



آیا نمونه سوال را از سایت ما دانلود کرده اید؟

## کتابخانه الکترونیکی **PNUEB**

### پیام نوری ها بشتابید

مزایای عضویت در کتابخانه **PNUEB** :

دانلود رایگان و نامحدود خلاصه درس و جزوه

دانلود رایگان و نامحدود حل المسائل و راهنما

دانلود کتابچه نمونه سوالات دروس مختلف

پیام نور با جواب

**WWW.PNUEB.COM**

# کتابچه نمونه سوالات چیست:

سایت ما **افتخار** دارد برای اولین بار در ایران توانسته است کتابچه نمونه سوالات تمام دروس پیام نور که هر یک حاوی تمامی آزمون های برگزار شده پیام نور (تمامی نیمسالهای موجود **حتی الامکان با جواب**) را در یک فایل به نام کتابچه جمع آوری کند و هر ترم نیز آن را آپدیت نماید.

## مراحل ساخت یک کتابچه نمونه سوال

**(برای آشنایی با زحمت بسیار زیاد تولید آن در هر ترم):**

دسته بندی فایلها - سرچ بر اساس کد درس - پاسباندن سوال و جواب - پیدا کردن یک درس در نیمسالهای مختلف و پاسباندن به کتابچه همان درس - پاسباندن نیمسالهای مختلف یک درس به یکدیگر - وارد کردن اطلاعات تک تک نیمسالها در سایت - آپلود کتابچه و فیلد موارد دیگر..

**همچنین** با توجه به تغییرات کدهای درسی دانشگاه استثنائات زیادی در سافت کتابچه بوجود می آید که کار سافت کتابچه را بسیار پیچیده می کند .

**WWW.PNUEB.COM**

# نمونہ سوال امتحانی نیمسال دوم ۹۶-۹۵

سری سوال: یک ۱

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۱۲۰ تشریحی: ۰

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: بررسی رفتار مصرف کننده

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت بازرگانی (بازاریابی) ۱۲۳۵۰۲۱

۱- کدام علم در مورد مصرف کنندگان محصولات بحث می کند؟

۱. رفتار مصرف کننده      ۲. مدیریت دانش      ۳. سیستم های اطلاعاتی      ۴. مدیریت مالی

۲- نوعی از بازاریابی که در آن مصرف کننده یک فرد است چه نام دارد؟

۱. بازاریابی شرکت به شرکت      ۲. بازاریابی مصرف کننده  
۳. بازاریابی صنعتی      ۴. بازاریابی سازمانی

۳- ذهنیتی که مصرف کنندگان از یک محصول دارند و عملکردهایی که از آن انتظار دارند چه نام دارد؟

۱. نشان تجاری      ۲. برند      ۳. مفهوم محصول      ۴. عملیات محصول

۴- کدام مورد زیر بیانگر مجموعه ای از باورها است که درک ما را از جهان هدایت می کند؟

۱. فرضیه      ۲. مدل      ۳. نظریه      ۴. پارادایم

۵- کدام نوع بازاریابی شامل ردیابی دقیق عادات خرید مصرف کنندگان و ارائه محصولات متناسب با نیازها و خواسته های مصرف کنندگان مبتنی بر این اطلاعات است؟

۱. بازاریابی پایگاه داده      ۲. بازاریابی ویروسی      ۳. بازاریابی چریکی      ۴. بازاریابی سنتی

۶- قوانین هدایت کننده اقدامات بازار چه نام دارند؟

۱. طرح غالب      ۲. اخلاقیات کسب و کار      ۳. برنامه ریزی کسب و کار      ۴. برنامه ریزی بازاریابی

۷- انگیزه زیستی اساسی و احساس محرومیت در افراد را چه می گویند؟

۱. تقاضا      ۲. محصول      ۳. نیاز      ۴. خواسته

۸- فرایند کسب و ذخیره اطلاعات برای دسترسی به آنها در مواقع مورد نیاز چه نام دارد؟

۱. داده      ۲. اطلاعات      ۳. دانش      ۴. حافظه

۹- فرایندهایی که باعث می شود افراد به گونه ای خاص رفتار کنند چه نام دارد؟

۱. یادگیری      ۲. ادراک      ۳. انگیزش      ۴. حافظه

۱۰- کدام مورد بیانگر شدت تنش است؟

۱. محرک      ۲. خواسته      ۳. تقاضا      ۴. انگیزش

۱۱- اولین سطح نظریه سلسله مراتب مازلو چیست؟

۱. فیزیولوژیکی      ۲. ایمنی      ۳. تعلق      ۴. احترام

سری سوال: ۱ یک

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۱۲۰ تشریحی: ۰

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: بررسی رفتار مصرف کننده

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت بازرگانی (بازاریابی) ۱۲۳۵۰۲۱

