

کد کنترل

325

A



# آزمون (نیمه‌متمرکز) ورود به دوره‌های دکتری - سال ۱۴۰۲

دفترچه شماره (۱)

صبح پنج‌شنبه  
۱۴۰۱/۱۲/۱۱



جمهوری اسلامی ایران  
وزارت علوم، تحقیقات و فناوری  
سازمان سنجش آموزش کشور

«اگر دانشگاه اصلاح شود مملکت اصلاح می‌شود.»  
امام خمینی (ره)

## مدیریت بازرگانی و راهبردی (کد ۲۱۶۲)

زمان پاسخ‌گویی: ۱۰۵ دقیقه

تعداد سؤال: ۷۰

عنوان مواد امتحانی، تعداد و شماره سؤالات

| ردیف | مواد امتحانی  | تعداد سؤال | از شماره | تا شماره |
|------|---|------------|----------|----------|
| ۱    | مجموعه دروس تخصصی:<br>- آمار و کاربرد آن در مدیریت - مبانی سازمان و مدیریت -<br>اصول و مبانی مدیریت از دیدگاه اسلام<br>- بازاریابی و مدیریت بازار پیشرفته - مدیریت استراتژیک<br>پیشرفته | ۷۰         | ۱        | ۷۰       |

این آزمون نمره منفی دارد.

استفاده از ماشین حساب مجاز نیست.

حق چاپ، تکثیر و انتشار سؤالات به هر روش (الکترونیکی و...) پس از برگزاری آزمون، برای تمامی اشخاص حقیقی و حقوقی تنها با مجوز این سازمان مجاز می‌باشد و با متخلفین برابر مقررات رفتار می‌شود.

\* داوطلب گرامی، عدم درج مشخصات و امضا در مندرجات جدول زیر، به منزله عدم حضور شما در جلسه آزمون است.

اینجانب ..... با شماره داوطلبی ..... با آگاهی کامل، یکسان بودن شماره سندلی خود با شماره داوطلبی مندرج در بالای کارت ورود به جلسه، بالای پاسخنامه و دفترچه سؤالات، نوع و کد کنترل درج شده بر روی جلد دفترچه سؤالات و پایین پاسخنامه ام را تأیید می‌نمایم.

امضا:

مجموعه دروس تخصصی (آمار و کاربرد آن در مدیریت - مبانی سازمان و مدیریت - اصول و مبانی مدیریت از دیدگاه اسلام - بازاریابی و مدیریت بازار پیشرفته - مدیریت استراتژیک پیشرفته):

۱- مُد (نما)، ضریب چولگی و ضریب تغییرات متغیر  $x$ ، به ترتیب ۶، ۲ و  $\frac{2}{3}$  است. واریانس متغیر آن، کدام است؟

(۱) ۲

(۲) ۴

(۳) ۱۰

(۴) ۱۶

۲- در کیسه اول ۸ توپ وجود دارد که ۳ عدد آن قرمز است و در کیسه دوم ۹ توپ وجود دارد که ۴ عدد آن قرمز است. به طور تصادفی یک توپ از کیسه اول انتخاب و به کیسه دوم اضافه می‌کنیم. سپس، از کیسه دوم به طور تصادفی یک توپ انتخاب می‌کنیم. احتمال اینکه توپ انتخاب شده قرمز باشد، کدام است؟

(۱)  $\frac{3}{8}$

(۲)  $\frac{7}{16}$

(۳)  $\frac{15}{24}$

(۴)  $\frac{9}{16}$

۳- درصد مشتریان ناراضی از خدمات یک بانک، ۲۵ است. احتمال اینکه یک مشتری ناراضی، از مشتریان ساعت ۷-۱۰ داخل این بانک باشد، ۳۰٪ و احتمال اینکه یک مشتری از مشتریان ساعت ۷-۱۰، از مشتریان ناراضی باشد، ۶۰٪ است. احتمال اینکه یک مشتری انتخاب شده به طور تصادفی، ناراضی یا از مشتریان ساعت ۷-۱۰ باشد، چند درصد است؟

