

سوالات مدیریت بازاریابی کاتلر

-آنچه باید مدیریت در آمارگیری همواره مدنظر داشته باشد چیست؟

الف) درصد فروش در حراجی ها - درصد کوپن های بازخرید شده

ب) هزینه های نمایش کالا بابت معینی از فروش

ج) تعداد استعمال هایی که ارائه و نمایش کالا به دنبال داشته است

د) هر سه گزینه ☐ ☒

-از نظر بونوما برای اجرای مؤثر برنامه های بازاریابی چه مهارتهایی لازم است؟

الف) تشخیص مشکل - اجرای طرح - ارزیابی پیامدهای اجرا

ب) تشخیص مشکل - اجرای طرح - ارزیابی سطحی از شرکت که در آن مشکل وجود دارد

ج) تشخیص مشکل - ارزیابی سطحی از شرکت که مشکل دارد - اجرای طرح - ارزیابی پیامدهای اجرا ☐ ☒

د) اجرای طرح - ارزیابی پیامدهای اجرا

-در دایره تدارکات کارکنان قسمت خرید چه مسئولیتی دارند؟

الف) تامین مواد اولیه و اقلام مصرفی مورد نیاز ☐ ☒

ب) حفظ روال عادی تولید در کارخانه

ج) صرفه جویی در هزینه ها و سهولت امر تولید

د) اعطای پاداش در دایره

-کارکنان بازاریابی شرکت از چه مدل هایی تبعیت می کنند؟

الف) شرکت فاقد بازاریابی - بازاریابی مرکزی در سطح متعادل

ب) فاقد بازاریابی - بازاریابی مرکزی در سطح متعادل - بازاریابی مرکزی بسیار قوی ☐ ☒

ج) شرکت بازاریابی مرکزی در سطح متعادل - بازاریابی مرکزی بسیار قوی

د) فاقد بازاریابی - بازاریابی مرکزی بسیار قوی

-مزیت اصلی و اساسی بازاریابی عملیاتی چیست؟

الف) داشتن مدیران موفق

ب) سهولت اداره آن ☐ ☒

ج) افزایش تعداد محصولات تولیدی

د) افزایش بازارهای شرکت

-دوایر بازاریابی جدید بر چه اساسی سازماندهی می شوند؟

الف) وظیفه و نوع کار - ناحیه جغرافیایی - محصولات نام های تجاری و بازاریابی مشتری ☐ ☒

ب) وظیفه و نوع کار - ناحیه جغرافیایی - برنامه های بازاریابی

ج) خط مشی ها - تعداد معاونت ها - محصولات و نام های تجاری

د) هیچکدام

-روند کوچکتر کردن سازمان ها باعث ایجاد چه امری در سازمان ها شد؟

الف) شبکه سازی

ب) استفاده از کامپیوتر، پست الکترونیکی و ماشین های فاکس

ج) فرو ریختن دیوارهای میان دواير

د) هر سه مورد ☐ ☒

-گونه ای فروشگاه سوپر است که در ان اقلام خواربار فروشی و مواد دارویی به فروش می رسد و زیر بنای ان تقریبا 55000 فوت مربع است.

الف-فروشگاه های ترکیبی ☐ ☒

ب-فروشگاه های سوپر

ج- فوق بازارها

د- فروشگاه های راحتی

-کدام یک از موارد زیر از انواع خرده فروش نیست؟

الف-خرده فروشی فروشگاهی

ب- خرده فروشی سلف سرویس

ج- خرده فروشی تجاری ☐ ☒

د- خرده فروشی خود- انتخابی

-کدام یک از تصمیمات بازار یابی خرده فروش نیست؟

الف-تصمیم در باره بازار هدف

ب- تصمیم در باره فعالیت های پیشبردی

ج- تصمیم در باره مکان

د- تصمیم در باره رشد سیستم های بازاریابی عمودی ☐ ☒

-تصمیمات تدارکات بازار شامل چه مواردی می باشد؟

الف - بررسی سفارش ها، تبلیغات، بازاریابی، قیمت گذاری

ب- انبارداری ، موجود جنسی ، ترکیب کالا، فروش

ج- بررسی سفارش ها ، انبارداری، موجودی جنسی، حمل و نقل ☐ ☒

د - هزینه سفارش ها، انبارداری، حمل و نقل، فروش

-کدام یک از موارد زیر تفاوت بین عمده فروش و خرده فروش نیست؟

الف- معاملات عمده فروش حجیم تر از خرده فروشی است.

ب- عمده فروشان منطقه جغرافیایی بزرگ تری را پوشش می دهند.

ج- برخورد دولت با عمده فروشان و خرده فروشان در زمینه قوانین و مقررات مالیات ها متفاوت است.

د- عمده فروش شامل تولیدکنندگان هم می شود ولی خرده فروشی خیر ☒ ☐