



749C

749

C

نام  
نام خانوادگی  
محل امضاء



جمهوری اسلامی ایران  
وزارت علوم، تحقیقات و فناوری  
سازمان منبش آموزش کشور

اگر دانشگاه اصلاح شود مملکت اصلاح می شود.  
امام خمینی (ره)

**آزمون دانش‌پذیری دوره‌های فراگیر «کارشناسی ارشد» دانشگاه پیام نور**

**رشته‌ی مدیریت اجرایی (کد ۱۵۰)**

مدت پاسخگویی: ۱۲۰ دقیقه

تعداد سؤال: ۹۰

عنوان مواد امتحانی، تعداد و شماره سؤالات

ردیف	مواد امتحانی	تعداد سؤال	از شماره	تا شماره
۱	مدیریت مالی و اقتصاد مدیریت	۲۰	۱	۲۰
۲	حسابداری مدیریت	۲۰	۲۱	۴۰
۳	سازمان‌های پیچیده دیدگاه استراتژیک	۲۰	۴۱	۶۰
۴	زبان تخصصی (مدیریت اجرایی)	۳۰	۶۱	۹۰

نمره منفی ندارد.  
استفاده از ماشین حساب مجاز نمی باشد.

- ۱- شعاعی که از مبدأ مختصات بر تابع سود کل مماس شود، نشان دهنده‌ی ..... است.
  - (۱) حداکثر سود
  - (۲) حداکثر سود متوسط
  - (۳) حداکثر درآمد کل
  - (۴) حداقل هزینه کل
- ۲- اگر در مسائل برنامه‌ریزی خطی مقید، تمام واحدهای یک عامل به کار گرفته شوند و یا ظرفیت بیکار در مورد یک عامل صفر باشد، .....
  - (۱) تابع هدف حداکثر خواهد شد.
  - (۲) تابع هدف حداقل خواهد شد.
  - (۳) متغیر کمکی (فرجه) بی‌نهایت خواهد بود.
  - (۴) متغیر کمکی (فرجه) صفر خواهد بود.
- ۳- در تابع هدف مسأله دوگانه (Dual)، حداقل کردن هزینه عوامل تولید نه براساس ..... بلکه براساس ..... عوامل تولید است.
  - (۱) قیمت سایه - قیمت بازاری
  - (۲) قیمت بازاری - قیمت سایه
  - (۳) قید تولید - محدودیت
  - (۴) قید هزینه - محدودیت
- ۴- ریسک تصمیم مورد نظر، با هرچه فشرده‌تر شدن توزیع احتمال نتایج ممکن، .....
  - (۱) کوچکتر است.
  - (۲) بزرگتر است.
  - (۳) بی‌نهایت می‌گردد.
  - (۴) ثابت باقی می‌ماند.
- ۵- مفهوم مطلوبیت نهایی نزولی برای پول، اساس فرضیه ..... است.
  - (۱) خطرپذیری
  - (۲) خطر خنثی
  - (۳) خطرگریزی
  - (۴) نزولی بودن ریسک
- ۶- در مرحله اول هر تصمیم‌گیری که همراه با ریسک است، تصمیم‌گیرنده:
  - (۱) از تعداد گزینه‌های قابل انتخاب اطلاع دقیق ندارد.
  - (۲) باید بین تعدادی گزینه، یکی را انتخاب کند.
  - (۳) تبعات دقیق پیامدهای انتخاب خود را پیش‌بینی کند.
  - (۴) نسبت به انتخاب چند گزینه با پیامد نامشخص بی‌تفاوت است.
- ۷- در کدام مورد، تصمیم‌گیری در شرایط عدم اطمینان توزیع احتمالات مقادیر هر یک از عوامل مورد بررسی قرار می‌گیرد؟
  - (۱) تحلیل حساسیت
  - (۲) درخت تصمیم‌گیری
  - (۳) تحلیل تار عنکبوتی
  - (۴) تکنیک شبیه‌سازی
- ۸- در انتخاب بین سرمایه‌گذاری‌های مختلف، ضریب پراکندگی، معادل ..... است.
  - (۱) واریانس بازده
  - (۲) ضریب تغییر
  - (۳) انحراف معیار بازده
  - (۴) نسبت ارزش فعلی خالص سرمایه‌گذاری به انحراف معیار بازده
- ۹- کشش قیمتی تقاضا، از بازاری به بازار دیگر، .....
  - (۱) مشروط به جانشین بودن دو کالا، ثابت باقی می‌ماند.
  - (۲) مشروط به ضروری بودن کالا می‌تواند متغیر باشد.
  - (۳) ثابت باقی می‌ماند.
  - (۴) تغییر می‌کند.
- ۱۰- در مقادیر بالای قیمت در منحنی تقاضای خطی، تقاضا .....
  - (۱) پر کشش‌تر می‌شود.
  - (۲) کم کشش‌تر می‌شود.
  - (۳) با کشش صفر می‌شود.
  - (۴) با کشش بی‌نهایت می‌گردد.
- ۱۱- با ثابت نگه داشتن هزینه نهایی، قیمت بهینه یک کالا ارتباط ..... با کشش ..... برای آن کالا دارد.
  - (۱) مستقیم - درآمدی تقاضا
  - (۲) مستقیم - قیمتی تقاضا
  - (۳) معکوس - قیمتی تقاضا
  - (۴) معکوس - درآمدی تقاضا