۱۲- ادراک ارتباط محصولات با نیازها، ارزش‌ها و علائق درونی افراد را چه می‌گویند؟

۱. یادگیری      ۲. درگیری      ۳. شخصیت      ۴. احساس

۱۳- کدام مورد بیانگر باورهای یک فرد در مورد ویژگی‌های شخصی خود است؟

۱. عزت نفس      ۲. مقایسه اجتماعی      ۳. خیال‌پردازی      ۴. خودانگاره

۱۴- اینکه ما رفتارهای خود را بر اساس انتظارات دیگران انجام می‌دهیم مربوط به کدام مورد است؟

۱. تعامل درونی      ۲. تعامل فراخود      ۳. کامیابی درونی      ۴. کامیابی فراخود

۱۵- دیدن تصویر خود از آینه دیگران چه نام دارد؟

۱. خودآگاهی      ۲. خودنظارتی      ۳. خودآینه‌ای      ۴. خودپنداره

۱۶- ترکیب روان‌شناختی منحصر به فرد یک فرد چه نام دارد؟

۱. شخصیت      ۲. ادراک      ۳. تفسیر      ۴. خود

۱۷- احساسات، باورها و رفتارهای پایدار افراد درباره خود، سایر افراد و محصولات چه نامیده می‌شود؟

۱. یادگیری      ۲. نگرش      ۳. عواطف      ۴. شخصیت

۱۸- بر اساس کدام الگو، نگرش دارای سه عنصر است: احساس، رفتار و شناخت؟

۱. SWOT      ۲. QSPM      ۳. ABC      ۴. AIDA

۱۹- کدام مورد زیر بیان می‌کند که مصرف‌کنندگان به دنبال ایجاد هماهنگی بین افکار، احساسات و رفتارهای خود هستند؟

۱. اصل همسانی      ۲. اصل مجاورت      ۳. اصل توازن      ۴. اصل تعادل

۲۰- پیام از چه چیزی سرچشمه می‌گیرد؟

۱. منبع      ۲. رسانه      ۳. مصرف‌کننده      ۴. بازار

۲۱- اینکه افراد بر این باور هستند که نسبت به گذشته در فشار زمانی بیشتری قرار دارند بیانگر کدام مورد است؟

۱. گذشت زمان      ۲. فقر زمانی      ۳. فقر مالی      ۴. فقر عاطفی

۲۲- بعد روان‌شناختی زمان نقش مهمی در چه چیزی دارد؟

۱. نظریه بهره‌وری      ۲. نظریه مزیت نسبی      ۳. نظریه صف      ۴. نظریه مزیت مطلق

۲۳- کدام مورد معادل تصویر فروشگاه است؟

۱. نورپردازی      ۲. رایحه      ۳. موسیقی      ۴. شخصیت فروشگاه



**تعداد سوالات : تستی : ۳۰ تشریحی : ۰**

زمان آزمون (دقیقه) : تستی : ۱۲۰ تشریحی : \*

**سری سوال : ۱ یک**

## عنوان درس: بررسی رفتار مصرف کننده

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت بازرگانی (بازاریابی) ۱۲۳۵۰۲۱

۲۴- میزان تأمین انتظارات مشتریان توسط محصولات شرکت چه نام دارد؟

۱. رضایت مشتری      ۲. مدیریت کیفیت جامع      ۳. یادگیری سازمانی      ۴. مشتری‌مداری

۲۵- فرد یا گروهی واقعی یا خیالی که تأثیر زیادی بر ارزیابی‌ها، تمایلات و رفتارهای افراد دارند چه نام دارند؟

۱. گروه اجتماعی      ۲. گروه دانش      ۳. گروه مرجع      ۴. گروه ارزیاب

۲۶- توانایی تغییر رفتارها و اقدامات دیگران را چه می‌گویند؟

۱. مهارت اجتماعی      ۲. ساختار اجتماعی      ۳. دانش اجتماعی      ۴. قدرت اجتماعی

