

۱. در بازاریابی، شکل برآورده ساختن است.
- (۱) تقاضا، خواسته (۲) خواسته، نیاز (۳) عرضه، تقاضا (۴) محصول، نیاز
۲. **بازارسنجی یعنی:**
- (۱) تحلیل موقعیت بازار با توجه به آنچه بودیم و داشتیم، و آنچه هستیم و داریم، و آنچه باید داشته باشیم.
 (۲) تلاشی نظام‌مند برای گردآوری، ضبط و ثبت اطلاعات مربوط به همه اجزای تشکیل دهنده نظام بازار است.
 (۳) جستجو برای یافتن مناسب‌ترین بازار و بخش‌هایی که سازمان می‌تواند در آنجا به صورت مفیدتر و مؤثر حضور یابد.
 (۴) نفوذ در بازار و معرفی و شناساندن سازمان و محصولات و خدمات آن با استفاده از عوامل قابل کنترل بازاریابی (4P)
۳. **به طور کلی و به عبارتی ساده‌تر، مدیریت بازاریابی را با کدامیک از واژه‌های زیر می‌توان توصیف کرد؟**
- (۱) مدیریت فروش (۲) مدیریت تبلیغات (۳) مدیریت تقاضا (۴) مدیریت توزیع
۴. **هنگامی که تقاضا است، وظیفه بازاریابی تقاضا است.**
- (۱) بیش از حد، تخریب (۲) منفی، پرورش (۳) فصلی، تعدیل (۴) پنهان، تضعیف
۵. **تقاضای منفی وضعیتی است که در آن:**
- (۱) مردم نسبت به محصولات و خدمات بی‌اعتنا و بی‌توجه هستند.
 (۲) تقریباً بیش‌تر بخش‌های بازار بالقوه به محصولات و خدمات تمایل ندارند.
 (۳) عده زیادی از مردم نیاز شدید مشتری به محصولات یا خدماتی دارند که فعلاً وجود ندارد.
 (۴) تقاضا برای محصول یا خدمتی کم‌تر از سطح قبلی است و کاهش بیش‌تر آن نیز پیش‌بینی می‌شود.
۶. **کدام گرایش بازاریابی به «نزدیک‌بینی» در بازاریابی منجر می‌شود؟**
- (۱) کالا (۲) فروش (۳) بازاریابی (۴) تولید
۷. **براساس فلسفه مشتریان کالای یک شرکت را نخواهند خرید، مگر این که شرکت آن را تبلیغ و ترویج کند.**
- (۱) کالا (۲) بازاریابی (۳) بازاریابی اجتماعی (۴) فروش
۸. **کانون توجه در فلسفه فروش و فلسفه بازاریابی به ترتیب عبارتند از:**
- (۱) نیاز مشتری - کالاهای موجود (۲) کالاهای موجود - نیاز مشتری
 (۳) کارخانه - نیاز (۴) سودآوری از طریق حجم فروش - سودآوری با تأمین رضایت مشتری
۹. **کدام گزینه جزء انتظارات یک جامعه از سیستم بازاریابی نیست؟**
- (۱) به حداکثر رساندن سطح کیفیت زندگی (۲) به حداکثر رساندن مصرف
 (۳) به حداکثر رساندن منافع شرکت (۴) به حداکثر رساندن حق انتخاب
۱۰. **از بعد بازاریابی اجتماعی، کمربند ایمنی در خودرو چه نوع کالاهایی است؟**
- (۱) مطلوب (۲) ناقص (۳) سودمند (۴) خوشایند
۱۱. **براساس ماتریس طبقه‌بندی اجتماعی کالای جدید، اگر رضایت‌مندی فوری زیاد و فایده بلندمدت برای مصرف‌کننده کم باشد، کالا در کدام طبقه قرار می‌گیرد؟**
- (۱) دلربا (۲) پاینده (۳) خوشایند (۴) ناقص
۱۲. **نحوه معاملات و شرایط کسب‌وکار، جزو کدامیک از عناصر محیط بازاریابی است؟**
- (۱) عوامل تکنولوژیکی (۲) عوامل رقابتی
 (۳) عوامل اجتماعی و فرهنگی (۴) عوامل سیاسی، قانونی و اقتصادی

۱۳. استراتژی دفاع متحرک یعنی

- ۱) آغازکننده حمله
- ۲) داشتن جایگاه و موقعیت نفوذناپذیر
- ۳) گسترش دادن بازار و تنوع و گسترش محصول نسبت به بازار
- ۴) آغاز حمله با انتخاب چالشگر، با هدف تضعیف روحیه رهبر بازار

۱۴. هرگاه یک شرکت رقیب، صرفاً به کاهش قیمت فروش محصولات از طرف شرکت‌های رقیبش واکنش نشان دهد، در حالی که به افزایش هزینه تبلیغات توجه نکند، چه نوع رقیبی است؟

- ۱) رقیب ببرصفت
- ۲) رقیب شانسی
- ۳) رقیب پس‌نشین
- ۴) رقیب انتخابی

۱۵. این استراتژی رهبر بازار، خروج استراتژیک نیز نامیده می‌شود.

- ۱) دفاع انقباضی
- ۲) دفاع جناحی
- ۳) دفاع پیشگیرانه
- ۴) حمله مقدم

با آرزوی موفقیت شما

Moravej.management@gmail.com

- © اثر حاضر در تاریخ ۹۴/۰۳/۲۸ به شماره MRK-95-01-Test منتشر شده و تمام حقوق مادی و معنوی این اثر متعلق به نویسندگان‌شان است.
- © وبسایت ارشدباز صرفاً فایل‌ها را با اجازه نویسندگان منتشر کرده است، و ادعایی درباره مالکیت فایل‌ها و محتوای‌شان ندارد.
- 📄 برای کسب اطلاع درباره چگونگی استفاده از تست‌ها با ایمیل نویسندگان که ذیل نام‌شان درج شده است تماس بگیرید.
- 📄 برای دریافت مجموعه تست‌ها، پاسخ‌ها و مطالعه دیدگاه‌های مخاطبان به وبسایت «arshadbaz.ir» بخش «آزمون‌ها» مراجعه کنید.