

۱- بخش قابل مشاهده بازاریابی کدام است؟

۱. محصول - مشتریان
۲. فروش - تبلیغ
۳. نیاز مشتریان - مبادله کالا
۴. رضایت مشتری - بازار

۲- کدام عبارت صحیح است؟

۱. هر کسی که تمایل به خرید کالا یا خدماتی را داشته باشد، تقاضا در بازار را شکل داده است.
۲. توانایی بازاریاب آن است که تقاضاهای مشتریان را محدود کرده و در راستای رفع آنها اقدام کند.
۳. مجموعه ای از امتیازات که مشتریان بابت آن پول پرداخت می کنند محصول نام دارد.
۴. عملکرد محصول در گرو رضایت مشتری و کیفیت آن است.

۳- وقوع پیوستن کدام یک از مفاهیم اصلی بازاریابی، باعث ارزش افزایی می گردد؟

۱. رضایت مشتری
۲. محصول
۳. کیفیت
۴. مبادله

۴- میزان آمادگی صاحبان منابع برای انجام مبادله کدام ویژگی بازار را تبیین می کند؟

۱. اندازه بازار
۲. ارزش بازار
۳. کیفیت بازار
۴. تعداد بازار

۵- ۳C در بازاریابی کدام است؟

۱. محصول - قیمت - کالا
۲. محصول - قیمت - بازار
۳. مصرف کننده - شرکت - رقبا
۴. تبلیغات - روابط عمومی - قیمت

۶- ۴P بازاریابی در کدام حوزه از حوزه های بازار یابی بررسی می گردد؟

۱. مصرف کننده
۲. هدف گیری بازار
۳. موقعیت یابی
۴. تمامی مراحل

۷- در فصل تابستان که اقبال مردم برای مراجعه به استخرها زیاد می شود، استخری که شما مدیریت آن را بر عهده دارید، با انبوهی از مشتریان مواجه هستید که بیشتر از ظرفیت استخر شما است، به نظر شما کدام یک بهترین نوع بازاریابی برای چنین شرایطی است؟

۱. بازاریابی تبدیلی
۲. بازاریابی تعدیلی
۳. بازاریابی تضعیفی
۴. بازاریابی مقابله ای

۸- «آن دسته از عوامل محیطی که اگر شرکت نسبت به آنها واکنش مطلوب نشان ندهد بر بازاریابی کالا می تواند تاثیر منفی بگذارد»؛ جمله فوق در تبیین کدام یک از مراحل تحلیل SWOT است؟

۱. فرصتها
۲. تهدیدها
۳. قوتها
۴. ضعف ها

زمان آزمون (دقیقه): تستی: ۵۰ تشریحی: ۰

تعداد سوالات: تستی: ۳۰ تشریحی: ۰

عنوان درس: مدیریت بازاریابی ورزشی

رشته تحصیلی/کد درس: مدیریت ورزشی-مدیریت رسانه های ورزشی ۱۲۱۵۲۰۹

۹- هنگامی که یک مدیر بازاریابی به مدیران مافوق خود پیشنهاد حضور و مشارکت فعال در نمایشگاه ویژه فعالیتهای ورزشی و تندرستی را می دهد، هدف او کدام یک از ابعاد بازاریابی ورزشی است؟

۱. بازار گرمی ۲. بازار سازی ۳. بازار گردی ۴. بازار داری

۱۰- کدام جمله صحیح است؟

۱. عملکرد مدیر شرکت به فرصتها و تهدیدهای خارجی که بوسیله رقابت بوجود می آید تمرکز دارد.
۲. هدفگیری بازار به مفهوم، تقسیم کردن یک گروه بزرگ با ویژگیهای گوناگون به گروه کوچک با ویژگی های مشخص است.
۳. در صورت عدم حضور تماشاچیان به دلیل باختههای متوالی تیم، بهتر است بازاریابی تبدیلی استفاده گردد.
۴. تولید یا انجام آنچه مصرف کننده می خواسته یا انتظار داشته است، مفهوم درست تحویل است.

۱۱- هنگامی که لیگ برتر فوتبال انگلیس در پی ارتقاء کیفیت بازیها و بکارگیری و انتخاب بازیکنان حرفه ای و ستاره در تیمهای حاضر در لیگ برتر جزیره می باشد، این سازمان براساس کدام فلسفه بازاریابی دست به چنین اقدامی می زند؟

۱. تولیدگرا ۲. محصول گرا ۳. فروش گرا ۴. بازاریابی گرا

۱۲- کدام عبارت در خصوص محصول ورزش صحیح است؟

۱. محصولات ورزشی فقط کالاهای ناملموس هستند.
۲. محصولات ورزشی ترکیبی از کالاهای ملموس و ناملموس است.
۳. محصول واقعی ، همان نیازهای اصلی مشتریان است که اگر برآورده نشود، نمی توان موفقیتی کسب کرد.
۴. در هر مرحله از چرخه عمر محصول نیاز است تا بازاریاب استراتژی ویژه ای برای بازاریابی انتخاب کند.