۲۷- گروهی از مصرف‌کنندگان که روابط اجتماعی مشترکی دارند را چه می‌گویند؟

۱. تیم شبکه‌ای      ۲. سازمان محصول      ۳. گروه مجازی      ۴. جامعه برند

۲۸- کدام مورد زیر زمانی رخ می‌دهد که فرد در زمان کار گروهی، میزان تلاش خود را کاهش می‌دهد؟

۱. مخفی کاری      ۲. هم افزایی      ۳. فردیت زدایی      ۴. طفره روی اجتماعی

۲۹- به شیوه تطابق یک سیستم با کانون اصلی خود چه می‌گویند؟

۱. بوم‌شناسی      ۲. ساختار اجتماعی      ۳. ایدئولوژی      ۴. ارزش

۳۰- فرایند گسترش یک محصول، خدمت یا ایده جدید در یک جامعه چه نام دارد؟

۱. انتشار نوآوری      ۲. انتشار محصول      ۳. انتشار دانش      ۴. انتشار بازار

شماره سوال	جواب صحیح	وضعیت کلید
۱	الف	عادی
۲	ب	عادی
۳	ج	عادی
۴	د	عادی
۵	الف	عادی
۶	ب	عادی
۷	ج	عادی
۸	د	عادی
۹	ج	عادی
۱۰	الف	عادی
۱۱	الف	عادی
۱۲	ب	عادی
۱۳	د	عادی
۱۴	د	عادی
۱۵	ج	عادی
۱۶	الف	عادی
۱۷	ب	عادی
۱۸	ج	عادی
۱۹	الف	عادی
۲۰	الف	عادی
۲۱	ب	عادی
۲۲	ج	عادی
۲۳	د	عادی
۲۴	الف	عادی
۲۵	ج	عادی

شماره سوال	جواب صحیح	وضعیت کلید
۲۶	د	عادی
۲۷	د	عادی
۲۸	د	عادی
۲۹	الف	عادی
۳۰	الف	عادی
۳۱		
۳۲		
۳۳		
۳۴		
۳۵		
۳۶		
۳۷		
۳۸		
۳۹		
۴۰		
۴۱		
۴۲		
۴۳		
۴۴		
۴۵		
۴۶		
۴۷		
۴۸		
۴۹		
۵۰		



نمونہ سوال امتحانی نیمسال دوم ۹۲-۹۳

سری سوال: یک ۱

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۶۰ تشریحی: ۰

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: بررسی رفتار مصرف کننده

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت بازرگانی (بازاریابی) ۱۲۳۵۰۲۱

۱- کدام یک از موارد زیر تفاوت نگرش سنتی و نگرش جدید رفتار مصرف کننده می باشد؟

۱. تاکید بر خریدار
۲. نتایج فرایند خرید
۳. تأثیرات غیر مستقیم شناخت رفتار مصرف کننده
۴. تأثیرات مستقیم شناخت رفتار مصرف کننده

۲- فرایند بازاریابی در بعد اجتماعی بر کدام یک از موارد زیر تاکید دارد؟

۱. ارضای نیازها- رشد سیاسی
۲. تغییر نگرش- رشد فرهنگی
۳. تغییر رفتار- تغییر سبک زندگی
۴. رشد اقتصادی- آلودگی محیطی

۳- این ارزشها بازتاب دیدگاه جامعه از روابط مناسب بین افراد و گروههای درون جامعه است؟

۱. ارزش غیر گرایانه
۲. ارزش فردگرایانه
۳. ارزشهای جمع گرایانه
۴. ارزشهای محیط گرایانه

۴- کدام یک از موارد زیر جزو ارزشهای فردگرایانه محسوب می گردد؟

۱. رقابت یا همکاری
۲. گرایش یا عدم گرایش به مادیات
۳. ریسک پذیری یا امنیت طلبی
۴. جوانی یا سالمندی

۵- فرهنگ هایی که عمدتاً به زمان گذشته و حال گرایش دارند تحت تاثیر کدام یک از نگرشهای زیر هستند؟

۱. نگرش یک سویه به زمان
۲. نگرش چند سویه به زمان
۳. نگرش سنتی به زمان
۴. نگرش کوتاه مدت به زمان

۶- در مورد لباس و اسباب بازی کدام یک از شاخص های زیر نقش تعیین کننده دارد؟

۱. آرامش و قیمت
۲. آرامش و ارزش کالا
۳. قیمت و ارزش کالا
۴. اطمینان و ارزش کالا

۷- نقش هایی مانند جنسیت که فرد کنترل کمی بر آنها دارد چه نوع نقش هایی نامیده می شود؟