(۱) ۳۵

(۲) ۵۰

(۳) ۶۰

(۴) ۶۵

۴- اگر  $\hat{\theta}_1$  برآوردگری ناریب و  $\hat{\theta}_2$  برآوردگر اریب (با اریبی ۳) برای پارامتر  $\theta$  با واریانس‌های به ترتیب ۱۶ و ۹ باشند، کارایی نسبی  $\hat{\theta}_1$  نسبت به  $\hat{\theta}_2$ ، کدام است؟

$$\frac{3}{4} \quad (1)$$

$$\frac{8}{9} \quad (2)$$

$$\frac{9}{8} \quad (3)$$

$$\frac{4}{3} \quad (4)$$

۵- کدام مورد، نا درست است؟

(۱) احتمال پذیرش  $H_0$  درحالی که  $H_1$  درست است، بیانگر توان آزمون است.

(۲) احتمال رد فرض  $H_0$  درحالی که  $H_0$  درست است، بیانگر خطای نوع اول است.

(۳) احتمال پذیرش فرض  $H_0$  درحالی که  $H_0$  نادرست است، بیانگر خطای نوع دوم است.

(۴) احتمال پذیرش  $H_0$  درحالی که  $H_1$  نادرست است، بیانگر فاصله اطمینان است.

۶- براساس نمونه تصادفی ۳۶ تایی از جامعه‌ای با انحراف معیار مشخص، فاصله اطمینان دو انحراف معیار برای میانگین

جامعه  $(10 \leq \mu \leq 10 + 2a)$  محاسبه شده است. انحراف معیار جامعه، چه ضریبی از  $a$  است؟

$$1 \quad (1)$$

$$2 \quad (2)$$

$$3 \quad (3)$$

$$6 \quad (4)$$

۷- ادعا شده است «انحراف معیار متغیر  $X$  حداکثر ۴ است». به منظور بررسی این ادعا، نمونه تصادفی ۱۶ تایی از این

جامعه نرمال انتخاب شده است. اگر سطح زیر منحنی دنباله سمت راست توزیع  $\chi^2$  به صورت زیر باشد، به ازای چه

مقادیری برای واریانس نمونه‌های انتخاب شده، فرضیه پژوهشی در سطح اطمینان ۹۰٪ تأیید می‌شود؟

$$s^2 \geq 8.5 \quad (1)$$

$$s^2 \geq 9.6 \quad (2)$$

$$s^2 \leq 26.7 \quad (3)$$

$$s^2 \leq 23.5 \quad (4)$$

| $\alpha$ | ۰/۹۵ | ۰/۹ | ۰/۱ | ۰/۰۵ |
|----------|------|-----|-----|------|
| df       |      |     |     |      |
| ۱۵       | ۷    | ۸   | ۲۲  | ۲۵   |
| ۱۶       | ۸/۵  | ۹   | ۲۳  | ۲۶   |

۸- ادعا شده است: «پراکندگی هزینه خانوارهای شهری و روستایی با هم برابر نیست». به منظور بررسی این ادعا

به طور تصادفی ۱۰ خانوار شهری و ۸ خانوار روستایی انتخاب شده‌اند و هزینه‌های آنها محاسبه شده است. اگر

سطح زیر منحنی دنباله سمت راست توزیع  $F$  در سطح معناداری مورد نظر به صورت جدول زیر باشد، به ازای چه

مقادیری برای آماره آزمون، ادعا را نمی‌توان پذیرفت؟

$$0.12 \leq F \leq 6.9 \quad (1)$$

$$0.14 \leq F \leq 6.9 \quad (2)$$

$$0.14 \leq F \leq 6.1 \quad (3)$$

$$0.16 \leq F \leq 6.1 \quad (4)$$

| $df_2$ | $df_1$ | ۷   | ۸   | ۹   | ۱۰  |
|--------|--------|-----|-----|-----|-----|
| ۷      |        | ۸/۹ | ۸/۷ | ۸/۵ | ۸/۴ |
| ۸      |        | ۷/۷ | ۷/۵ | ۷/۳ | ۷/۲ |
| ۹      |        | ۶/۹ | ۶/۷ | ۶/۵ | ۶/۴ |
| ۱۰     |        | ۶/۳ | ۶/۱ | ۶   | ۵/۸ |

