلی خریدهای سازمانی نیست؟

الف) تقاضای مشتق

ب) تعداد محدود خریداران

ج) تصمیم گیری های سریع

د) میزان سفارش زیاد

20) شرکت کوکاکولا به این نتیجه رسیده که کسانی که نوشابه مصرف می کنند افرادی اهل معاشرت هستند، بنابراین در آگهی های تبلیغاتی نشان می دهد که مردم در کنار لیوان نوشابه در حال گفتگو هستند. شرکت کدام یک از عوامل مؤثر در رفتار مصرف کننده را مورد توجه قرار داده است؟

الف) اجتماعی

ب) شخصی

ج) روانی

د) فرهنگی

21) شکلات خوشمزه یک شرکت مورد توجه بچه ها قرار گرفت، در حالیکه فروش به طور روز افزون ادامه داشت، پزشکان یقین داشتند شکلات فوق موادی دارد که به سرعت دندانها را فاسد می کند. شورای برنامه ریزی شرکت، تولید و فروش شکلات را متوقف نمود. این تصمیم با اتکاء بر کدام فلسفه بازاریابی اتخاذ شده است؟

الف) فروش

ب) کالا (محصول)

ج) بازاریابی

د) بازاریابی اجتماعی

22) در سالهای اخیر در کشور ما با افزایش عرضه کنندگان و میزان تولید، برخی فروشندگان به استفاده زیاد از تبلیغات اقدام نموده اند. این گروه به کدام فلسفه بازاریابی گرایش پیدا کرده اند؟

الف) بازاریابی اجتماعی

ب) فروش

ج) محصول

د) تولید

23) مدیر سازمان هواپیمایی کشوری تصور می کند که مردم خواهان هواپیما هستند نه حمل و نقل، او کدامیک از فلسفه های بازاریابی را مورد توجه قرار نداده است؟

الف) بازاریابی

ب) تولید

ج) فروش

د) کالا

24) دو شرکت تولیدکننده اتوموبیل توافق نمودند در سال آینده با سرمایه گذاری مشترک اقدام به تولید اتوموبیل جدید نمایند. این دو شرکت از کدام استراتژی رشد (Growth Strategy) استفاده نموده اند؟

الف) تنوع گرایی (Diversification)

ب) یکپارچگی افقی (Horizontal Integration)

ج) متنوع سازی افقی (Horizontal Diversification)

د) یکپارچگی پیشرو (Forward Integration)

25) شرکتی با استفاده از برنامه های انگیزشی قصد دارد میزان خرید مشتریان کنونی را از کالای موجود افزایش دهد. شرکت از کدام استراتژی رشد بهره می گیرد؟

الف) توسعه محصول

ب) نفوذ در بازار

ج) تنوع گرایی

د) توسعه بازار

26) کدام مورد زیر نشان دهنده استفاده از استراتژی یکپارچگی پیشرو (Forward Integration) است؟

الف) خرید سهام شرکت تولید پنبه توسط شرکت تولید پوشاک البسکو

ب) ایجاد شرکت توزیع و پخش توسط شرکت لبنیات پگاه

ج) تولید اتوموبیل جدید توسط شرکت سایپا

د) راه اندازی خط تولید دوچرخه در شرکت ایران خودرو

27) اخیراً یک شرکت تولیدی در کشور با درج آگهی اعلام کرده است با دریافت اندازه و ضمن انتخاب مدل توسط مشتری، ظرف چند روز لباس سفارشی وی را تحویل خواهد داد او در راستای کدام نوع بازاریابی عمل می کند؟

- الف) انبوه (Mass Marketing)
- ب) خرد (Micro Marketing)
- ج) بخش بندی (Segment Marketing)
- د) یکسان (Undifferentiated Marketing)

28) یک هتل مسافران را بر اساس هدف و منفعت حاصل از سفر به سه گروه توریستی، اداری و تجاری تقسیم کرده است. این هتل از کدام مبنا برای تقسیم بندی بازار استفاده نموده است؟

- الف) رفتاری
- ب) روانشناختی
- ج) جمعیت شناختی
- د) جغرافیایی

29) مدیر مؤسسه ای که دارای منابع محدود است و قادر به شناسایی احتیاجات تمامی بازار نمی باشد، از کدام استراتژی بهتر است کمک بگیرد؟

- الف) تفکیکی (Differentiated Marketing)
- ب) غیر تفکیکی (Undifferentiated Marketing)
- ج) تمرکزی (Concentrated Marketing)
- د) یکسان (Mass Marketing)

30) شرکت X در حال حاضر 4 نوع صابون، 2 نوع خمیردندان، 4 نوع خمیر ریش و 3 نوع عطر تولید می کند. با توجه به این اطلاعات طول و عرض محصول این شرکت به ترتیب چه میزان است؟

- الف) 13 و 4
- ب) 4 و 4
- ج) 4 و 13
- د) 13 و 13

با آرزوی موفقیت و سلامتی برای شما