۱. نقش های اسنادی
۲. نقش هاس مرتبط با میزان موفقیت فرد
۳. نقش های عملکردی
۴. نقش های غیر اسنادی

۸- زمانی که فرد تصمیم نهایی خرید را اتخاذ می کند و ممکن است این نقش توسط چند نفر اتخاذ شود چه نقشی فرد ایفا می کند؟

۱. جمع آوری کننده اطلاعات
۲. تاثیر گذار
۳. تصمیم گیرنده
۴. خریدار

سری سوال: ۱ یک

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۶۰ تشریحی: ۰

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: بررسی رفتار مصرف کننده

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت بازرگانی (بازاریابی) ۱۲۳۵۰۲۱

۹- کدام یک از تاثیرات زیر تحت عنوان تاثیرات بیانگر ارزشها می باشند و فرد کاملاً تابع ارزشهای گروه می شود؟

۱. تاثیرات اطلاعاتی ۲. تاثیرات هنجاری ۳. تاثیرات جنسیتی ۴. تاثیرات هویتی

۱۰- کدام یک از سبک های نوآوری زیر در برگیرنده تحولات اساسی در یک رفتار بسیار مهم و با اهمیت برای افراد یا گروهها است؟

۱. نوآوری مستمر ۲. نوآوری مستمر پویا ۳. نوآوری غیر پویا ۴. نوآوری یکباره

۱۱- فرایند ادراک در کدام گزینه به درستی بیان گردیده است؟

۱. قرار گرفتن در معرض اطلاعات - جلب توجه - شرح و تفسیر اطلاعات  
 ۲. جلب توجه - شرح و تفسیر اطلاعات - ثبت در حافظه  
 ۳. شرح و تفسیر اطلاعات - جلب توجه - پردازش اطلاعات  
 ۴. ثبت در حافظه - شرح و تفسیر اطلاعات - پردازش در اطلاعات

۱۲- پیام هایی که به طور سریع و ماهرانه و به حدی پوشیده در زیر نقاب سایر پیام ها ارائه می شود چه نوع محرک هایی هستند؟

۱. تمایزات حسی ۲. محرک های آستانه حسی  
 ۳. محرک های زیر آستانه حسی ۴. محرک های شناختی

۱۳- عبارت "تبلیغ باید در حافظه مخاطبان به نحوی نگهداری شود که تحت شرایط و موقعیت مناسب قابل بازیابی و در دسترس باشد" به کدام یک از وظایف تبلیغ اشاره دارد؟

۱. مواجهه ۲. به خاطر سپاری و یادآوری  
 ۳. جلب توجه ۴. تعبیر و تفسیر

۱۴- ایجاد ارتباط بین دو یا چند نفر بدون شرطی شدن چه نوع یادگیری از انواع یادگیری شناختی است؟

۱. یادگیری حاصل از تکرار ۲. یادگیری جانشینی  
 ۳. یادگیری استدلالی ۴. یادگیری قیاسی

۱۵- قسمتی از حافظه که با فعالیت ها و اشیای خاص ارتباط دارد چه نوع حافظه ای نامیده می شود؟

۱. حافظه کوتاه مدت ۲. حافظه بلند مدت ۳. حافظه آشکار ۴. حافظه ضمنی

حضرت علی (ع): دانش راهبر نیکویی برای ایمان است

**سری سوال : ۱ یک**

**زمان آزمون (دقیقه) : تستی : ۶۰ تشریحی : ۰**

تعداد سوالات : ۳۰ : تشریحی : ۰

## عنوان درس: بررسی رفتار مصرف کننده

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت بازرگانی (بازاریابی) ۱۲۳۵۰۲۱

۱۶- کدام دسته از نیازهای زیر بازتاب نیاز به نشانه ها یا سمبل های قابل مشاهده ای است که افراد را قادر می کنند به آنچه می دانند یا احساس می کنند پی ببرند؟

۱. نیاز به طبقه بندی  
۲. نیاز به عینیت بخشیدن  
۳. نیاز به استقلال  
۴. نیاز به تحریک

۱۷- کدام یک از تئوریهای زیربر روی یک خصوصیت شخصیتی به عنوان خصوصیت مرتبط با درک مجموعه ای از رفتارهای فرد تاکید می کنند؟