- ۹- می‌خواهیم میانگین  $k$  جامعه نرمال که واریانس آنها با هم مساوی است را با یکدیگر مقایسه کنیم. در صورتی که از هر جامعه، نمونه‌های تصادفی  $n$  تایی انتخاب کرده باشیم، آمارهٔ آزمون مناسب، دارای کدام توزیع است؟
- (۱)  $F_{n-1, k(n-1)}$  (۲)  $F_{k-1, n(k-1)}$   
 (۳)  $F_{n-1, n(k-1)}$  (۴)  $F_{k-1, k(n-1)}$
- ۱۰- به منظور بررسی رابطه خطی بین متغیر مستقل  $x$  و متغیر وابسته  $y$ ، ۱۰ نمونه به طور تصادفی انتخاب شده است که براساس آنها داریم،  $\sum y^2 = 3092$ ،  $\sum xy = 820$ ،  $\sum y = 80$ ،  $b = 3$  و  $a = 7$ . خطای معیار برآورد  $(S_e)$  رابطه بین این دو متغیر، کدام است؟
- (۱)  $2\sqrt{3}$  (۲) ۳  
 (۳)  $2\sqrt{2}$  (۴) ۲
- ۱۱- نقش‌ها، ارتباطات و ارزش از مشخصه‌های کدام یک از سطوح سلسله‌مراتب سیستم بولدینگ محسوب می‌شود؟
- (۱) انسانی (۲) متعالی  
 (۳) سازمانی اجتماعی (۴) ژنتیکی - اجتماعی
- ۱۲- «ارتباطات زیاد در بین واحدها» و «وفور منابع»، به ترتیب، جزو کدام متغیرهای محرک نوآوری است؟
- (۱) فرهنگی - ساختاری (۲) منابع انسانی - ساختاری  
 (۳) منابع انسانی - فرهنگی (۴) ساختاری - ساختاری
- ۱۳- کاهش اثرات خجالتی بودن افراد در جلسات گروهی چه‌به‌چهره و فراهم‌سازی مشارکت برابر تمامی اعضای گروه به صورت مستقل از یکدیگر، به ترتیب، از اهداف کدام روش‌های بهبود تصمیم‌گیری گروهی است؟
- (۱) نردبان تاشو - گروه اسمی (۲) دلفی - پرسش جدلی  
 (۳) توفان فکری - گروه اسمی (۴) نردبان تاشو - دلفی
- ۱۴- در وضعیت‌های ۷ و ۴ طبق نظریه اقتضایی فیدلر، به ترتیب، کدام سبک رهبری مناسب‌تر است؟
- (۱) کارگرا - رابطه‌گرا (۲) کارگرا - کارگرا  
 (۳) رابطه‌گرا - رابطه‌گرا (۴) رابطه‌گرا - کارگرا
- ۱۵- در کدام مکتب مدیریتی، به انعطاف و محیط بیرونی تأکید می‌شود؟
- (۱) اصول‌گرایی (۲) سیستمی اقتضایی  
 (۳) عقلایی (۴) روابط انسانی
- ۱۶- ایجاد کردن دیدگاهی مشترک از جهان پیرامون توسط سازمان‌ها در درون یک صنعت، به کدام نوع هم‌شکلی اشاره دارد؟
- (۱) هنجاری (۲) اجباری  
 (۳) کارکردی (۴) تقلیدی
- ۱۷- ایده‌ها و باورهایی که افراد برای هدایت اقدامات و معنابخشی به تجربیات خود مورد استفاده قرار می‌دهند، به کدام اصل سازمان یادگیرنده اشاره دارد؟
- (۱) سرآمدی شخصی (۲) تفکر سیستمی  
 (۳) مدل ذهنی (۴) بینش مشترک
- ۱۸- آنچه که در مؤسسات تربیتی و آموزش و پرورش صورت می‌گیرد، بیانگر کدام کارکرد سازمان‌ها است؟
- (۱) تولیدی (۲) نگهدارنده جامعه  
 (۳) انطباقی (۴) مدیریتی
- ۱۹- طبق کدام سبک تصمیم‌گیری، مدیران از حل مسئله لذت می‌برند و سعی می‌کنند بهترین پاسخ را با بهره‌گیری از روش‌های نوآورانه به دست آورند؟
- (۱) تحلیلی (۲) آمرانه  
 (۳) رفتاری (۴) مفهومی

