

۱. بسیاری از بازاریابان عقیده دارند که متغیرهای برای ایجاد قسمت‌های مختلف بازار از جمله بهترین نقاط شروع محسوب می‌شوند.
- (۱) متغیرهای جغرافیایی
(۲) متغیرهای جمعیت‌شناختی
(۳) متغیرهای روان‌شناختی
(۴) متغیرهای رفتاری
۲. شرکت‌ها هنگام ارزیابی قسمت‌های مختلف بازار باید به کدام موارد توجه کنند؟
- (۱) عوامل روان‌تشریحی، جغرافیایی، جمعیت‌شناختی و رفتاری
(۲) عوامل جغرافیایی، جمعیت‌شناختی، منابع و اهداف مشترک
(۳) اندازه و رشد قسمت، جذابیت ساختاری، منابع و اهداف شرکت
(۴) قابل اندازه‌گیری بودن، قابلیت دسترسی، قابل ملاحظه بودن و عملی بودن
۳. بخش‌بندی بازار پاسخی به و استفاده بهینه از است.
- (۱) بازار هدف، مشتریان
(۲) تقاضای پنهان، بازار هدف
(۳) نیازهای گوناگون مشتریان، منابع شرکت‌ها
(۴) نیازهای سطوح بالای مشتریان، منابع شرکت‌ها
۴. هدف‌گیری در بازار به عنوان یکی از مراحل بازاریابی هدف‌دار شامل دو مرحله و است.
- (۱) تعیین ابعاد جذابیت بازار - انتخاب بازار یا بازارهای هدف
(۲) تعیین جایگاه برای هر قسمت بازار - انتخاب قسمت‌های بازار
(۳) تعیین اهداف و منابع شرکت - ارزیابی قسمت‌های مختلف بازار
(۴) تعیین جایگاه برای هر قسمت بازار - انتخاب قسمت‌های بازار
۵. هسته مرکزی استراتژی بازاریابی است.
- (۱) سهم بازار
(۲) رفتار مصرف‌کنندگان
(۳) بخش‌بندی بازار
(۴) سیستم اطلاع‌رسانی و تحقیقات بازاریابی
۶. صنعتی که در آن شرکت‌ها برای تمایز، فرصت‌های زیادی پیش روی دارند، اما هر یک از این فرصت‌ها از نظر مزیت رقابتی کوچک هستند، براساس تقسیم‌بندی گروه مشاوران بوستون چه نوع صنعتی است؟
- (۱) صنعت حجم
(۲) صنعت تخصصی
(۳) صنعت پات‌شده
(۴) صنعت قطعه‌قطعه‌شده
۷. کدام گزینه، جزء ویژگی‌های تقسیم‌بندی مؤثر بازار نیست؟
- (۱) قابل عمل باشد
(۲) انعطاف‌پذیر باشد
(۳) قابل دسترسی باشد
(۴) قابل اندازه‌گیری باشد

۸. شخصیت، سبک زندگی، نژاد، وضعیت وفاداری و مزایای مورد انتظار، به ترتیب مربوط به کدامیک از متغیرهای اصلی تقسیم بازار است؟

- ۱) روان‌تشریحی، روان‌تشریحی، جغرافیایی، رفتاری، رفتاری
- ۲) روان‌تشریحی، رفتاری، جمعیت‌شناختی، رفتاری، روان‌شناختی
- ۳) روان‌تشریحی، روان‌تشریحی، جمعیت‌شناختی، رفتاری، رفتاری
- ۴) روان‌تشریحی، جمعیت‌شناختی، جمعیت‌شناختی، رفتاری، جغرافیایی

۹. موضع‌سازی عبارت است از:

- ۱) توسعه بازارها به قصد افزایش سودآوری شرکت
- ۲) رده‌بندی درون یک بازار بر اساس تفاوت‌های جغرافیایی
- ۳) تقسیم‌بندی بازارها و محصولات بر اساس خواسته‌های مشتریان
- ۴) نحوه ادراک مصرف‌کنندگان از یک محصول در مقایسه با ادراک آنها از محصول رقیب

۱۰. در شرایطی که شرکت با محدودیت منابع مواجه است، بهتر است استراتژی را انتخاب کند.

- | | |
|-----------|--------------|
| ۱) متمایز | ۲) یکسان |
| ۳) متمرکز | ۴) غیرمتمرکز |

۱۱. در کدامیک از استراتژی‌های بازاریابی، شرکت‌ها به تفاوت در نیاز خریداران توجهی نداشته و بازار را به صورت یک مجموعه در نظر می‌گیرند؟

- | | |
|-----------|--------------|
| ۱) تفکیکی | ۲) تطبیقی |
| ۳) متمرکز | ۴) غیرتفکیکی |

۱۲. وقتی محصول در مرحله بلوغ قرار دارد، بازاریابی خط‌مشی مناسبی است، و برای محصولات غیرمتحدالشکل، بازاریابی بسیار مناسب است.

- | | |
|--------------------|-----------------------|
| ۱) یکسان - تفکیکی | ۲) تفکیکی - غیرتفکیکی |
| ۳) تفکیکی - تفکیکی | ۴) یکسان - تمرکزی |

۱۳. منظور از هدف‌گیری در بازار عبارت است از:

- ۱) مبنایابی برای تقسیم بازار، تعیین جایگاه رقابتی برای محصول
- ۲) تعیین جایگاه برای کالا همراه با ترکیب عناصر بازاریابی تفصیلی
- ۳) ارزیابی جذابیت هر قسمت بازار و انتخاب یک یا چند قسمت از بازار و ورود به آن
- ۴) تقسیم بازار به گروه‌های خریدار جداگانه، خریدارانی که به دنبال کالاها یا ترکیب عناصر بازاریابی جداگانه هستند

۱۴. یکی از معیارهای انتخاب بازار هدف، طبقه‌بندی اهداف است. کدام یک از گزینه‌های زیر، از معیارهای اصلی طبقه‌بندی اهداف نیست؟

- (۱) اندازه
(۲) رشد احتمالی
(۳) هم‌جنس بودن و مشابهت محصول
(۴) قابلیت انطباق با هدف‌ها و منابع سازمانی

۱۵. متداول‌ترین متغیر تقسیم بازار کدام است؟

- (۱) متغیرهای دموگرافیک
(۲) متغیرهای جغرافیایی
(۳) متغیرهای روان‌تشریحی
(۴) متغیرهای رفتاری

با آرزوی بهترین‌ها برای شما
علیرضا مروج

Moravej.management@gmail.com

- © اثر حاضر در تاریخ ۹۴/۰۶/۲۳ به شماره MRK-95-03-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 «آزمون‌های رایگان» مراجعه کنید.