۱. تئوری های خصیصه منفرد  
۲. تئوری شخصیت چند خصیصه ای  
۳. تئوری شخصیت درون گرا  
۴. تئوری شخصیت بیرون گرا

۱۸- باورها و اعتقادات یک مصرف کننده در مورد کالا یا خدمت به عنوان کدام جزء از نگرش افراد شناخته می شود؟

۱. جزء عاطفی      ۲. جزء رفتاری      ۳. جزء شناختی      ۴. جزء هویتی

۱۹- کدام یک از تئوری‌های زیر بیان می‌کند که اهداف و مقاصد رفتاری بر اساس ترکیبی از نگرشها نسبت به رفتاری خاص شکل می‌گیرد؟

۱. سنجش احساسات  
۲. سنجش تمایلات واکنشی  
۳. تئوری عمل مستدل  
۴. تغییر نگرش

۲۰- افرادی که فردگرا، خود محور، متکی به نفس و دارای آزادی عمل زیادی هستند از چه نوع برداشتی برخوردار هستند؟

۱. برداشت از خود خصوصی  
۲. برداشت از خود مستقل  
۳. برداشت از خود اجتماعی  
۴. برداشت از خود ایده آل

۲۱- کدام یک از گروه‌های زیر افرادی موفق، فعال و خبره بوده و معمولاً سرپرستی و کنترل دیگران را به عهده می‌گیرند؟

۱. گروه خود شکوفایان      ۲. گروه معتقدان      ۳. گروه موافقان      ۴. گروه وجهه گرا

۲۲- فرایندی را که مدیران بازاریابی با استفاده از آن تلاش می کنند تا محیط فیزیکی فروشگاه خود را با هدف ایجاد خلق و خو و پاسخ خاص در مشتریان تغییر دهند چه نامیده می شود؟

۱. محیط اجتماعی      ۲. تغییر نگرش      ۳. استراتژی بازاریابی      ۴. جوشناسی

۲۳- در کدام یک از تصمیم‌گیری‌های زیر، تصمیم از روی عادت و در واقع به طور مستقیم هیچ نوع تصمیم‌گیری را در بر ندارد؟

۱. تصمیم گیری گسترده  
۲. تصمیم گیری محدود  
۳. تصمیم گیری صوری  
۴. تصمیم گیری جزئی و تدریجی

تعداد سوالات : تستی : ۳۰ تشریحی : ۰۰ زمان آزمون (دقیقه) : تستی : ۶۰ تشریحی : ۰۰ سری سوال : ۱ یک

عنوان درس : بررسی رفتار مصرف کننده

رشته تحصیلی / کد درس : مدیریت بازرگانی (بازاریابی) ۱۲۳۵۰۲۱

۲۴- در کدام یک از مراحل تصمیم گیری زیر، لیستی از مسایل تهیه شده و از پاسخ دهندگان درخواست می شود که اعلام کنند نظر آنها کدام یک از فعالیت ها، محصولات یا نام های تجاری با این مسایل مواجه هستند؟

۱. شناسایی مسئله ۲. تعریف مسئله ۳. تجزیه و تحلیل مسئله ۴. تعیین راه حلها

۲۵- زمانی که کاوش بیرونی اطلاعات به صورت داوطلبانه و حتی بدون شناسایی مسئله رخ می دهد چه نامیده می شود؟

۱. جستجوی داوطلبانه ۲. جستجوی مستمر ۳. جستجوی تدریجی ۴. جستجوی بلند مدت

۲۶- زمانی که مصرف کنندگان اطلاعات مناسب و مثبت را جذب می کنند و نسبت به آنها توجه نشان می دهند اماد داوطلبانه به جستجو نمی پردازند از کدام یک از مجموعه های زیر بهره می گیرند؟

۱. مجموعه آگاهی ۲. مجموعه فراخوانده شده ۳. مجموعه تامل ۴. مجموعه خنثی

۲۷- کدام یک از مفروضات زیر از مفروضات تئوری انتخاب منطقی تلقی می گردد؟

۱. منطقی بودن فرد و اهداف متفاوت و بهترین گزینه ۲. شناسایی انتخاب بهینه برای شرایط تصمیم گیری موجود ۳. جستجوی مزایایی دیگر از محصول ۴. انتخاب اهدافی متفاوت با بهترین گزینه

