

۱- در کدام یک از استراتژی های مارک گذاری، تولیدات بدون مارک خاص و فقط با ذکر مشخصات اسمی کالا مانند (قارچ، لوبیا، برنج) به بازار عرضه می شود؟

(۱) تولید کننده (۲) ژنریک (۳) مختلط (۴) خصوصی

فصل مدیریت محصولات

جواب: پاسخ گزینه ۲ است.

فیش شماره ۱۴۷۲

صفحه ۲۴۱ کتاب مدیریت بازاریابی ۳ استاد (روستا، ونوس، ابراهیمی)

۲- اگر نسبت به حجم خرید بالا تخفیف های بیشتری برای مشتریان خود قائل شویم، از کدام عامل تقسیم بندی استفاده کرده ایم؟

(۱) اقتصادی (۲) روان شناختی (۳) جمعیت شناختی (۴) رفتاری

فصل تقسیم بازار و تعیین بازار هدف

جواب: پاسخ گزینه ۴ است.

فیش شماره ۱۱۴۳ و ۱۱۳۸ و ۱۱۴۷

صفحه ۱۵۹ کتاب مدیریت بازاریابی ۳ استاد (روستا، ونوس، ابراهیمی)

۳- شرکتی که محصولات خود را از نظر کیفیت، عملکرد و نوآوری به نسبت رقبا بهتر عرضه و تولید می کند، از کدام فلسفه بازاریابی تبعیت می نماید؟

(۱) دیدگاه مبتنی بر محصول (۲) دیدگاه مبتنی بر بازاریابی

(۳) دیدگاه مبتنی بر فروش (۴) دیدگاه مبتنی بر تولید

فصل معرفی بازاریابی

جواب: پاسخ گزینه ۱ است.