



سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای کشور



جمهوری اسلامی ایران  
وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی

**نمونه سؤالات:**

**متصدی بازار یابی**

**کد استاندارد: ۵۲۴۴۲۰۴۵۰۰۱۰۰۰۱**

معاونت پژوهش، برنامه ریزی و سنجش مهارت

دفتر سنجش مهارت و صلاحیت حرفه ای

۱- کدام عامل جز عوامل موثر در استراتژی بازاریابی نیست ؟

الف- میزان تشابه کالا

ب- میزان تجانس بازارها

ج- استراتژی رقبا

د- خط مشی

۲- روشی که خرید واقعی از مشتری صورت نمی گیرد و رفتار آنها سنجیده میشود ..... نامیده می شود ؟

الف- شبیه سازی آزمایش بازار

ب- تست بازار

ج- تلفیقی

د- دیدگاه مجموعه مدیران

۳- با شناخت کارو مشتریان و اهداف سازمان میتوان ..... تنظیم کرد ؟

الف- تامین نیروی انسانی

ب- برنامه فروش

ج- تبلیغات

د- رسالت

۴- در تصمیمات و اقدامات استراتژیک کدام موارد مهم نیستند ؟

الف- فرصت های محیطی

ب- رقبا و مشتریان

ج- اهداف

د- وضعیت وفاداری مصرف کنندگان

۵- کدامیک از استراتژیهای تعیین بازار هدف برای شرکت های تازه تاسیس و کوچک که دارای منابع وامکانات محدودتری هستند مناسب است و از مزایای آن صرفه جویی ناشی از تخصص در تولید، توزیع، تبلیغات است ؟

الف- استراتژی بازاریابی متفاوت

ب- استراتژی بازاریابی متمرکز

ج- استراتژی بازاریابی یکسان

د- استراتژی سیاست بازاریابی

۶- از عناصر مزیت استراتژیک بازاریابی در کدام گزینه بیان شده است ؟

الف- کانال های توزیع

ب- توسعه صنعتی

ج- ثبات سیاسی

د- سیستم اقتصادی

۷- نگرش رقابت محوری در قیمت گذاری یعنی چه ؟

الف- قیمت تمام شده به اضافه درصد معینی سود

ب- قیمت بر اساس برداشت ارزشی خریدار

ج- نرخ های جاری و پاکت در بسته

د- قیمت گذاری تفکیکی

۸- هدف اساسی کسب و کار در بازاریابی چیست؟

الف- اصول فرهنگی

ب- رقبا

ج- مشتریان

د- واسطه

۹- تقلیل قیمت برای حفظ بازار و اجرای وسیع برنامه های تشویقی و ترغیبی در کدام مرحله ضرورت بیشتر می یابد؟

الف- معرفی کالا

ب- مرحله رشد

ج- مرحله بلوغ

د- مرحله افول یا کاهش

۱۰- به بازاری که مصرف کنندگان در آن کالای شرکت مورد نظر ما و کالای مشابه موسسات رقیب را خریداری کرده اند را بازار

..... می گویند .

الف- بازار هدف

ب- بازار در دسترس

ج- بازار تسخیر شده

د- بازار در دسترس واجد شرایط

۱۱- در زمان نبود تقاضا وظیفه بازاریابی چه میباشد؟

الف- تبدیل تقاضا

ب- ایجاد تقاضا

ج- پرورش تقاضا

د- احیا و تجدید تقاضا

۱۲- این روش ارزش گذاری برند از یک یا چند روش ارزش گذاری با مقایسه برندهای مشابه که به فروش رسیده اند، استفاده می

کند؟

الف- ارزش گذاری برند بر اساس هزینه تمام شده

ب- ارزش گذاری برند بر اساس میزان درآمد تولیدی

ج- بر اساس میزان تولید

د- ارزش گذاری برند بر اساس قیمت بازار

۱۳- تاثیر مهم عوامل جذابیت برای وب سایت عبارتند از :

الف- ایجاد شخصیت

ب- ایجاد برند

ج- ایجاد گرافیک

د- ایجاد اهمیت

۱۴- بیشترین حجم تجارت در محیط وب به کدامیک از موارد زیر اختصاص دارد ؟

الف- B2C

ب- B2B

ج- C2C

د- C2B

۱۵- یکی از روش‌های متداول کسب درآمد در فضای اینترنت است که از طریق معرفی محصولی خاص به مخاطبین و دریافت درصدی از محل فروش آن انجام می‌شود را بازاریابی.....می نامند

الف- بازاریابی الکترونیکی

ب- بازاریابی واسطه ای

ج- بازاریابی بین الملل

د- بازاریابی رسانه ای

۱۶- بازاریابی توسط موتورهای جستجو چه نامیده میشود ؟

الف- SEO

ب- SEM

ج- SCM

د- PPC

۱۷- هر چیزی که به بهینه‌سازی موتورهای جستجو (SEO) با هدف ترفیع وب سایت و افزایش بازدید وب سایت منجر شود.....گفته می‌شود.

