



راهنما و بانک سؤالات امتحانی

بازاریابی بین‌المللی

شامل:

- ☐ یک دوره تدریس روان و کامل مطالب درسی
- ☐ خلاصه‌ی درس و نکات مهم کتاب
- ☐ پاسخ تشریحی خودآزمایی هر فصل
- ☐ بانک سؤالات چهارگزینه‌ای کلیدی مطالب کتاب به صورت فصل به فصل
- ☐ بانک سؤالات امتحانی
- ☐ پاسخنامه‌ی تشریحی / کلیدی

مؤلف: دکتر میرزا حسن حسینی

سرشناسه : حسینی، میرزا حسن،
عنوان و نام پدیدآور : راهنما و بانک سؤالات امتحانی بازاریابی بین‌المللی شامل: یک دوره تدریس روان و کامل مطالب درسی، خلاصه درس و نکات مهم کتاب، پاسخ تشریحی خودآزمایی هر فصل و ... / مولف حسن حسینی
مشخصات نشر : تهران: خردمندان، ۱۳۹۱.
مشخصات ظاهری : ۲۱۶ ص: جدول.
شابک : ۹۷۸-۹۶۴-۷۸۵۶-۶۴-۵ : ۷۹۰۰۰ ریال
وضعیت فهرست نویسی : فیبا
یادداشت : کتاب حاضر راهنمای کتاب "بازاریابی بین‌المللی (رشته مدیریت بازرگانی)" تألیف میرزا حسن حسینی است.
یادداشت : چاپ سوم: استادی، ۱۳۸۸.
عنوان دیگر : بازاریابی بین‌المللی (رشته مدیریت بازرگانی).
موضوع : صادرات و واردات -- بازاریابی -- آموزش برنامه‌ای
موضوع : صادرات و واردات -- ایران -- آزمون‌ها و تمرین‌ها (عالی)
شناسه افزوده : حسینی، میرزا حسن، ۱۳۳۹ - بازاریابی بین‌المللی (رشته مدیریت بازرگانی).
رده بندی کنگره : HF1416/ج۵ب۲۳۳ ۱۳۹۱
رده بندی دیویی : ۶۵۸/۸۴
شماره کتابشناسی ملی : ۷۹۰۶۹۹۵

نشر خردمندان

نشانی دفتر مرکزی: تهران - خیابان انقلاب - خیابان ۱۲ فروردین - کوچه نوروز - پلاک ۱۰

www.Pnuparastoo.com

تلفن: ۰۹۲۲ ۶۶۰۴۶ - ۶۶۰۹۵ ۷۴

عنوان کتاب: راهنما و بانک سؤالات امتحانی بازاریابی بین‌المللی

مدیر مسئول انتشارات: مهندس سیدامین میرباقری

مؤلفان: دکتر میرزا حسن حسینی

ناشر: انتشارات خردمندان

مدیر تولید: مهدی سبحانی

ناظر فنی چاپ: مهندس محمد جوینده

صفحه‌آرا: فاطمه آجرلو

نوبت چاپ: پنجم - ۱۳۹۱ (اول ناشر)

تیراژ: ۱۰۰۰ نسخه

قیمت: ۷۹۰۰ تومان

ISBN: 978-964-7856-64-5

شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۷۸۵۶-۶۴-۵

«حق چاپ و نشر برای ناشر محفوظ است و هر گونه نسخه برداری از آن پیگرد قانونی دارد.»

پیشگفتار

در بحبوحه‌ی تغییرات روزافزون و شتابانی که سازمان‌ها، فعالیت‌ها و به طور کلی عصر حاضر را فراگرفته است کارکرد اصلی بازاریابی بین‌المللی، بهینه کردن فعالیت‌های بین‌المللی و در راستای آن رشد و بقای سازمان‌ها در محیط‌های متغیر و پویایی که هر روز در آن بازارهای جدیدی به وجود آید، بوده است. واقعیت این است که اگر شرکتی می‌خواهد رشد کند راهی جز کاشت بذره‌ای جدید ندارد. تنها فرق امروز با گذشته این است که باید منابع خود را دقیق‌تر صرف نموده و در آن صرفه‌جویی نماید.

