

به نام خداوند جان و خرد

دبیرستان علوی متوسطه اول غرب تهران

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

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.
 چ) بزرگ بودن سازمان ها معیار برتر بودن آنها می باشد.
 د) مسئولیت گزینش بازار هدف در سازمان را بخش بازاریابی کسب و کارها بر عهده دارد.
 ر) امکان موفقیت کسب و کارهای بازار محور کمتر از کسب و کارهای محصول محور است.
 ز) محصولات یک سازمان در طول زمان تغییر خواهد کرد.
 ه) بودجه بازاریابی برای استراتژی بازار محور اختصاص می یابد.

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 ●
 ● (۴) نینو وبلاگ ●
 ب) بازار گوشه‌ای ● (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) چه فردی موظف است با توجه به ویژگیهای گروههای مختلف، بهترین گزینه را به عنوان بازار هدف آن

کسب و کار کند؟

(۱) موسس (۲) مدیر داخلی (۳) مدیر فروش (۴) مدیر بازاریابی

ب) 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

پ) کدام گزینه از منابع خارجی جمع آوری اطلاعات نمی باشد؟

(۱) واحد فروش (۲) نهادهای دولتی

(۳) روزنامه (۴) نهادهای تحقیقات بازاریابی

ت) در مطالعات بازاریابی عنوان پادشاه را به چه گروهی از افراد نسبت می دهیم؟

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

ث) نوعی استراتژی کسب و کاری که در آن بدون شناخت بازار محصولات، تولید و عرضه‌های صورت نمی گیرد؟

(۱) استراتژی محصول محور (۲) استراتژی های بازاریابی (۳) استراتژی بازار محور (۴) هیچکدام

ج) کدام گزینه از مزایای بازار انبوه نیست؟

(۱) سطح بالای فروش محصولات (۲) هزینه تبلیغات

(۳) محدود بودن ریسک و مخاطره (۴) ایجاد فرصت رشد و توسعه

چ) کدامیک از موارد زیر منابع خارجی جمع آوری اطلاعات در تحقیقات بازار است؟

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

ح) نام دیگر «مشتری موجود» کدام گزینه میباشد؟

(۱) مشتری بدون انگیزه (۲) مشتری بی تفاوت

(۳) مشتری وفادار (۴) مشتری ثابت

خ) از عوامل موفقیت محصول کدام مورد است؟

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

د) کلید موفقیت هر سازمانی چه میباشد؟

(۱) تلاش برای همسوسدن مشتریان (۲) تغییر با رفتار مشتریان

(۳) گزینه ۱ و ۲ (۴) توسعه سازمان

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

« کم هزینه تر - غیر تقلبی - مشتریان - پرهزینه تر - بازاریابی - مناسب»

الف) مشتریان خواهان محصولات با قیمت هستند.

ب) تمام کسب و کارها در کوچکترین اندازه آنها، دارای بخش هستند.

پ) حفظ مشتریان موجود اغلب از جذب مشتریان جدید خواهد بود.

ت) بهترین منابع برای تحقیقات بازاریابی، میباشد

۱۳ - 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 می شود؟

پ) به کالاهایی که مستقیماً توسط مشتریان خریداری شده و به مصرف می رسد چه می گویند؟

ت) خدماتی که جهت یاری رساندن به سایر سازمان ها ایجاد می شود را چه می گویند؟

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

۱۵- نام های دیگر بازار گوشه ای چیست؟

۱۶- انواع تحقیق و انواع اطلاعات را نام ببرید؟

۱۷- اصطلاحات زیر را تعریف کنید.

الف) بازار:

ب) بودجه بازاریابی:

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

۱۹- در بازاریابی از مشتریان با چه عنوانی یاد می شود؟

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

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

۲۲- 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 نظر سنجی 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

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

۲۴- مشخص کنید که هر یک 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		

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

۲۶- کدام شرکت سازنده گوشی تلفنهای همراه هوشمند، در ترویج و توسعه محصولات موجود خود، موفق بوده است؟

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

۲۸- 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.