- ۱۲- در تابع تقاضای  $Q = 5.P^{-1}.I^3$  کشش قیمتی تقاضا و کشش در آمدی تقاضا در صورتی که  $P = 20$  و  $I = 400$  باشد، به ترتیب برابرند با:

(۱)  $-5$  و  $-3$  (۲)  $2/5$  و  $-3$

(۳)  $-1$  و  $3$  (۴)  $1$  و  $-3$

- ۱۳- در کدام شکل تابعی، فرضیه کشش ثابت تقاضا صادق است؟

(۱) تابع نمایی (۲) تابع خطی (۳) تابع لگاریتمی (۴) تابع نیمه لگاریتمی

- ۱۴- اولین مشکل مربوط به برآورد پارامترها به روش رگرسیون کدام است؟

(۱) واریانس ناهمسانی (۲) همبستگی پیایی

(۳) قدرت توضیح دهنده مدل (۴) معنی دار آماری بودن و همخطی

- ۱۵- مشکل واریانس ناهمسانی معمولاً در کدام نوع از داده‌های آماری پدیدار می‌شود و آزمون متداول آن کدام است؟

(۱) سری زمانی - دُربین واتسون (۲) سری زمانی - گلدفلد کوانت

(۳) مقطعی - دُربین واتسون (۴) مقطعی - گلدفلد کوانت

- ۱۶- در آمد تولید نهایی یک محصول (X) برابر است با حاصل ضرب .....

(۱) قیمت در تولید نهایی X (۲) درآمد نهایی در قیمت کالای X

(۳) درآمد نهایی در تولید نهایی X (۴) تولید نهایی در قیمت کالای X

- ۱۷- خطی نوشتن قیدها در یک الگوی برنامه ریزی خطی به منظور تخصیص بهینه نهاده‌ها، .....

(۱) به مفهوم تضمین وجود یک جواب بهینه می‌باشد. (۲) به مفهوم ثابت فرض کردن ضرایب فنی است.

(۳) ثابت بودن قیمت نهاده‌ها را در طول زمان تضمین می‌کند. (۴) بازدهی نسبت به مقیاس ثابت را به الگو تحمیل می‌کند.

- ۱۸- ارزش یک نهاده به عنوان هزینه فرصت نهاده جواب کدام گزینه است؟

(۱) مساله دوگان (حداقل کردن) (۲) بهینه‌یابی یک تابع هدف

(۳) مساله اولیه (حداکثر کردن تابع هدف) (۴) محاسبه قیمت سایه برای تابع بهینه‌یابی

- ۱۹- با تولید متمایز توسط چند بنگاه در بازاری با تعداد زیادی رقیب، کشش منحنی تقاضا، .....

(۱) حذف می‌شود. (۲) افزایش می‌یابد. (۳) کاهش می‌یابد. (۴) بی‌نهایت می‌گردد.