- ۲۰- فناوری‌های یکنواخت به ساختار ..... نیاز داشته، درحالی‌که فناوری‌های متنوع به دانش متخصصان نیاز دارد و باید ..... را در پیش گیرند.
- (۱) غیرمتمرکز - رویکرد شبکه‌ای  
(۲) غیرمتمرکز - تفویض اختیار محدود  
(۳) ثابت - انعطاف‌پذیری کمتر  
(۴) متمرکز - تفویض اختیار
- ۲۱- از طریق کدام نوع مسئولیت اجتماعی، سازمان فعالیت‌های زنجیره ارزش‌ساز را به جامعه منتقل می‌کند و راهبرد شرکت را در محیط رقابتی ارتقا می‌بخشد؟
- (۱) واکنشی  
(۲) اقتصادی  
(۳) آزادی  
(۴) استراتژیک
- ۲۲- در کدام نوع تغییر، به ترتیب، ظرفیت بالقوه برای مقاومت در برابر تغییر، بالا است و درجه پیچیدگی، هزینه و عدم اطمینان در سطح متوسط قرار دارد؟
- (۱) نوآورانه - بنیادی  
(۲) نوآورانه بنیادی - نوآورانه  
(۳) انطباقی - نوآورانه بنیادی  
(۴) بنیادی - نوآورانه بنیادی
- ۲۳- اگر به نظر برسد که تغییر، حالت سلیقه‌ای داشته و غیرمنطقی است، به کدام دلیل مقاومت فردی مربوط می‌شود؟
- (۱) حفظ قدرت  
(۲) ادراک گزینشی  
(۳) ترس از ناشناخته‌ها  
(۴) ناخرسندی از آغازکنندگان تغییر
- ۲۴- تصمیم‌گیری شهودی به‌عنوان یکی از انواع تصمیم‌گیری، بر پایه کدام مورد، بنیان نهاده شده است؟
- (۱) احساسات، عواطف و ذهن ناخودآگاه  
(۲) تجربه، احساسات و قضاوت  
(۳) تفکر آگاهانه، تجربه و قضاوت  
(۴) اخلاقیات، عواطف و تفکر آگاهانه
- ۲۵- اصلی‌ترین کارویژه سلسله‌مراتب سازمانی (Organizational hierarchy)، کدام مورد است؟
- (۱) کنترل عملکرد مدیران سازمان  
(۲) شکل‌دهی ساختار سازمان  
(۳) تعریف روابط گزارش‌دهی رسمی  
(۴) تعیین کارراه شغلی کارکنان
- ۲۶- اینکه در رویکرد کلاسیک، تمرکز بر ایجاد واحدهای مستقل است که تا حد ممکن دارای کارایی عملکرد باشند، بیانگر کدام فرایند حل مسئله است؟
- (۱) واگرایی  
(۲) ساختارگرایی  
(۳) تقلیل‌گرایی  
(۴) همگرایی
- ۲۷- نظریه محرک - پاسخ اسکینر، شاهی برای کدام مورد است؟
- (۱) سازمان به‌مثابه الگوهای نمادین  
(۲) سازمان به‌مثابه زندان روح  
(۳) سازمان به‌مثابه مغز  
(۴) سازمان به‌مثابه ماشین
- ۲۸- کدام معیار انتخاب و ارزیابی تصمیمات استراتژیک، به این موضوع می‌پردازد که آیا استراتژی موردنظر، اقتضائاتی که سازمان در آن عمل می‌کند را مورد ملاحظه قرار می‌دهد؟
- (۱) تفاوت  
(۲) قابلیت پذیرش  
(۳) امکان‌پذیری  
(۴) تناسب
- ۲۹- استانداردهای ساختاری و کنترل رفتار کارکنان، هدف کدام استراتژی کنترل است؟
- (۱) بوروکراتیک  
(۲) همگانی  
(۳) فنی  
(۴) فرهنگی

