

به نام خداوند جان و خرد

دبیرستان علوی متوسطه اول غرب تهران

نمونه سوالات سواد مالی نوبت اول (سواد مالی ۲) پایه هشتم و نهم

۱- درست یا نادرست بودن عبارت زیر را مشخص نمایید؟

- الف) بعضی از کسب و کارها حتی در کوچکترین اندازه، دارای بخش بازاریابی هستند.
 ب) هر چه سازمان از نظر اندازه بزرگتر باشد، تعداد کمتری از افراد در بخش بازاریابی به خدمت گرفته می شوند.
 پ) تغییرات مد و سلیقه مصرف کنندگان تاثیر زیادی بر بازار محصولات ندارد.
 ت) جهانی شدن محصولات به معنای توسعه فروش آنها در سراسر جهان و خارج از مرزهای جغرافیایی کشور است.
 ث) بخش ترویج، مسئولیت تبلیغ را بر عهده دارد و به نوعی برنامه ریزی تبلیغات را در دست می گیرد
 ج) در بازار انبوه فروش محصولات کم است و به معنای بهره مندی عموم جامعه نمی باشد.

۲- واحدهای بخش بازاریابی را نام ببرید؟

۳- کدام مورد از موارد زیر از علل تغییرات رفتار مصرف کننده نیست؟

- الف) پیشرفت تکنولوژی
 ب) زیاد شدن جمعیت
 پ) پیر شدن جمعیت
 ت) تغییرات مد و سلیقه

۴ - جای خالی را با کلمات مناسب پر کنید.

- الف) مهمترین مزایای تقسیم بندی بازار این است که منجر بهفروش محصول می شود.
 ب) در مطالعات بازاریابی از مشتریان به عنوان یاد می شود.
 پ) مصاحبه در شرایطی انجام میشود که شخصسوالات مورد نظر را از قبل در دست داشته باشد سپس در اختیار شخص قرار دهد.
 ت) روش جمع آوری اطلاعات از طریقو.....مربوط به مشاهده مستقیم می باشد.
 ج)اطلاعات ثانویه از دو منبع.....و.....قابل بازاریابی هستند.
 چ)مجموعه سوالات بکار برده شده با هدف جمع آوری اطلاعات داده ها از مشتریان را می گویند.
 ح)آمیخته ی بازاریابی به توصیف مجموعه ی و محصول اشاره دارد.

۵ - روش های کسب مزیت رقابتی را بنویسید؟ و یک مورد را توضیح دهید.

۶ - کسب و کارها چگونه باید به تغییر رفتار مصرف کنندگان پاسخ دهند؟

۷- هر محصول را به بازار مناسب آن در سمت راست وصل کنید.

- الف) بازار محصولات انبوه ●
 ● ۱) قرص آسپرین
 ● ۲) صابون حمام
 ● ۳) ساعت رولکس
 ب) بازار گوشه‌ای ●
 ● ۴) نینو وبلاگ
 ● ۵) پودر ماشین لباسشویی

۸ - منظور از بازار چیست ؟ و انواع بازار کدامند؟

۹ - معیارهای بخش بندی بازار کدامند؟ (حداقل ۴ مورد)

۱۰ - گزینه صحیح را انتخاب کنید.

الف) شناسایی دقیق رفتار مصرف کنندگان چه مزایایی برای کسب و کارها دارد؟

۱) کسب سهم بیشتری از بازار

۲) ارائه محصولات نوین و یا توسعه محصولات موجود

۳) ورود به بازارهای جدید داخلی و خارجی

۴) همه موارد

ب) در مطالعات بازاریابی عنوان پادشاه را به چه گروهی از افراد نسبت می‌دهیم؟

۱) مشتریان ۲) تولید کنندگان ۳) توزیع کنندگان ۴) فروشندگان

پ) نوعی استراتژی کسب و کاری که در آن بدون شناخت بازار محصولات، تولید و عرضهای صورت نمی‌گیرد؟

۱) استراتژی محصول محور ۲) استراتژیهای بازاریابی ۳) استراتژی بازار محور ۴) هیچکدام

ت) کدامیک از موارد زیر منابع خارجی جمع‌آوری اطلاعات در تحقیقات بازار است؟

۱) نهادهای دولتی ۲) اینترنت ۳) واحد مالی ۴) مورد ۱ و ۲

ث) از عوامل موفقیت محصول کدام مورد است؟

۱) شکل محصول ۲) قیمت گذاری مناسب ۳) اندازه محصول ۴) رنگ محصول

۱۱- نظر سنجی آنلاین در کدام دسته از روش های جمع آوری اطلاعات قرار دارد و یک مورد از مزایا و معایب آن را بنویسید؟

۱۲ - به سوالات داده شده پاسخ کوتاه دهید.