- ۲۰- در تکنیک قیمت‌گذاری براساس «تبعیض قیمت» بنگاه در بازاری که تقاضای آن با کشش تر است:

(۱) عرضه را قطع می‌کند. (۲) عرضه را کاهش می‌دهد.

(۳) قیمت بالاتری وضع می‌کند. (۴) قیمت پایین‌تری وضع می‌کند.

- ۲۱- در بین روش‌های تامین مالی، کدام یک هزینه بیشتری بر شرکت تحمیل می‌کند؟  
 (۱) اجاره بلند مدت (۲) اوراق قرضه  
 (۳) سهام عادی (۴) سهام ممتاز
- ۲۲- کدام مورد، از محاسن انتشار سهام ممتاز جهت تامین مالی شرکت محسوب می‌شود؟  
 (۱) افزایش صرفه‌جویی مالیاتی شرکت  
 (۲) کاهش ظرفیت استقراض شرکت  
 (۳) پایین بودن نرخ سود آن در مقایسه با انواع اوراق قرضه  
 (۴) داشتن نرخ هزینه ثابت بدون اینکه شرکت الزام قانونی در پرداخت سود سهام داشته باشد.
- ۲۳- افزایش مالیات بر درآمد شرکت چه نسبتی را تغییر نمی‌دهد؟  
 (۱) حاشیه سود خالص (۲) بازده دارایی‌ها  
 (۳) حاشیه سود ناخالص (۴) بازده حقوق صاحبان سهام
- ۲۴- ریسکی که به واسطه ساختار سرمایه به وجود می‌آید ریسک ..... نام دارد.  
 (۱) تجاری (۲) مالی (۳) سیستماتیک (۴) کاهش‌پذیر
- ۲۵- ریسک تجاری عبارتست از:  
 (۱) ریسک شرکت که منشأ آن تصمیمات سرمایه‌گذاری است.  
 (۲) ریسکی که به واسطه ساختار سرمایه به وجود می‌آید.  
 (۳) بخشی از ریسک شرکت که منشأ آن تصمیمات عملیاتی است.  
 (۴) احتمال متفاوت بودن نرخ واقعی بازده با نرخ مورد انتظار در سرمایه‌گذاری.
- ۲۶- ترازنامه یک شرکت، در ارزیابی کدام یک از موارد زیر نمی‌تواند سرمایه‌گذاران را یاری کند؟  
 (۱) ساختار سرمایه (۲) نسبت بدهی  
 (۳) کارایی استفاده از داراییها (۴) ارزش خالص بازیافتنی دارایی‌ها
- ۲۷- کدام یک از عوامل زیر بر نسبت  $\frac{P}{E}$  اثر خواهد گذاشت؟  
 (۱) فرصت‌های رشد آتی (۲) نسبت‌های نقدینگی  
 (۳) تغییرات ساختار سرمایه (۴) فرصت‌های رشد آتی و نسبت‌های نقدینگی
- ۲۸- شرکتی ماشین‌آلات قدیمی خود را با ارزش بازار ۱۰ میلیون ریال (ارزش دفتری ۱۸ میلیون ریال) با ماشین‌آلات جدیدی به ارزش ۱۷ میلیون ریال جایگزین کرد. راه‌اندازی ماشین‌آلات جدید به ۲ میلیون ریال افزایش سرمایه در گردش نیاز دارد. با نرخ مالیات ۴۰٪، خالص این سرمایه‌گذاری چند میلیون ریال می‌باشد؟  
 (۱) ۵/۸ (۲) ۳/۸  
 (۳) ۹ (۴) ۱۹
- ۲۹- کدام یک از نسبت‌ها قدرت نقدینگی دارایی‌های خارجی را نشان می‌دهد؟  
 (۱) کل دارایی‌های جاری (۲) وجوه نقد و اوراق بهادار قابل فروش  
 (۳) کل بدهی‌های جاری (۴) میزان وام بلند مدت و حقوق صاحبان سهام