- ۳۰- سطح منطق اخلاقی قراردادی در چه بسترها و زمینه‌هایی می‌تواند راهنمایی‌های اخلاقی بهتری را برای سازمان‌ها فراهم سازد؟
- (۱) وجود منافع مشترک سازمانی  
(۲) وجود نهادهای بومی کافی  
(۳) وجود اصول و ارزش‌های همگانی  
(۴) وجود نگرش بلندمدت در جامعه
- ۳۱- تمایل به سبک عوامانه و تفسیر به‌رأی قوانین سازمانی، از جمله ویژگی‌های کدام دسته از کارکنان سازمان است؟
- (۱) مارقین سازمانی - مرئیان سازمانی  
(۲) یاغیان سازمانی - محرفان سازمانی  
(۳) یاغیان سازمانی - مارقین سازمانی  
(۴) مرئیان سازمانی - محرفان سازمانی
- ۳۲- کدام یک از مفاهیم مدیریت اسلامی، دقیقاً همان آموزه‌هایی نیست که از منابع استنباط می‌شود، بلکه محصول ترکیب این آموزه‌ها با تحلیل‌های تخصصی و کارشناسی، متناسب با ظرفیت عمومی مردم است؟
- (۱) احکام حکومتی  
(۲) احکام تنجیزی  
(۳) حکمت مدنی  
(۴) مدیریت فقهی
- ۳۳- امام علی(ع) استفاده از کدام سبک رفتاری را مشروط به این می‌سازد که طرف مقابل از دوستان واقعی فرد باشد و اگر از غیردوستان است یا سزاواری و ظرفیت لازم را ندارد، به هیچ وجه نباید از این سبک رفتاری استفاده کند؟
- (۱) رابطه اَبوت و بُتوت  
(۲) اصل تألیف قلوب  
(۳) رفتار متواضعانه  
(۴) اصل برادری
- ۳۴- در جامعه اسلامی با تحکیم پایه‌های ایمان و معرفت دینی مردم و حاکم اسلامی، طرح و برنامه اداره جامعه نیز بر چه اساسی به تدریج تغییر کرده، اصلاح و تکمیل می‌شود؟
- (۱) قواعد فقهی  
(۲) حکم شرعی  
(۳) مشارکت عمومی  
(۴) رشد عقلانیت
- ۳۵- از دیدگاه ملاصدرا، مراحل استکمال نفس انسانی برای آن که فرد قادر باشد به وضع قوانین و تدبیر امور جامعه بپردازد به ترتیب کدام‌اند؟
- (۱) فنای نفس - تهذیب ظاهر - تهذیب باطن - تنویر نفس  
(۲) تهذیب ظاهر - تهذیب باطن - تنویر نفس - فنای نفس  
(۳) تهذیب ظاهر - تهذیب باطن - فنای نفس - تنویر نفس  
(۴) تنویر نفس - تهذیب ظاهر - تهذیب باطن - فنای نفس
- ۳۶- کدام یک از موارد زیر، بیانگر اصل اعتدال به‌عنوان یکی از اصول برنامه‌ریزی مبتنی بر آموزه‌های قرآن کریم است؟
- (۱) حدّ وسط نتیجه و حاصل عمل  
(۲) تفسیر کمتی و عددی از نتایج  
(۳) اعتدال در صرف نیرو و امکانات  
(۴) کمتر از حد خرج کردن منابع
- ۳۷- کدام یک از رویکردهای اسلامی‌سازی علوم، با اشکال منطقی روبرو نیستند و استفاده از مضامین دینی در علم را به پیش‌فرض‌ها محدود کرده و فقط روش تجربی را معیار داوری می‌دانند؟
- (۱) میانی  
(۲) حداقلی  
(۳) حداکثری  
(۴) میانی و حداکثری
- ۳۸- براساس کدام روش، حضرت ابراهیم(ع) می‌کوشید تا با نفوذ در بت پرستان و جلب اعتماد آنها، زمینه را برای خداپرستی و توحیدگرایی آنها از طریق استدلال منطقی فراهم سازد؟
- (۱) اصل وحدت و اتحاد اجتماعی  
(۲) راهبرد هموردطلبی  
(۳) راهبرد تعارض مهربانانه  
(۴) مذاکره مبتنی بر اصل همدلی