الف- بازاریابی موتور جستجو

ب- بازاریابی الکترونیکی

ج- بازاریابی واسطه ای

د- بازاریابی بین الملل

۱۸- درارتباط با کسب و کار الکترونیکی، تجارت الکترونیکی و بازاریابی الکترونیکی می توان ادعا کرد که.....

الف- کسب و کار الکترونیکی، تجارت الکترونیکی و بازاریابی الکترونیکی مفاهیم یکسانی هستند .

ب- کسب و کار الکترونیکی، تجارت الکترونیکی و بازاریابی الکترونیکی دارای هم پوشانی هستند

ج- کسب و کار الکترونیکی دربرگیرنده بازاریابی الکترونیکی و تجارت الکترونیکی است

د- دیدگاه های متفاوت درباره مفاهیم فوق قابل بحث است

۱۹- کندی رشد بازاریابی الکترونیکی به دلیل کدام یک از عوامل زیر است ؟

الف- کندی در بارگذاری صفحات وب سایت

ب- اهداف مبهم

ج- کندی در انجام سفارشات

د- عدم ایجاد ارزش افزوده

۲۰- اولین مرحله در برنامه ریزی فروش کدام مورد زیر است ؟

الف- تعیین بازار هدف

ب- تعیین سیاست ها

ج- شناخت اطلاعات

د- شناخت رقبا

۲۱- کدام یک از گزینه های زیر جز صادرات مستقیم می باشد ؟

الف- فروش داخلی

ب- قرارداد مدیریت

ج- لیسانس

د- مونتاژ

۲۲- کدام یک از گزینه های زیر جزء شاخص های بی ثباتی محیط سیاسی بازاریابی بین الملل می باشد؟

الف- تداوم سیاست های دولتی

ب- اختلافات فرهنگی و قومی

ج- سطح پایین روابط بین الملل

د- عدم تغییر در رژیم

۲۳- کدام گزینه از روش های مهم برنامه ریزی تولید در بازاریابی بین الملل به شمار میرود ؟

الف- بسته بندی کالا

ب- پیش بینی دوره عمر کالا

ج- مارک و علائم تجاری

د- برچسب زنی

۲۴- کلید اصلی رسوخ به فرهنگ یک کشور و بازار اساسی ایجاد ارتباطات بازاریابی در کدام گزینه بیان شده است ؟

الف- فرهنگ اقتصادی

ب- فرهنگ تکنولوژیک

ج- زبان

د- عادات

۲۵- کدام یک از گزینه های زیر جزء عناصر محیط سیاسی بازاریابی بین الملل است ؟

الف- عوامل فرهنگی

ب- عوامل اجتماعی

ج- عوامل بین المللی

د- ایدولوژی اقتصادی و سیاسی

۲۶- عوامل قابل کنترل بازاریابی و مدیریت عبارتند از :

الف- مشتری، محصول، قیمت، تبلیغات

ب- تبلیغات، فروش مشخص، اهداف سازمان، مشتری

ج- محصول، قیمت، توزیع، پیشبرد فروش

د- اهداف سازمان، فروش، تبلیغات، مشتری

۲۷- مهم ترین عنصر برنامه بازاریابی در کدام گزینه بیان شده است ؟

الف- قیمت

ب- ترفیع

ج- توزیع

د- محصول

۲۸- اغلب تولید کنندگانی که محصول جدیدی تولید می کنند از چه کانال توزیعی استفاده می کنند ؟

الف- کانال توزیع مستقیم

ب- کانال توزیع غیر مستقیم



ج- واسطه فروش

د- نمایندگی های فروش

۲۹- تلاش های برنامه ریزی یک شرکت معمولا با تهیه چه چیز شروع میشود ؟

الف- برنامه تولید

ب- بودجه بازاریابی

ج- برنامه تبلیغاتی

د- پیش بینی فروش

۳۰- برنامه ریزی بازاریابی یا مارکتینگ پلن، برای شرکت های بزرگ شامل کدام گزینه است :

الف- نوشتن برنامه کلی برای کسب و کار

ب- تعیین مشتریان هدف

ج- قیمت گذاری دقیق محصولات و تعیین جایگاه آنها

د- همه موارد

۳۱- به فرایندهای بندی مشتریان به گروه های با نیازها و خواسته ها ویژگی های یکسان میگویند.