- ۳۰- فروش دارایی ثابت به طور نسبی به قیمتی بیش از ارزش دفتری موجب ..... می شود.
- (۱) افزایش نسبت آتی و ایجاد سود  
(۲) کاهش دارایی ها  
(۳) کاهش نسبت جاری و افزایش مالیات  
(۴) کاهش نسبت جاری و نسبت آتی و افزایش سودآوری
- ۳۱- انتشار کدام یک از اوراق بهادار، اهرم مالی شرکت را بیشتر افزایش می دهد؟
- (۱) سهام عادی  
(۲) اوراق قرضه  
(۳) سهام ممتاز  
(۴) هیچ کدام
- ۳۲- کدام مورد، نقص عمده روش نرخ بازده داخلی یا IRR در بودجه بندی سرمایه ای می باشد؟
- (۱) عدم در نظر گرفتن ارزش زمانی پول  
(۲) وجود نرخ های چندگانه در برخی حالت ها  
(۳) محاسبات بسیار زیاد  
(۴) هر سه مورد
- ۳۳- فرآیندی که طی آن مدیریت، وجوه سرمایه ای در دسترس را به پروژه های سرمایه ای رقیب تخصیص می دهد چه نام دارد؟
- (۱) پروژه گزینی  
(۲) تأمین مالی  
(۳) بودجه بندی سرمایه ای  
(۴) جیره بندی سرمایه ای
- ۳۴- مبلغ فروش در نقطه سربه سر شرکت روشن ۴۰۰,۰۰۰ ریال و هزینه های متغیر معادل ۴۰٪ فروش است. اگر هزینه های ثابت ۵۰ درصد افزایش یابد و هزینه متغیر یک واحد کالا ۵۰ درصد کاهش یابد، فروش در نقطه سربه سر چقدر خواهد شد؟
- (۱) ۵۹۰,۰۰۰  
(۲) ۴۵۰,۰۰۰  
(۳) ۶۰۰,۰۰۰  
(۴) ۸۰۰,۰۰۰
- ۳۵- از دو سال آینده بیمه سالانه به صورت مادام العمر به شما ۵۰۰,۰۰۰ ریال پرداخت خواهد کرد. اگر نرخ بازده مورد انتظار ۱۰ درصد باشد ارزش فعلی این عایدات چه میزان است؟
- (۱) ۶,۰۵۰,۰۰۰  
(۲) ۵,۰۰۰,۰۰۰  
(۳) ۴,۱۳۲,۲۳۱  
(۴) ۴,۵۴۵,۴۵۴
- ۳۶- اگر نسبت جاری شرکتی برابر با ۳ و نسبت آتی برابر ۲ باشد، موجودی کالای شرکت برابر است با:
- (۱) نصف دارایی جاری شرکت  
(۲) میزان بدهی جاری شرکت  
(۳) نصف بدهی جاری شرکت  
(۴) نصف مجموع دارایی جاری و بدهی جاری شرکت
- ۳۷- نسبت گردش موجودی کالای مؤسسه ای ۴ مرتبه و دوره عملیات آن ۱۴۰ روز است، دوره وصول مطالبات چند روز می باشد؟
- (۱) ۹۰  
(۲) ۵۰  
(۳) ۱۴۰  
(۴) ۲۳۰
- ۳۸- در شرکتی نسبت گردش مجموع دارایی ها ۲، فروش ۱۰ میلیون و حقوق صاحبان سهام ۱ میلیون است نسبت بدهی عبارتست از:
- (۱) ۰/۴  
(۲) ۰/۷۵  
(۳) ۰/۵  
(۴) ۰/۸
- ۳۹- کدام مورد، از معایب انتشار سهام عادی جهت تأمین مالی شرکت محسوب می شود؟
- (۱) موجب کاهش سود هر سهم می شود.  
(۲) یک منبع مالی دائمی است.  
(۳) یک منبع مالی گران محسوب می شود.  
(۴) موجب افزایش ظرفیت استقراض شرکت می شود.
- ۴۰- اگر گردش دارایی ها ۲ و بازده دارایی ها ۲۰٪ باشد نسبت سود به فروش شرکت چند درصد است؟
- (۱) ۲۵  
(۲) ۴۰  
(۳) ۲۰  
(۴) ۱۰