در کتاب درسی «بازاریابی بین‌المللی» تألیف اینجانب سعی نموده‌ام با تأکید بر عناصر ترکیب بازاریابی در سطح بین‌المللی گامی در جهت اصول به کارگیری و مهارت‌های لازم در سطوح فراتر از مرزهای یک کشور با توجه به فرصت‌ها و تهدیدهای محیط پیرامون برداشته باشم. امید است این گام هر چند کوچک برای کلیه‌ی استفاده‌کنندگان خصوصاً اساتید و دانشجویان دوره کارشناسی مفید واقع شود. و اما کتاب حاضر که راهنمایی ساده همراه با سوالات تستی و تشریحی هر فصل برای دانشجویان رشته‌ی مدیریت بازرگانی و صنعتی از کتاب درسی تألیف اینجانب که توسط انتشارات پیام نور منتشر شده می‌باشد که دربرگیرنده‌ی نمونه‌های سوالات ترم‌های گذشته می‌باشد امید است دانشجویانی که نگرانی خواندن کتاب درسی را دارند این مجموعه کمکی برای رفع اشکالشان باشد.

در خاتمه لازم می‌بینم از تمامی کسانی که همکاری صمیمانه با اینجانب جهت تهیه‌ی این مجموعه داشته‌اند از جمله سرکار خانم شهنازی، سرکار خانم میرپنجی، مدیریت محترم انتشارات استادی و همکارانشان تشکر و قدردانی نمایم.

دکتر میرزا حسن حسینی

به نام خدایی که دانشور است

مقدمه‌ی ناشر

خاتم ملک سلیمان است علم جمله عالم صورت و جان است علم

انتشارات خردمندان با سابقه‌ی درخشان، مفتخر است حاصل تجربیات خود، کارشناسان و مدرّسان دانشگاه پیام‌نور را با شیوه‌ای مناسب در امر آموزش و آزمون‌سازی در اختیار شما عزیزان قرار دهد. امید است این مجموعه کتاب‌ها، قبولی شما را در امتحانات پایانی تضمین نماید.

کتاب‌های راهنما و بانک سؤالات امتحانی انتشارات خردمندان دارای ویژگی‌های زیر است:

۱- آموزش و تست‌ها بر اساس اصول علمی و صحیح ارزشیابی تهیه شده‌اند، به‌طوری که تمام اهداف اصلی و فرعی کتاب را برآورده ساخته و دانشجویان را با شیوه و نمونه سؤالات امتحانی آشنا می‌سازد.

۲- سؤالات، همگام با موضوعات گوناگون کتاب تدوین شده است تا دانشجویان با توجه به ناتوانی و کاستی‌های خود به سؤالات مورد نظر مراجعه نمایند.

۳- سؤالات به گونه‌ای تنظیم شده است که تمام موارد ساده و دشوار را دربر گرفته، در حد امکان جایی برای سؤال جدید باقی نگذارد.

۴- در میان سؤالات یاد شده، نمونه سؤالات امتحانی سال‌های گذشته نیز گنجانده شده است تا دانشجویان گرمای احساس کنند که سؤالات کتاب با سؤالات امتحانی جدایی و فاصله ندارد.

۵- کلیه سؤالات (تألیفی - امتحانی) به صورت درس به درس یا فصل به فصل تدوین شده است تا با سیر آموزش کتاب منطبق باشد.

۶- کتاب درسی دربرگیرنده‌ی چهارچوب کلی است و دانشجویان عزیز پس از فراگیری مطالب آن باید بتوانند از عهده‌ی پاسخ به سؤالات مشابه برآیند. به همین دلیل در طرح سؤالات این کتاب‌ها، نمونه سؤالاتی ارائه شده تا قدرت درک و فهم را در دانشجویان تقویت نموده و آنان را قادر سازد تا آموخته‌های خود را تعمیم داده و به صورت کاربردی مورد استفاده قرار دهند.

۷- در پاسخ‌های تشریحی خودآزمایی، تمرین یا پرسش‌های کتاب درسی سعی شده است تا در کنار آشکار ساختن پاسخ درست، توضیحی درخور و شایسته که توانایی آموزش مطالب را دربرداشته باشد، ارائه گردد.

۸- نمونه سؤالات امتحانی در انتهای کتاب، دانشجویان را جهت خودآزمایی برای امتحان پایانی آماده می‌سازد.

و همچنین در پایان جا دارد از زحمات بی‌دریغ اخوان محترم استادی که در چاپ مجدد و واگذاری این آثار به انتشارات خردمندان نهایت همکاری را نمودند کمال تشکر و قدردانی را داشته باشیم.

موفق و پیروز باشید.