الف) نام اختصاری عناصر گوناگون آمیخته بازاریابی چیست؟

ب) بسته بندی محصول، در گروه کدام عنصر آمیخته بازاریابی تقسیم بندی میشود؟

پ) به کالاهایی که مستقیماً توسط مشتریان خریداری شده و به مصرف میرسد چه میگویند؟

ت) خدماتی که جهت یاری رساندن به سایر سازمانها ایجاد میشود را چه میگویند؟

۱۳- انواع استراتژی فروش را نام ببرید و هر کدام را به اختصار توضیح دهید؟

۱۴- انواع تحقیق و انواع اطلاعات را نام ببرید؟

۱۵- روشهای گوناگون جمع آوری اطلاعات اولیه را نام ببرید؟

۱۶- مراحل پنجگانه انجام تحقیقات اولیه را به ترتیب بنویسید؟

۱۷- درست یا نادرست بودن عبارت زیر را مشخص نمایید؟

الف) در بازار انبوه فروش محصولات زیاد است و به معنای بهره مندی عموم جامعه می باشد.

ب) ریسک در بازار انبوه پائین است.

پ) از معایب بازار انبوه میتوان به سطح بسیار بالای فروش محصولات اشاره کرد.

ت) نمونه گیری یکی از روشهای جمع آوری اطلاعات اولیه در تحقیقات بازاریابی است

ث) تمرکز و توجه اساسی در بازار گوشه ی به نیاز مشتری است

ج) بسته بندی محصول از عناصر اصلی آمیخته بازاریابی است

چ) مشاهده مستقیم از انواع گوناگون نظرسنجی می باشد

ح) بخش تحقیقات بازار، مسئولیت شناسایی تقاضای مشتریان، تغییرات بازار و تاثیرات فعالیت رقبا را بر عهده دارد

د) تغییرات مد و سلیقه مصرف کنندگان تاثیر زیادی بر بازار محصولات ندارد.

س) جهانی شدن محصولات به معنای توسعه فروش آنها در سراسر جهان و خارج از مرزهای جغرافیایی کشور است

۱۸- مصاحبه به چند صورت امکان پذیر است؟ نام ببرید؟

۱۹- تفاوت بین روش تصادفی و غیر تصادفی در روش نمونه گیری را بنویسید؟

۲۰- مشخص کنید که هریک از اطلاعات گردآوری شده توسط سازمان ها، حاصل اطلاعات اولیه است یا ثانویه؟

داده	اولیه	ثانویه
نظرسنجی آنلاین		
آمار تعداد تماس از روابط عمومی		
آمار فروش ماهانه از واحد فروش		
نظر مشتری در مورد محصول		
مقاله خبری روزنامه		
شمارش تعداد پمپ بنزین در غرب تهران		
گرفتن اطلاعات از مرکز آمار ایران		

۲۱- منبع درونی و بیرونی زیر مجموعه کدام نوع از روش های جمع آوری اطلاعات می باشد و از هر کدام ۲ مورد نام ببرید؟

۲۲- تحلیل اطلاعات در تحقیقات بازار، به چند روش امکانپذیر است؟ نام ببرید؟

۲۳- با توجه به کلمات داده شده جملات را کامل کنید. (یک کلمه اضافی است).

تبلیغ - مشتریان - بودجه بازاریابی - نمودار - محصول محور - فروش - جمع بندی»

الف) بخش ترویج، مسئولیت محصول را به عهده دارد و به نوعی برنامه ریزی تبلیغات را در دست میگیرد.

ب) مقدار وجهی است که سازمان در طی برنامه ریزیهای مربوط به ترویج محصول، مجوز صرف آن را دارد.