- ۳۹- براساس نظریه اعتبار علامه طباطبایی (ره) برای تبیین هستی‌شناسی پدیده‌های رفتار انسانی، کدام مورد درست است؟  
 (۱) الزاماً در هر کنش انسانی، اعتباریات وارد نمی‌شود.  
 (۲) اعتباریات، بعد از ایجاد از سوی انسان نمی‌توانند بخشی از واقعیت‌های عالم شوند.  
 (۳) ادراکات اعتباری از واقعیت خارجی خیر نمی‌دهند، بلکه در واقعیت خارجی تصرف می‌کنند.  
 (۴) انسان برای دستیابی به کمال خود، نیاز ندارد از اعتباریات به‌عنوان یک واسطه بهره‌مند شود.
- ۴۰- در کدام نوع از سازمان‌ها، کارکنان شعارهای آتشین می‌دهند و زمانی که باید عمل کنند، از صحنه می‌گریزند؟  
 (۱) دنیاگرا  
 (۲) مخرب  
 (۳) سرگردان  
 (۴) تعالی‌گرا
- ۴۱- هدف تبلیغات تقویتی (Reinforcement)، کدام است؟  
 (۱) ایجاد تصویر و ذهنیت مثبت در مورد برند شرکت یا محصولات آن  
 (۲) ترغیب مشتری برای به جلو انداختن یا افزایش حجم خرید  
 (۳) حذف یا کاهش اثرات پشیمانی پس از خرید  
 (۴) متقاعدسازی مشتریان فعلی به تکرار خرید
- ۴۲- در بازاریابی خدمات، حداقل‌ها و حداکثرها میان حداقل سطح خدمات قابل قبول از جانب مشتری تا سطح انتظار مشتری از خدمات قابل ارائه، چه نامیده می‌شود؟  
 (۱) شکاف خدمات  
 (۲) شکاف تاب‌آوری  
 (۳) شکاف همدلی  
 (۴) شکاف پاسخ‌گویی
- ۴۳- هنگام نام بردن از برندها در یک طبقه محصول خاص، اولین برندی که به فکر مشتری خطور می‌کند، بیانگر کدام شاخصه است؟  
 (۱) سهم ذهنی  
 (۲) سهم بازار  
 (۳) بازار هدف  
 (۴) تصویر برند
- ۴۴- فرض کنید یک فروشنده برای فروش محصولات و خدمات خود، وبسایتی ایجاد کرده و کلیه فعالیت‌های بازاریابی و فروش خود را به‌صورت اینترنتی انجام می‌دهد. نحوه فعالیت این فروشنده به این صورت است که وی بر روی محصولات و خدمات قابل ارائه خود در وبسایت، یک قیمت کلی قرار می‌دهد به‌گونه‌ای که خریدار اینترنتی با پرداخت مبالغ مشخص شده برای یک دوره زمانی مشخص می‌تواند از محصولات یا خدمات وبسایت استفاده کند. به اعتقاد شما، روش قیمت‌گذاری این فروشنده با کدام روش زیر، تناسب بیشتری دارد؟  
 (۱) هزینه ثبت‌نام  
 (۲) هزینه جداگانه  
 (۳) هزینه تبلیغات  
 (۴) سبب‌سازی
- ۴۵- از میان معارف اسلامی، کدام مورد با بازاریابی اسلامی، رابطه مستقیم‌تری دارد؟  
 (۱) اقتصاد اسلامی  
 (۲) اخلاق اسلامی  
 (۳) موازین اسلامی  
 (۴) اعتقادات اسلامی
- ۴۶- در تحقیقات بازار شرکت «الف»، مشخص شد ۳۵٪ مشتریان از نوع مروج، ۴۷٪ منفعل و ۱۸٪ بدگو هستند. امتیاز خالص ترویج (NPS)، چند درصد است؟  
 (۱) ۳۰  
 (۲) ۲۹  
 (۳) ۱۷  
 (۴) ۱۲