- ۴۱- کدام دیدگاه مسئولیت اجتماعی بر پایه دو اصل خیرخواهی و قیومیت استوار است؟  
(۱) کارنگی (۲) عملکرد اجتماعی شرکت (۳) حساسیت اجتماعی شرکت (۴) میلتن فریدمن
- ۴۲- کدام گروه استراتژیک شرکت‌هایی با خط تولید محدود هستند که بر بهبود کارایی عملیات فعلی خود تمرکز می‌کنند و دارای نگرش هزینه‌گرایی هستند؟  
(۱) مدافعان (۲) واکنش‌گرایان (۳) تحلیل‌گرایان (۴) فرصت‌جویان
- ۴۳- کدام مرحله از فرایند هوشمندی رقابتی شامل ارزیابی قابلیت استفاده داده‌هاست که از طریق اثبات صحت ارزش واقعی قابلیت درک و کفایت و اهمیت و به روز بودن اطلاعات صورت می‌پذیرد؟  
(۱) اکتشاف (۲) تحویل (۳) توسعه (۴) بهبود
- ۴۴- کدام مورد جزو فعالیت‌های پشتیبان در زنجیره ارزش سازمان است؟  
(۱) خدمات (۲) زیر ساخت‌های سازمان (۳) پشتیبانی داخلی (۴) بازاریابی و فروش
- ۴۵- کدام واحدها را گاهی گره وحشی می‌نامند؟  
(۱) سگ (۲) گاو شیرده (۳) علامت سؤال (۴) ستاره
- ۴۶- در صورتی که مزیت رقابتی ضعیف و توان مالی خوب باشد کدام استراتژی مناسب‌تر است؟  
(۱) تدافعی (۲) رقابتی (۳) تهاجمی (۴) محافظه‌کار
- ۴۷- در کدام نوع مسئولیت سازمان خود را ملزم به انجام آن می‌داند و منبع درونی دارد؟  
(۱) اخلاقی (۲) فداکارانه (۳) قانونی (۴) اقتصادی
- ۴۸- شروع محتاطانه و تغییر جهت به ترتیب جزو کدام استراتژی‌های هدایتی در سازمان هستند؟  
(۱) رشد - رشد (۲) ثبات - کاهش (۳) کاهش - رشد (۴) ثبات - رشد
- ۴۹- انعطاف‌پذیری در فرایند تولید و ارائه خدمات ممتاز به مشتریان به ترتیب جزو کدام مورد در رویکرد مبتنی بر منابع شرکت است؟  
(۱) صلاحیت سازمانی - منابع ناملموس (۲) صلاحیت سازمانی - صلاحیت سازمانی  
(۳) منابع ناملموس - صلاحیت سازمانی (۴) منابع ناملموس - منابع ناملموس
- ۵۰- طبق چهارچوب جامع تدوین استراتژی، ماتریس استراتژی اصلی و ماتریس SWOT به ترتیب در کدام مراحل قرار می‌گیرند؟  
(۱) مقایسه - مقایسه (۲) ورودی - تصمیم‌گیری (۳) ورودی - مقایسه (۴) مقایسه - تصمیم‌گیری
- ۵۱- در کدام رویکرد تصمیم‌گیری اخلاقی انتظار می‌رود تصمیم‌گیرنده تأثیر هر گزینه تصمیم را بر تمام گروه‌ها در نظر بگیرد و گزینه‌ای را انتخاب کند که رضایت اکثر افراد را بهینه سازد؟  
(۱) عدالت (۲) حقوق اخلاقی (۳) سودگرایانه (۴) فردگرایی
- ۵۲- آشکارسازی مسیر و استفاده از سایر ابزارهایی که حرکت رقیبان را آشکار می‌کند و یا آنها را از سر راه برمی‌دارد به کدام تکنیک در هوشمندی رقابتی مربوط می‌شود؟  
(۱) پیشرو بودن در فناوری (۲) جاروب کردن و کنکاش داده‌های گذشته  
(۳) تمرین مقابله با سناریوهای رقابتی متغیر (۴) جلوه‌دادن توانمندی‌های خاص تجاری
- ۵۳- کدام استراتژی به معنای تصمیم در جهت انجام هرگونه اقدامی است و صرفاً به شرکت در خروج از یک مشکل موقتی کمک می‌کند؟  
(۱) اکتساب (۲) عدم تغییر (۳) توقف (۴) سود