۲۹- منظور از آمیخته بازاریابی چیست؟

۳۰- آمیخته بازاریابی از چه عناصری تشکیل شده است؟

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

۳۲- عوامل موفقیت محصول را نام ببرید؟ ۴ مورد

۳۳- انواع اطلاعات را نام ببرید؟

۳۴- 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

۳۵- منظور از تحقیقات بازار چیست؟

۳۶- بودجه بازار یابی مربوط به کدام بخش بازاریابی است؟

۳۷- کدامیک مصاحبه و کدامیک پرسشنامه است؟

الف: ارسال ایمیل

ب: سوال فردی

ج: ارسال پستی

د: سوال گروهی

ه: نظرسنجی آنلاین

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

۳۹- عوامل موفقیت محصول چیست؟ ۴ مورد

۴۰- نوع هریک از محصولات زیر را در جدول مشخص کنید؟

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				

پاسخنامه نوبت اول سواد مالی ۱۴۰۲

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

ج)نادرست چ)نادرست د)درست ر)نادرست ز)درست

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) ۴ پ) ۱ ت) ۱

ث) ۳ ج) ۲ چ) ۴ ح) ۳ خ) ۲ د) ۱

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) غیرتقلبی-مناسب ب)بازاریابی پ)کم هزینه تر ت)مشتریان

جواب ۱۴- 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 ۱۵- جاویژه - نیچ مارکتینگ

جواب ۱۶- 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-

بازار:به معنای تعداد کل مشتریان بالقوه و البته فروشندگان آن است

بودجه بازاریابی:مقدار وجهی است که سازمان در طی برنامه ریزی های مربوط به ترویج محصول،مجوز صرف آن را دارد.

جواب ۱۸-

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

جواب ۱۹- پادشاه

جواب ۲۰- مصاحبه به دو روش انجام می گیرد ۱- مصاحبه فردی ۲- مصاحبه گروهی

جواب ۲۱-

۱-انتخاب بهترین و مناسبترین روش ۲-تعیین اندازه نمونه بررسی ۳-انجام تحقیق ۴-جمع آوری داده ها و تجزیه و تحلیل

۵- ارائه گزارشی از تحقیق

جواب ۲۲- الف) درست ب) درست پ) نادرست ت) درست ث) درست ج) نادرست چ) نادرست ح) درست د) نادرست س) درست

جواب ۲۳- 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 ۲۴-

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

جواب ۲۶- شرکت اپل

جواب ۲۷- به دو روش ۱- تهیه جدول مقایسه ی ۲- تهیه نمودار

جواب ۲۸- الف) تبلیغ ب) بودجه بازاریابی پ) مشتریان ت) فروش ث) محصول محور ج) نمودار

جواب ۲۹- این اصطلاح به توصیف مجموع تصمیم گیری ها و فعالیت های بازاریابی محصول اشاره دارد

جواب ۳۰- ۱ محصول ۲- مکان ۳- قیمت ۴- ترویج

جواب ۳۱- به چهار گروه ۱- کالای مصرفی ۲- کالای واسطه ی ۳- خدمت مصرفی ۴- خدمت واسطه ی

جواب ۳۲- ۱- شناسایی نیاز مشتریان ۲- تثبیت نام و نشان تجاری ۳- قیمت گذاری مناسب ۴-

جواب ۳۳- اطلاعات کمی - اطلاعات کیفی

جواب ۳۴- ب) قیمت گذاری

جواب ۳۵- کلیه ی فعالیت هایی که برای گرد آوری اطلاعات و تجزیه و تحلیل اطلاعات انجام می گیرد را تحقیقات بازار می گویند

جواب ۳۶- بخش ترویج (تبلیغ)

جواب ۳۷ -

الف - ج - ه) پرسشنامه

جواب ۳۸- مهمترین نقش محصول می باشد-مهمترین عامل در فروش قیمت محصول می باشد

جواب ۳۹- ۱- قیمت گذاری مناسب ۲-تامین نیاز و خواسته های موجود مشتریان ۳-منحصر به فرد بودن ۴-تثبیت نام و نشان تجاری

جواب ۴۰-

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				*