مهندس سیدلین میرباقری

فهرست مطالب

۷	فصل اول: کلیات بازاریابی بین‌المللی	۵
۹	خودآزمایی فصل اول	
۱۱	بانک سؤالات چهارگزینه‌ای فصل اول	
۱۴	پاسخ بانک سؤالات چهارگزینه‌ای فصل اول	
۱۵	فصل دوم: محیط فرهنگی در بازاریابی بین‌المللی	۵
۲۱	خودآزمایی فصل دوم	
۲۵	بانک سؤالات چهارگزینه‌ای فصل دوم	
۳۵	پاسخ بانک سؤالات چهارگزینه‌ای فصل دوم	
۳۶	فصل سوم: محیط اقتصادی در بازاریابی بین‌المللی	۵
۵۰	خودآزمایی فصل سوم	
۵۵	بانک سؤالات چهارگزینه‌ای فصل سوم	
۶۹	پاسخ بانک سؤالات چهارگزینه‌ای فصل سوم	
۷۰	فصل چهارم: محیط سیاسی و قانونی در بازاریابی بین‌المللی	۵
۷۷	خودآزمایی فصل چهارم	
۸۱	بانک سؤالات چهارگزینه‌ای فصل چهارم	
۸۶	پاسخ بانک سؤالات چهارگزینه‌ای فصل چهارم	
۸۷	فصل پنجم: تحقیقات بازاریابی بین‌المللی	۵
۹۲	خودآزمایی فصل پنجم	
۹۶	بانک سؤالات چهارگزینه‌ای فصل پنجم	
۱۰۰	پاسخ بانک سؤالات چهارگزینه‌ای فصل پنجم	
۱۰۱	فصل ششم: استراتژی‌های ورود به بازارهای جهانی در بازاریابی بین‌المللی	۵
۱۱۰	خودآزمایی فصل ششم	
۱۱۴	بانک سؤالات چهارگزینه‌ای فصل ششم	
۱۲۱	پاسخ بانک سؤالات چهارگزینه‌ای فصل ششم	

۱۲۲	فصل هفتم: سیاست‌های تولید در بازاریابی بین‌المللی
۱۲۷	خودآزمایی فصل هفتم
۱۳۲	بانک سؤالات چهارگزینه‌ای فصل هفتم
۱۳۷	پاسخ بانک سؤالات چهارگزینه‌ای فصل هفتم
۱۳۸	فصل هشتم: کانال‌های توزیع در بازاریابی بین‌المللی
۱۴۵	خودآزمایی فصل هشتم
۱۵۰	بانک سؤالات چهارگزینه‌ای فصل هشتم
۱۵۹	پاسخ بانک سؤالات چهارگزینه‌ای فصل هشتم
۱۶۰	فصل نهم: تبلیغات در بازاریابی بین‌المللی
۱۶۴	خودآزمایی فصل نهم
۱۶۸	بانک سؤالات چهارگزینه‌ای فصل نهم
۱۷۴	پاسخ بانک سؤالات چهارگزینه‌ای فصل نهم
۱۷۵	فصل دهم: قیمت‌گذاری در بازارهای بین‌المللی
۱۸۱	خودآزمایی فصل دهم
۱۸۵	بانک سؤالات چهارگزینه‌ای فصل دهم
۱۹۰	پاسخ بانک سؤالات چهارگزینه‌ای فصل دهم
۱۹۱	فصل یازدهم: سازمندی و برنامه‌ریزی فعالیت‌ها در بازاریابی بین‌المللی
۱۹۵	خودآزمایی فصل یازدهم
۱۹۹	بانک سؤالات چهارگزینه‌ای فصل یازدهم
۲۰۱	پاسخ بانک سؤالات چهارگزینه‌ای فصل یازدهم
۲۰۲	بانک سؤالات امتحانی بازاریابی بین‌المللی - دانشگاه پیام نور - آزمون شماره «۱»
۲۰۵	پاسخ بانک سؤالات امتحانی بازاریابی بین‌المللی - دانشگاه پیام نور - آزمون شماره «۱»
۲۰۷	بانک سؤالات امتحانی بازاریابی بین‌المللی - دانشگاه پیام نور - آزمون شماره «۲»
۲۱۰	پاسخ بانک سؤالات امتحانی بازاریابی بین‌المللی - دانشگاه پیام نور - آزمون شماره «۲»
۲۱۲	بانک سؤالات امتحانی بازاریابی بین‌المللی - دانشگاه پیام نور - آزمون شماره «۳»
۲۱۵	پاسخ بانک سؤالات امتحانی بازاریابی بین‌المللی - دانشگاه پیام نور - آزمون شماره «۳»