- ۵۴- کدام استراتژی در شرایطی مفید است که امنیت در بازار برای یک سازمان مهم باشد و به عرضه‌کننده انحصاری شرکت دیگری تبدیل می‌شود؟  
 (۱) واگذاری (۲) تغییر اساسی (۳) حذف محدود (۴) اسارت
- ۵۵- ارتقاء و افزایش عقاید و ایده‌ها، افزایش کارایی سازماندهی و رهبری و امکان تغییر اهداف و کاهش هزینه‌ها از ویژگی‌های کدام مرحله چرخه عمر محصول است؟  
 (۱) بلوغ (۲) توسعه و معرفی (۳) افول (۴) رشد
- ۵۶- ادغام دو تولیدکننده خودرو مثال کدام استراتژی است؟  
 (۱) شبه ادغام (۲) ادغام افقی (۳) ادغام عمودی پسرو (۴) ادغام عمودی پیشرو
- ۵۷- کدام مورد جزو تاکتیک‌های دفاعی است؟  
 (۱) محاصره (۲) عرضه طیف کاملی از محصولات موجود (۳) مانور ایدایی (۴) جنگ چریکی
- ۵۸- کدام مورد ائتلافی است گرم و عمیق که در آن یک شرکت یا واحد تجاری یک موافقت‌نامه همکاری بلند با یک تأمین‌کننده یا توزیع‌کننده بزرگ و کلیدی منعقد می‌کند؟  
 (۱) سرمایه‌گذاری مشترک (۲) کنسرسیوم خدمات متقابل (۳) مشارکت زنجیره ارزش (۴) اعطای مجوز ساخت یا فروش
- ۵۹- مهم‌ترین ادعای کدام مکتب غیرقابل تفکیک بودن طرح‌ریزی از اجرا است؟  
 (۱) ترکیبی (۲) هنجاری (۳) توصیفی (۴) سیستمی
- ۶۰- در کدام تکنیک پیش‌بینی، متخصصان به طور مستقیم و جدا از هم احتمال حوادث را ارزیابی می‌کنند؟  
 (۱) دلفی (۲) عقیده خبره (۳) طوفان مغزی (۴) سناریونویسی پس از فرارآورد

زبان تخصصی

**PART A: Vocabulary**

**Directions:** Choose the word or phrase (1), (2), (3), or (4) that best completes each sentence. Then mark the answer on your answer sheet.

- 61- The reason I didn't do well in my exams is that I just didn't have ----- time to prepare.  
 1) durable 2) cohesive 3) adequate 4) famous
- 62- Some people think the economy will improve soon, but many experts remain ----- about this.  
 1) skeptical 2) favorable 3) available 4) psychographic
- 63- We have received letters of application from several ----- candidates.  
 1) prospective 2) dramatic 3) previous 4) promotional
- 64- The television company has lost a large part of its ----- since it changed its programming.  
 1) responsibility 2) audience 3) element 4) communication
- 65- The company needs to return to ----- extremely soon.  
 1) profitability 2) procedure 3) limitation 4) differentiation
- 66- Vitamins should not be used as a ----- for a healthy diet.  
 1) competition 2) strategy 3) substitute 4) development

- 67- College Board officials said that difficulties arise more from ----- than from ethnic differences.  
 1) sensitive                      2) integral                      3) specific                      4) socioeconomic
- 68- The ----- of many professions are now able to work in any EC country without having to take traditional examinations.  
 1) marketplaces                      2) competitors                      3) services                      4) practitioners
- 69- The data was analyzed according to neighborhoods, but other key ----- like credit rating, job history, saving and marital status were ignored altogether.  
 1) discounts                      2) variables                      3) efforts                      4) manufacturers
- 70- The president blamed the rise in unemployment on the ----- economic recession.  
 1) indirect                      2) global                      3) fake                      4) specialized

### PART B: Cloze Test

**Directions:** Read the following passage and decide which choice (1), (2), (3), or (4) best fits each space. Then mark the correct choice on your answer sheet.