۱۳- در کدام مرحله چرخه عمر محصول شما با رقبای زیادی مواجه خواهید بود؟

۱. معرفی ۲. رشد ۳. بلوغ ۴. افول

۱۴- کمیته بین المللی المپیک برای اجرای بازیهای المپیک در ورزشگاه ها، مقرر کرده است که این ورزشگاه ها باید قوانین و مقررات توسعه پایدار را رعایت کنند، این سازمان بر اساس چه دیدگاهی در بازاریابی این اقدام را انجام داده است؟

۱. فلسفه فروش گرا ۲. فلسفه انتقادی اخلاقی
۳. فلسفه بازاریابی اجتماعی ۴. فلسفه مشتری محوری

۱۵- جهت گیری تمام یک سازمان به سمت برند خود را چه می نامند؟

۱. شناخت برند ۲. جهت گیری برند ۳. مدیریت برند ۴. فرانشیز برند



۱۶- کدام گزینه کانالهای توزیع خدمات ورزشی را صحیح تر عنوان کرده است؟

۱. اماکن ورزشی- رسانه ها
۲. خصایص اماکن ورزشی- بلیط مسابقات
۳. رسانه ها- بلیط مسابقات- اماکن ورزشی
۴. رسانه ها- خصایص اماکن ورزشی

۱۷- کدام گزینه جزء خرده فروشان واقعی نیست؟

۱. سوپرمارکت
۲. باشگاه ورزشی
۳. مراکز اوقات فراغت
۴. تبلیغات تلویزیون

۱۸- در کدام یک از عناصر آمیخته ترویج ارتباط با مشتری یک سویه است؟

۱. روابط عمومی
۲. آگهی
۳. فروش شخصی
۴. حمایت مالی

۱۹- در کدام یک از ۵P بازاریابی، بازاریاب اقدام به آموزش مشتریان می کند؟

۱. قیمت گذاری
۲. معرفی محصول
۳. معرفی کانالهای توزیع (مکان)
۴. ترویج

۲۰- فدراسیون اسکواش (که یکی از رشته های نوپا در کشور است) برای ترغیب هرچه بیشتر علاقه مندان برای خرید لوازم و تجهیزات این رشته ورزشی که خود فدراسیون اقدام به توزیع آنها کرده است، از کدام تاکتیک قیمت گذاری استفاده نماید، موفق تر خواهد بود؟

۱. استطاعتی
۲. اعتباری
۳. تخفیفی
۴. نفوذی

۲۱- در کدام یک از گزینه های زیر شما به طور هدفمند در پی ارتباط مستمر و مطلوب با مخاطبان سازمان هستید، نه فقط مشتریان؟

۱. ترویج
۲. ترویج فروش
۳. روابط عمومی
۴. آگهی

۲۲- چگونه روابط عمومی به کاهش هزینه های سازمان کمک می کند؟

۱. ایجاد خوشنامی برای سازمان
۲. جلوگیری از اشتباه
۳. انجام تبلیغات رسانه ای بدون پرداخت
۴. جذب اسپانسر بیشتر

۲۳- حمایت های مالی جزء کدام یک از تکنیک های ترویج قرار می گیرد؟

۱. فروش شخصی
۲. روابط عمومی
۳. اسپانسر شپ
۴. ترویج فروش

۲۴- کدام یک از متغیرهای قیمت گذاری به عنوان مهم ترین عامل در تعیین قیمت بلیط مسابقات شهرآورد استقلال و پرسپولیس در لیگ برتر فوتبال قلمداد می شود؟

۱. قیمت گذاری رقبا
۲. عناصر آمیخته بازاریابی
۳. محدودیت های قانونی
۴. تقابل بین میزان عرضه و تقاضا

۲۵- چهار طبقه عمده بازاریابی وجود دارند که سازمان ورزشی باید آن را به اجرا در آورند که عبارتند از: مشارکت- عملکرد- ترویج- منفعت؛ فدراسیون های ورزشی کشور در توسعه استراتژی خود باید به کدام یک از فعالیتهای مذکور اولویت بدهند؟

۱. مشارکت- عملکرد
۲. منفعت- ترویج
۳. ترویج- مشارکت
۴. منفعت- عملکرد

۲۶- کدام جمله صحیح نیست؟

۱. یک طرح بازاریابی بسیار گسترده تر از یک استراتژی بازاریابی است.
۲. به نحوه ادراک مصرف کنندگان از برند در مقایسه با قبا، موقعیت یابی در بازار گویند.
۳. تمایز برند ورزشی آن را متفاوت و برتر از سایر رقبا می سازد.
۴. طرح بازاریابی بیشتر در مورد منابع، بودجه و تاکتیکها است.

۲۷- «طرح کامل یک سازمان ورزشی برای انتقال تصویر مثبت از محصول به جامعه شامل وسایل اجتماعی و فعالیتهای و برنامه های روابط رسانه ای» عبارت فوق بیان گر کدام یک از عناصر استراتژی ترویج است؟

۱. آگهی تبلیغاتی
۲. ارتباط رسانه ای
۳. روابط عمومی
۴. ترویجیات

۲۸- هنگامی که یک شرکت با ادعای دروغ مبنی بر حمایت مالی از یک رویداد ورزشی مهم اقدام به فریب مصرف کنندگان کرده تا سهم بازار را از رقبایی که رسماً حامی مالی رویداد هستند بگیرد، از کدام یک از انواع بازاریابی کمینی استفاده کرده است؟

۱. بازاریابی کمینی مستقیم- حاشیه ای
۲. بازاریابی کمینی مستقیم- غارتگرانه
۳. بازاریابی کمینی غیرمستقیم- حاشیه ای
۴. بازاریابی کمینی غیرمستقیم- تمردی

۲۹- کدام مورد در بازاریابی رسانه ای جدید به ایده بازاریابی شبکه ای نزدیک است؟

۱. اصل مشمولیت
۲. ساختار یافتگی
۳. انطباق پذیری
۴. برند جذاب



۳۰- کدام جمله صحیح است؟

۱. عناصر آمیخته بازاریابی تقریباً در تمامی سازمانهای ورزشی یکسان است.
۲. مدل پلکانی نشان دهنده انواع مصرف کننده ورزشی و شدت توجه آنها به محصولات است.
۳. روابط عمومی را می توان جزء $4C$ بازاریابی مورد بررسی قرار داد.
۴. در خصوص تحلیل رقابت می توان قیمت و تمایز را مورد بررسی قرار داد.