- ۴۷- از روش‌های راه‌حل خلاق در مدیریت ارتباطات، کدام روش برای انتقال یک جاذبه با استفاده از زبان رسانه، مورد استفاده قرار می‌گیرد؟
- (۱) پیام بازاریابی  
(۲) جاذبه احساس محور  
(۳) جاذبه اطلاعات محور  
(۴) سبک اجرایی
- ۴۸- چنانچه بخواهید یک تیزر تبلیغاتی برای یک شرکت بیمه‌ای جهت بیمه آتش‌سوزی طراحی کنید، استفاده از چه نوع جاذبه مناسب است؟
- (۱) ترس  
(۲) احساسی  
(۳) اخلاقی  
(۴) دوجنبه‌ای
- ۴۹- کدام مورد، سطح نهایی هدف‌گذاری (Targeting) در نظر گرفته می‌شود؟
- (۱) هدف‌گذاری تاکتیکی  
(۲) سفارشی‌سازی انبوه  
(۳) بازاریابی انبوه  
(۴) رویکرد نفر به نفر
- ۵۰- بازاریابی رابطه‌ای، بازاریابی یکپارچه، بازاریابی اینترنتی و بازاریابی عملکرد، چهار رکن کدام مورد بازاریابی است؟
- (۱) استراتژیک  
(۲) تاکتیکی  
(۳) کل‌نگر  
(۴) تکنولوژی محور
- ۵۱- در کدام مورد بر خط (online)، تغییر قیمت بر حسب دقیقه است؟
- (۱) خریدار سیستمی  
(۲) هم‌پیمانی خرید  
(۳) وبسایت کاتالوگ‌ها  
(۴) بازار نقطه‌ای
- ۵۲- بسته به نیازهای مشتریان، یک پیشنهاد می‌تواند در سه حوزه مالی، روان‌شناختی و ..... خلق ارزش کند.
- (۱) عملکردی/ کارکردی  
(۲) احساسی  
(۳) اجتماعی  
(۴) منطقی
- ۵۳- در کدام نوع استراتژی بازاریابی رقابتی، شرکت می‌تواند در بخش‌هایی از بازار، گروهی از مشتریان، محصول یا آمیخته‌ای از بازاریابی تخصص ویژه پیدا کند؟
- (۱) پیشرو  
(۲) چالش‌گر  
(۳) کاوشگر  
(۴) دنباله‌رو
- ۵۴- سطح وفاداری «مشتریانی که علی‌رغم دلبستگی قوی به یک برند، اما به‌طور مداوم از آن خرید نمی‌کنند»، در کدام دسته از انواع وفاداری برند قرار می‌گیرد؟
- (۱) واقعی  
(۲) ممتاز  
(۳) پنهان  
(۴) کاذب
- ۵۵- در تقسیم‌بندی صنعتی، متغیر «مخاطره‌پذیری» در ذیل کدام خصوصیت جمعیت‌شناختی قرار می‌گیرد؟
- (۱) ویژگی‌های شخصی  
(۲) عوامل وضعیتی  
(۳) متغیرهای عملیاتی  
(۴) شیوه‌های خرید
- ۵۶- کدام استراتژی تکوین‌یافته در دانشگاه MIT، مشتری را در مرکز سیستم مدیریت قرار داده و به‌دنبال پیوند عمیق با مشتری از طریق اتخاذ استراتژی بهترین محصول، استراتژی راه‌حل جامع مشتریان و استراتژی قفل‌کردن سیستم است؟
- (۱) مدل دلتا  
(۲) مدل ۵پی (5P)  
(۳) مدل ساعت استراتژیک باومن  
(۴) مدل هفت درجه آزادی رشد مکنزی