الف- تقسیم بازار

ب- تجزیه و تحلیل بازار

ج- تمرکز به بازار

د- انتخاب بازار

۳۲- در صورتی که شرکت ایران خودرو علاوه بر محصولات فعلی، محصولات مشابهی را به بازار عرضه نماید این فعالیت نشان دهنده

استفاده از کدام نوع استراتژی است ؟

الف- استراتژی تنوع محصول افقی

ب- استراتژی تنوع محصول عمودی

ج- استراتژی صادرات

د- استراتژی تخصیص

۳۳- کدام یک از روش های توزیع به منظور سهولت دسترسی خریدار به برخی کالاها استفاده میشود ؟

الف- وسیع

ب- انحصاری

ج- برگزیده

د- مرکب

۳۴- در این نوع بازاریابی مشتری خواهد توانست کامنت بزند و از شما جواب دریافت کند ؟

الف- بازاریابی رسانه ای

ب- بازاریابی بین الملل

ج- بازاریابی واسطه ای

د- بازاریابی استراتژیک

۳۵- کمک و مساعدت به مشتری به منظور خرید محصول یا محصولاتی که دوست دارد آنها را با خود داشته باشد. مفهوم کدام یک از

گزینه های زیر است ؟

الف- بازاریابی

ب- خرید

ج- مبادله و معامله

د- فروش

۳۶- برخی صاحب نظران کدام مورد را فروشنده ساکت لقب داده اند ؟

الف- تبلیغات

ب- بسته بندی

ج- فروش

د- تخفیفات

۳۷- اطلاع داشتن از رفتار خریداران و فرایندهای تصمیم، نشان دهنده کدام یک از مشکلات فرهنگی در تحقیق بازاریابی است ؟

الف- مشکل زبان

ب- سازمان اجتماعی

ج- کسب پاسخ

د- به روز نبودن

۳۸- کدام یک از انواع تبلیغات در مرحله رقابت موثر بوده و گاهی به صورت مقایسه ای اجرا میشود ؟

الف- آگاهی دهنده

ب- ترغیب کننده

ج- یادآوری کننده

د- اطلاع دهنده

۳۹- کدام یک از عوامل زیر برای وفادار سازی مشتریان برخط مهمتر است ؟

الف- تحویل به موقع کالا

ب- قیمت منطقی

ج- شخصی سازی

د- کیفیت کالا

۴۰- این نوع تبلیغ در مرحله بلوغ کالا اهمیت بسیاری دارد.

الف- یادآوری

ب- ترغیب کننده

ج- اطلاعی

د- آگاه کننده

۴۱- نکته کلیدی در گزاره ارزشی برخط (online value proposition) عبارتند از :

الف- گزاره ارزشی برخط باید تقویت کننده ارزش های هسته ای و اصلی برند در حضور برخط باشد

ب- گزاره ارزشی برخط باید هم راستای گزاره ارزشی برون خط باشد

ج- گزاره ارزشی برخط باید متفاوت از گزاره های ارزشی رقبا باشد

د- گزاره ارزشی برخط باید مبتنی بر توان مندی کسب و کار و منابع در دسترس باشد

۴۲- کدام یک از موارد زیر جزو عوامل آمیخته بازاریابی (Marketing mix) از نظر رویکرد SP7 به حساب می آیند؟

الف- محصول-فرایند خطی- ترفیع یا ارتقا

ب- قیمت-فرایندها-مکان

ج- کانال بازاریابی-مکان-محصول

د- ترفیع-پیشرفت-محصول-قیمت-مکان

۴۳- کدام یک از موارد زیر در فرایند خرید از اهمیت بیشتری برخوردار است ؟

الف- تشخیص مساله-نیاز

ب- جستجوی اطلاعات و ارزیابی

ج- خرید

د- خدمات پس از فروش

۴۴- هدف اصلی مدیریت ارتباط بامشتری (CRM) عبارتند از:

الف- شناخت مشتریان

ب- جذب مشتریان

ج- حفظ مشتریان

د- کسب وفاداری مشتریان

۴۵- سه جنبه مهم در ساخت ترافیک عبارتند از :

الف- اهداف ویژه-روش ها -زمان بندی

ب- کمیت- کیفیت-هزینه ترافیک

ج- بهینه سازی موتور جستجو- پرداخت به ازای هر کلیک -پرداخت بابت شمولیت

د- بازاریابی ویروسی- بازاریابی زنجیره ای -تبلیغات اینترنتی