۲۸- در کدام یک از خرید های زیر، کالاهایی با قیمت متوسط و دفعات و تناوب خرید بالا هستند که ارسال آنها برای مصرف کننده می تواند با موفقیت مواجه شود؟

۱. خرید های بی دردسر و آسان ۲. کالاهای تحقیق شده ۳. کالاهای بازگشت پذیر ۴. کالاهای بازگشت ناپذیر

۲۹- کدام یک از خریداران زیر جزو افرادی هستند که خرید های عمده انجام می دهند و هدف آنها لذت بردن از خرید و گرفتن تخفیف بیشتر است؟

۱. کاوشگران ۲. هدف گرایان ۳. لذت جویان ۴. کلکسیونرها

۳۰- زمانی که ادراکات فرد از عملکرد واقعی محصول، مطابق با انتظاراتی باشند که از حداقل سطح عملکرد مطلوب فرد بالاترند، کدام یک از نتایج زیر در فرد حاصل می شود؟

۱. رضایت ۲. عدم رضایت ۳. تنفر ۴. بی تفاوتی

نمونہ سوال امتحانی نیمسال دوم ۹۱-۹۰















**تعداد سوالات : تستی : ۳۰ تشریحی : ۰**

**زمان آزمون (دقیقه) : تستی : ۶۰ تشریحی : ۰**

**سری سوال : ۱ یک**

## عنوان درس: بررسی رفتار مصرف کننده

**رشته تحصیلی/کد درس:** مدیریت بازرگانی (بازاریابی) ۱۲۳۵۰۲۱

۲۸- کدام گزینه زیر شامل ویژگی های فرد به علاوه تعلقات و داشته های او می باشد؟

۱. دارائی فردی      ۲. خود گسترده فرد      ۳. خود واقعی فرد      ۴. خود ایزاری فرد

۲۹- در سیستم VALS، کدامیک از گزینه های زیر، "رویکرد عمل گرا" را توضیح می دهد؟

۱. این قبیل افراد به فعالیت های فیزیکی و اجتماعی، تنوع طلبی و ریسک پذیری اجتماعی علاقه دارند.
۲. فعالیت ها، عقاید و پذیرش سایرین بر روی این گروه از افراد بسیار تأثیرگذار است.
۳. این قبیل افراد در انتخاب هایشان بیشتر به باورها و اصول زندگی خود توجه می کنند تا به احساسات یا موقعیت و نظر دیگران.
۴. فعالیت ها، عقاید و پذیرش خانواده (همسر و فرزندان) بر روی این گروه از افراد کمتر تأثیر می گذارد.

### ۳۰- انواع اصلی تصمیم‌گیری‌های مصرف‌کننده کدام‌ها هستند؟

۱. موقت، میان مدت، بلند مدت  
۲. ظاهری، محدود، گسترده  
۳. فعالیت، محصول، مسئله  
۴. تشخیصی، کنترلی، فرآیندی



نمونہ سوال امتحانی نیمسال دوم ۸۸-۸۷

نام درس: بررسی رفتار مصرف کننده

رشته تحصیلی: گرایش: مدیریت بازرگانی

کد درس: ۱۲۳۵۰۲۱

تعداد سؤال: تستی: — تکمیلی: — تشریحی: ۷

زمان آزمون (دقیقه): تستی و تکمیلی: — تشریحی: ۸۰

۱. اثر تفاوت‌ها در ارزش‌های فرهنگی را در رفتار مصرف کننده بطور خلاصه توضیح دهید. ۲نمره

۲. نقش جنسیت در مصرف کنندگان را توضیح دهید. ۲نمره

۳. ابعاد تأثیر گروه مرجع بر رفتار مصرف کنندگان را توضیح دهید. ۲نمره

۴. منظور از موضع یابی محصول و موضع یابی مجدد چیست؟ ۲نمره

۵. عوامل و ویژگی‌های تأثیرگذار موقعیت بر رفتار مصرف کننده کدام‌اند؟ ۲نمره

۶. استراتژی‌های بازاریابی بر مبنای الگوهای جستجوی اطلاعات را نام برده و مفهوم هر یک را بطور خلاصه بنویسید. ۲نمره