- ۵۷- کدام مورد زیر، شامل استراتژی تنوع‌سازی غیرمرتبط نیست؟  
 (۱) هیچ یکپارچگی میان واحدهای کسب‌وکار مورد نیاز نیست.  
 (۲) این استراتژی اجازه ایجاد یک بازار سرمایه داخلی را می‌دهد.  
 (۳) کنترل‌های ستادی برای مدیریت این استراتژی مناسب است.  
 (۴) ساختار چندبخشی، مناسب‌ترین شکل برای مدیریت این استراتژی است.
- ۵۸- اصطلاح «طراحی هنرمندانه استراتژی»، به کدام یک از جنبه‌های استراتژی اطلاق می‌شود؟  
 (۱) جایگاه‌یابی برای آینده  
 (۲) درگیری عمیق با کسب‌وکار  
 (۳) عنصری از رهبری  
 (۴) ایجاد قابلیت
- ۵۹- کدام یک از توانایی‌های اساسی سبب می‌شود که سازمان بتواند تغییرات موجود در محیط کسب‌وکار را احساس، تجزیه و تحلیل، درک و پیش‌بینی کند؟  
 (۱) انعطاف‌پذیری  
 (۲) شایستگی  
 (۳) پویایی  
 (۴) چابکی
- ۶۰- اینکه گفته می‌شود اهداف نباید مبهم و کلی باشند، بلکه باید به‌گونه‌ای باشند که افراد بدانند در نهایت، به‌چیزی دست خواهند یافت، به کدام ویژگی شاخص‌های تدوین اهداف اشاره دارد؟  
 (۱) مشخص بودن  
 (۲) قابل فهم بودن  
 (۳) قابل اندازه‌گیری بودن  
 (۴) واقع‌بینانه بودن
- ۶۱- کدام یک از موارد زیر، از دام‌های تحلیل صنعت نیست؟  
 (۱) نرخ رشد صنعت  
 (۲) موقعیت هزینه‌ای  
 (۳) کالاها و خدمات مکمل  
 (۴) تکنولوژی و نوآوری
- ۶۲- در کدام دیدگاه، استراتژی ابزاری برای ایجاد تناسب بین محیط و سازمان است؟  
 (۱) الگو  
 (۲) دیدگاه  
 (۳) جایگاه  
 (۴) برنامه
- ۶۳- بررسی دقیق‌تر چارچوب پنج نیروی پورتر نشان می‌دهد که جذابیت صنعت، اغلب ناشی از کدام عامل است؟  
 (۱) دانش تخصصی  
 (۲) بهره‌انحصاری  
 (۳) سود ناشی از قدرت بازار  
 (۴) مالکیت منابع استراتژیک
- ۶۴- تدوین برنامه‌ریزی مبتنی بر سناریوی تهیه نیروهای پیشران، از طریق بررسی کدام یک از عوامل کلیدی به‌دست می‌آید؟  
 (۱) محیط کلان سازمان  
 (۲) محیط درون سازمان  
 (۳) دیدگاه مدیران ارشد  
 (۴) محیط درون و بیرون سازمان
- ۶۵- کدام یک از انواع کنترل زیر برای رسیدگی نظام‌مند و مداوم، این است که آیا فرضیه‌های تعیین‌شده در زمان برنامه‌ریزی و اجرا هنوز اعتبار دارند؟  
 (۱) اجرا  
 (۲) پیش‌فرض  
 (۳) نظارت استراتژیک  
 (۴) آگاهی‌های ویژه
- ۶۶- شرکتی که در شرایط ورود به یک صنعت در مرحله اشباع چرخه عمرش قرار دارد، کدام استراتژی ورود را مدنظر قرار می‌دهد؟  
 (۱) اکتساب  
 (۲) قرارداد بلندمدت  
 (۳) سرمایه‌گذاری مشترک  
 (۴) سرمایه‌گذاری مخاطره‌آمیز جدید

- ۶۷- استمرار و حفظ مزیت رقابتی، شامل کدام یک از موارد زیر نیست؟  
 (۱) توانایی رقبا  
 (۲) پویایی عمومی محیط صنعتی  
 (۳) مقاومت سازمان در برابر تغییر  
 (۴) بالابودن محدودیت‌های تقلید
- ۶۸- کدام مورد زیر، بیشترین هزینه‌های بوروکراتیک را ایجاد می‌کند؟  
 (۱) استراتژی جهانی  
 (۲) استراتژی فراملیتی  
 (۳) استراتژی بین‌المللی  
 (۴) استراتژی چندمنطقه‌ای
- ۶۹- در شرایط محیط پیچیده و غیرقابل پیش‌بینی، استفاده از کدام مکاتب استراتژی توصیه می‌شود؟  
 (۱) موضعی و اجتماعی  
 (۲) کارآفرینانه و قدرت  
 (۳) طراحی و برنامه‌ریزی  
 (۴) شناختی و یادگیری
- ۷۰- منظور از مکانیسم‌های جداسازی، کدام سازوکارها هستند؟  
 (۱) برای بخش‌بندی بازارها استفاده می‌شوند.  
 (۲) برای شناسایی رقبای اصلی به کار می‌روند.  
 (۳) مانع تقلید رقبا از مزیت یک شرکت می‌شوند.  
 (۴) برای شناسایی تأمین‌کنندگان کلیدی استفاده می‌شوند.