پ) کلید موفقیت هر سازمانی، بررسی پیدرپی رفتار، تغییر رفتار آنها و در نهایت تلاش برای همسو شدن با آنها است.

ت) از مهمترین مزایای تقسیم بندی بازار میتوان به فراهم آوردن شرایطی جهت افزایش اشاره کرد.

ث) اگر استراتژی کسب و کاری، تولید کالا و پس از آن تعیین و انتخاب بازار مناسب باشد به آن استراتژی گفته میشود.

ج) پردازش و تجزیه و تحلیل اطلاعات حاصل از تحقیقات بازاریابی به دو روش جدول مقایسه‌ای و امکانپذیر است.

۲۴- منظور از آمیخته بازاریابی چیست؟

۲۵- آمیخته بازاریابی از چه عناصری تشکیل شده است ؟

۲۶- محصول به چند گروه تقسیم می شود، نام ببرید؟

۲۷- عوامل موفقیت محصول را نام ببرید؟ ۴ مورد

۲۸- کدام یک از موارد زیر از عوامل توسعه محصول نیست؟

الف) ارائه ایده ها ب) قیمت گذاری ج) ساخت نمونه اولیه د) عرضه در بازار های کوچک

۲۹- منظور از تحقیقات بازار چیست ؟

۳۰- بودجه بازاریابی مربوط به کدام بخش بازاریابی است؟

۳۱- مهمترین نقش در عوامل آمیخته بازاریابی کدام است؟ مهمترین عامل در مقدار فروش کدام است؟

۳۲- عوامل موفقیت محصول چیست؟ ۴ مورد

۳۳- نوع هر یک از محصولات زیر را در جدول مشخص کنید؟

محصول	کالای مصرفی	خدمت مصرفی	کالای واسطه‌ی	خدمت واسطه‌ی
دندانپزشکی				
پمپ بنزین				
افتتاح حساب بانکی توسط درسه				
تولید مواد پلاستیک در پالایشگاه نفت				
تخت بیمارستان				
یخچال				
حسابداری برای سازمان‌ها				

پاسخنامه نوبت اول سواد مالی ۱۴۰۱

جواب ۱- الف)درست ب)نادرست پ)نادرست ت)درست ث)درست ج)نادرست

جواب ۲- ۱-فروش ۲-تحقیقات بازار ۳-ترویج(تبلیغ) ۴-توزیع

جواب ۳-ب)زیاد شدن جمعیت

جواب ۴-الف)افزایش ب)پادشاه پ)مصاحبه کننده-مصاحبه شونده ت)مشاهده-ثبت و ضبط اطلاعات

جواب ۵- ۱-جهانی سازی محصولات : توسعه فروش در سراسر جهان

۲-توسعه حمل و نقل : حمل و نقل محصول به تمام نواحی

۳-توسعه استفاده از اینترنت و تبلیغات : فروش و تبلیغ محصول از طریق اینترنت

جواب ۶- ۱-برقراری رابطه سودمند با مشتری ۲-ترویج و توسعه محصولات موجود ۳-ارائه محصولات موردنیاز و انتظار مشتریان ۴-کاهش قیمت نسبت به محصولات رقبا

جواب ۷-الف) ۱- ۲- ۵ ب) ۳-۴

۷-الف)ایران ب)خدمات

۸- بازار محصولی خاص است که به معنای تعداد کل مشتریان بالقوه و فروشندگان آن است و به دو بخش تقسیم می شود، ۱-بازار انبوه ۲-بازار خوشه ی

جواب ۹- ۱-بخش بندی براساس سن

۲-بخش بندی براساس موقعیت جغرافیایی و نژاد

۳-بخش بندی براساس جنسیت

۴-بخش بندی براساس سبک زندگی

۵-بخش بندی براساس تحصیلات

جواب ۱۰-الف) ۴ ب) ۱ پ) ۳ ت) ۴ث) ۲

جواب ۱۱-نوعی پرسشنامه است و مزایای آن شناسایی نظر واقعی مشتریان نسبت به محصولات است و معایب آن صرف زمان و هزینه بالا است.