۷. انواع تصمیمات خرید را توضیح دهید. ۲نمره

کلید سوالات، تشریحی

صفحه: — از —

نام درس: در قرآن و حدیث

کد لکھنؤ ۱۲۲۵۰۲۱

رشته تحصیلی - گرایش: مدیریت بازرگانی

مقطع: ۱۳۸۸ سال تحصیلی: ۸۷-۸۸ نیمسال: اول نوم: ۱۳۸۸ تابستان ○ بارم: ۱۲

مدال ۱ - از صفی ۴۶ تا صفی ۵۱ - رضا، رضا کشره

7 7 7 100 7 7 98 7 7 = 100

6 6 7 7 108 109 - 2"

$\epsilon - \gamma$

$\gamma \quad \delta \quad \gamma \quad \delta \quad \epsilon \vee \vee \quad , \quad \delta \quad \epsilon \vee \vee \quad \gamma \quad \gamma \quad - \delta "$

5 5 7 11 13 17 19 23 29 31 37 41 47 53 59 67 71 79 83 89 97 101 107 113 127 137 149 157 167 179 187 197 211 227 239 251 263 271 281 293 307 311 317 331 337 347 359 373 383 397 401 409 419 431 439 443 457 467 479 487 491 509 521 527 541 557 563 577 587 593 607 613 617 631 641 647 659 673 683 691 701 709 719 727 733 739 743 757 761 769 773 787 797 809 811 821 827 833 839 853 857 863 877 883 893 907 911 919 929 937 941 947 953 967 971 977 983 991 997 1013 1019 1021 1031 1039 1043 1049 1057 1063 1069 1087 1091 1093 1097 1103 1107 1117 1123 1129 1133 1139 1147 1151 1157 1163 1171 1181 1187 1193 1201 1213 1217 1223 1229 1237 1241 1249 1259 1271 1277 1283 1291 1301 1307 1313 1319 1327 1331 1337 1343 1349 1357 1361 1367 1373 1381 1391 1403 1409 1411 1423 1429 1433 1439 1447 1451 1457 1463 1469 1473 1481 1487 1493 1501 1511 1517 1523 1529 1537 1541 1549 1553 1559 1567 1571 1577 1583 1591 1601 1607 1613 1621 1627 1631 1637 1643 1649 1657 1661 1667 1673 1681 1687 1691 1697 1703 1709 1711 1717 1723 1729 1733 1739 1747 1751 1757 1763 1769 1773 1781 1787 1793 1801 1811 1817 1823 1829 1837 1841 1847 1853 1859 1867 1871 1877 1883 1889 1897 1901 1907 1913 1919 1927 1931 1937 1943 1949 1953 1957 1963 1969 1973 1979 1987 1991 1997 2003 2011 2017 2021 2027 2029 2033 2039 2047 2051 2057 2063 2069 2073 2081 2087 2093 2101 2107 2111 2117 2123 2129 2137 2141 2147 2153 2159 2167 2171 2177 2183 2189 2197 2203 2209 2213 2219 2227 2231 2237 2243 2249 2257 2261 2267 2273 2279 2283 2287 2293 2301 2307 2311 2317 2323 2329 2333 2339 2347 2351 2357 2363 2369 2373 2379 2381 2387 2393 2401 2411 2417 2423 2429 2437 2441 2447 2453 2459 2467 2471 2477 2483 2489 2493 2501 2511 2517 2523 2529 2537 2541 2547 2553 2559 2567 2571 2577 2583 2589 2593 2601 2611 2617 2623 2629 2637 2641 2647 2653 2659 2667 2671 2677 2683 2689 2693 2701 2711 2717 2723 2729 2737 2741 2747 2753 2759 2767 2771 2777 2783 2789 2793 2801 2811 2817 2823 2829 2837 2841 2847 2853 2859 2867 2871 2877 2883 2889 2893 2901 2911 2917 2923 2929 2937 2941 2947 2953 2959 2967 2971 2977 2983 2989 2993 3001 3011 3017 3023 3029 3037 3041 3047 3053 3059 3067 3071 3077 3083 3089 3093 3101 3111 3117 3123 3129 3137 3141 3147 3153 3159 3167 3171 3177 3183 3189 3193 3201 3211 3217 3223 3229 3237 3241 3247 3253 3259 3267 3271 3277 3283 3289 3293 3301 3311 3317 3323 3329 3337 3341 3347 3353 3359 3367 3371 3377 3383 3389 3393 3401 3411 3417 3423 3429 3437 3441 3447 3453 3459 3467 3471 3477 3483 3489 3493 3501 3511 3517 3523 3529 3537 3541 3547 3553 3559 3567 3571 3577 3583 3589 3593 3601 3611 3617 3623 3629 3637 3641 3647 3653 3659 3667 3671 3677 3683 3689 3693 3701 3711 3717 3723 3729 3737 3741 3747 3753 3759 3767 3771 3777 3783 3789 3793 3801 3811 3817 3823 3829 3837 3841 3847 3853 3859 3867 3871 3877 3883 3889 3893 3901 3911 3917 3923 3929 3937 3941 3947 3953 3959 3967 3971 3977 3983 3989 3993 4001 4011 4017 4023 4029 4037 4041 4047 4053 4059 4067 4071 4077 4083 4089 4093 4101 4111 4117 4123 4129 4137 4141 4147 4153 4159 4167 4171 4177 4183 4189 4193 4201 4211 4217 4223 4229 4237 4241 4247 4253 4259 4267 4271 4277 4283 4289 4293 4301 4311 4317 4323 4329 4337 4341 4347 4353 4359 4367 4371 4377 4383 4389 4393 4401 4411 4417 4423 4429 4437 4441 4447 4453 4459 4467 4471 4477 4483 4489 4493 4501 4511 4517 4523 4529 4537 4541 4547 4553 4559 4567 4571 4577 4583 4589 4593 4601 4611 4617 4623 4629 4637 4641 4647 4653 4659 4667 4671 4677 4683 4689 4693 4701 4711 4717 4723 4729 4737 4741 4747 4753 4759 4767 4771 4777 4783 4789 4793 4801 4811 4817 4823 4829 4837 4841 4847 4853 4859 4867 4871 4877 4883 4889 4893 4901 4911 4917 4923 4929 4937 4941 4947 4953 4959 4967 4971 4977 4983 4989 4993 5001 5011 5017 5023 5029 5037 5041 5047 5053 5059 5067 5071 5077 5083 5089 5093 5101 5111 5117 5123 5129 5137 5141 5147 5153 5159 5167 5171 5177 5183 5189 5193 5201 5211 5217 5223 5229 5237 5241 5247 5253 5259 5267 5271 5277 5283 5289 5293 5301 5311 5317 5323 5329 5337 5341 5347 5353 5359 5367 5371 5377 5383 5389 5393 5401 5411 5417 5423 5429 5437 5441 5447 5453 5459 5467 5471 5477 5483 5489 5493 5501 5511 5517 5523 5529 5537 5541 55