جواب ۱۲-الف) p ۴ ب) محصول Product پ) کالاهای مصرفی ت) خدمات واسطه‌ای

جواب ۱۳- دو نوع استراتژی فروش وجود دارد ۱- محصول محور: تولید کالا و سپس انتخاب بازار

۲- بازار محور: انتخاب بازار و سپس تولید کالا

جواب ۱۴- تحقیقات به دوروش انجام می شود ۱- تحقیقات اولیه ۲- تحقیقات ثانویه

انواع اطلاعات از نظر داده ها به دو قسمت تقسیم می شود ۱- اطلاعات کمی (عددی) ۲- اطلاعات کیفی (غیر عددی)

جواب ۱۵- ۱- پرسشنامه ۲- مصاحبه ۳- نمونه گیری ۴- مشاهده مستقیم

جواب ۱۶- ۱- انتخاب بهترین و مناسب ترین روش تحقیق ۲- تعیین اندازه نمونه مورد بررسی ۳- انجام تحقیق ۴- جمع آوری داده ها و تجزیه و تحلیل

نتایج ۵- ارائه گزارش از نتایج تحقیق

جواب ۱۷- الف) درست ب) درست پ) نادرست ت) درست ث) درست ج) نادرست چ) نادرست ح) درست د) نادرست س) درست

جواب ۱۸- مصاحبه به دو روش انجام می گیرد ۱- مصاحبه فردی ۲- مصاحبه گروهی

جواب ۱۹- در نمونه گیری تصادفی شانس انتخاب تمام اعضای جامعه برابر است، ولی در نمونه گیری غیر تصادفی ابتدا افراد با ویژگی های خاص در نظر

گرفته شده و سپس از میان آنها انتخاب می شوند.

جواب ۲۰-

اولیه	نظرسنجی آنلاین
ثانویه	آمار تعداد تماس از روابط عمومی
ثانویه	آمار فروش ماهانه از واحد فروش
اولیه	نظر مشتری در مورد محصول
ثانویه	مقاله خبری روزنامه
اولیه	شمارش تعداد پمپ بنزین در غرب تهران
ثانویه	گرفتن اطلاعات از مرکز آمار ایران

جواب ۲۱- جزیی از اطلاعات ثانویه می باشند، منبع بیرونی مانند روزنامه و اینترنت، منبع درونی مانند واحد فروش و روابط عمومی

جواب ۲۲- به دو روش ۱- تهیه جدول مقایسه ی ۲- تهیه نمودار

جواب ۲۳- الف) تبلیغ ب) بودجه بازاریابی پ) مشتریان ت) فروش ث) محصول محور ج)

نمودار

جواب ۲۴- این اصطلاح به توصیف مجموع تصمیم گیری ها و فعالیت های بازاریابی محصول اشاره دارد

جواب ۲۵- ۱ محصول ۲- مکان ۳- قیمت ۴- ترویج

جواب ۲۶- به چهار گروه ۱- کالای مصرفی ۲- کالای واسطه ی ۳- خدمت مصرفی ۴- خدمت واسطه ی

جواب ۲۷- ۱- شناسایی نیازمشتریان ۲- تثبیت نام و نشان تجاری ۳- قیمت گذاری مناسب ۴-

جواب ۲۸- ب) قیمت گذاری

جواب ۲۹- کلیه ی فعالیت هایی که برای گرد آوری اطلاعات و تجزیه و تحلیل اطلاعات انجام می گیرد را تحقیقات بازار می گویند

جواب ۳۰- بخش ترویج (تبلیغ)

جواب ۳۱- محصول- قیمت

جواب ۳۲- ۱- قیمت گذاری مناسب ۲- تامین نیاز و خواسته های موجود مشتریان ۳- منحصر به فرد بودن ۴- تثبیت نام و نشان تجاری

جواب ۳۳-

محصول	کالای مصرفی	خدمت مصرفی	کالای واسطه ی	خدمت واسطه ی
دندانپزشکی		*		
پمپ بنزین		*		
افتتاح حساب بانکی توسط درسه			*	
تولید مواد پلاستیک در پالایشگاه نفت			*	
تخت بیمارستان			*	
یخچال	*			
حسابداری برای سازمان ها				*