→ 5 " " 879 " " 878 " " - V"

پاییز و سردی ۲ زمستان

نمونہ سوال امتحانی نیمسال اول ۸۸-۸۷

نام درس: بررسی رفتار مصرف کننده

نشریه ۸

نمونه

تعداد سئال: ۱

تعداد کل صفحات: ۱

رشته تحصیلی: گرایش: مدیریت بازرگانی

نقشه

نشریه ۸۰

زمان امتحان: تستی و تکمیلی

تعداد کل صفحات: ۱

کد درس: ۱۲۳۵۰۲۱

۱. چگونه می‌توانیم به مشتریان بازارهای هدف خود ارزش بیشتری برسانیم، توضیح دهید.

الف. عناصر آمیخته بازاریابی را نام برده

ب. یکی از عناصر را به دلخواه توضیح دهید.

۲. عوامل موثر بر ارتباط غیر کلامی را نام برده و معانی مورد استفاده زمانی را شرح دهید.

۳. شش رویکرد اصلی که افراد برای برطرف ساختن تعارضات خود از آنها استفاده می‌کنند را شرح دهید.

۴. بازاریابان بر اساس چند موضوع به طبقه‌بندی گروه‌ها می‌پردازند؟ یکی از معیارهای طبقه‌بندی را به دلخواه شرح دهید.

۵. یادگیری شناختی را شرح داده و انواع یادگیری که برای بازاریابان اهمیت دارد را نام ببرید.

۶. ماهیت انگیزش در شخصیت و احساسات مصرف کننده را شرح داده و کاربرد انگیزه‌های مرتبط در مبحث

استراتژی‌های مختلف بازاریابی که از سوی تولید کنندگان اتخاذ میشود را بنویسید.

۷. در تصمیم‌گیری مصرف کننده، استراتژی بازاریابی و تشخیص مسئله مواردی که مدیران بازاریابی باید دقت کنند را

شرح دهید.

۸. عوامل موثر درون فروشگاهی که بر انتخاب نام تجاری تأثیر گذارند را شرح داده و موارد را نام ببرید .