During the 1980s, many companies began taking a broader perspective of marketing communication and seeing the need for a more strategic integration of promotional tools. The decade (71) ----- by the rapid development of areas such as sales promotion, direct marketing, and public relations, (72) ----- began challenging advertising's role as dominant form of marketing communication. These firms began moving toward the process of integrated marketing communications (IMC), which involves coordinating the various promotional elements and (73) ----- marketing activities that communicate with a firm's customers. As marketers embraced the concept of integrated marketing communications, they began asking their ad agencies to coordinate the use of a variety of promotional tools (74) ----- relying primarily on media advertising. (75) ----- companies also began to look beyond traditional advertising agencies and use other types of promotional specialists to develop and implement various components of their promotional plans.

- 71- 1) being characterized    2) characterizing    3) characterized    4) was characterized
- 72- 1) when    2) where    3) what    4) which
- 73- 1) another    2) others    3) other    4) one another
- 74- 1) rather than    2) rather    3) to    4) other than
- 75- 1) Numbered as    2) Many number    3) A number of    4) The number of



## PART C: Reading Comprehension

**Directions:** Read the following passage and answer the questions by choosing the best choice (1), (2), (3), or (4). Then mark the correct choice on your answer sheet.

### Passage 1:

An advantage of publicity over other forms of promotions is its credibility. Consumers generally tend to be less skeptical toward favorable information about a product or service when it comes from a source they perceive as unbiased. For example, the success (or failure) of a new movie is often determined by the reviews it receives from film critics, who are viewed by many moviegoers as objective evaluators. Another advantage of publicity is its low cost, since the company is not paying for time or space in a mass medium such as TV, radio, or newspapers, which an organization may incur some costs in developing publicity items or maintaining a staff to do so, these expenses will be far less than those for the other promotional programs.

Publicity is not always under the control of an organization and is sometimes unfavorable. Negative stories about a company and/or its products can be very damaging. For example, recently the packaged food industry has received a great deal of negative publicity regarding the nutritional value of their products as well as their marketing practices, particularly to young people. Companies such as Kraft Food's General Mills, PepsiCo, and others have been the target of criticism by consumer activists who have argued that these companies contribute to the obesity problem in the United States by advertising unhealthy foods to children. McDonald's also had to deal with the negative publicity that was generated by the success of the documentary film *Super Size Me*, in which filmmaker Morgan Spurlock chronicled his decline in health while eating all of his meals at McDonald's for 30 days in row.

- 76- According to the reading what makes publicity superior to other promotional formats is that -----.
- 1) it is much more easily believed by the audience
  - 2) it is more favorable in terms of appearance
  - 3) it guarantees much more success
  - 4) it has more credit when administered to the viewers
- 77- Based on the information in the reading, in what situation do consumers show skepticism towards the information they receive?
- 1) when it receives a lot of reviews
  - 2) when they can easily perceive it
  - 3) when the information is prejudiced
  - 4) when it is favorable about a product
- 78- It can be inferred from the reading that -----.
- 1) companies which use publicity tend to avoid TV commercials
  - 2) publicity does not require any maintenance
  - 3) consumers trust ads which are not very expensive
  - 4) Publicity usually appears in costly advertising media
- 79- Why does the author mention the example of General Mills in paragraph 2?
- 1) To establish that publicity can change a favorable image into an unfavorable one.
  - 2) To emphasize on the unhealthy nature of packaged foods.
  - 3) To compare publicity with promotion.
  - 4) To give an example of the situation when publicity is out of a company's control.
- 80- The word "chronicled" near the end of the second paragraph is closest in meaning to ----.
- 1) attributed
  - 2) recorded
  - 3) confirmed
  - 4) overwhelmed

**Passage 2:**

Recently there has been concern that some marketers have not been spending enough money on advertising to allow leading brands to sustain their competitive edge. Advertising proponents have been calling for companies to protect their brand equity and franchises by investing more money in advertising instead of costly trade promotions. Some companies, recognizing the important competitive advantage strong brand provide, have been increasing their investments in them. Hallmark and McDonald's are just two of many examples. Hallmark used tie-ins and product placements in the movie Polar Express, as well as in-theater advertising and consumer promotions, to go along with their traditional media advertising as part of its estimated \$138 million advertising and promotional budget, in an attempt to enhance its brand equity. Capital One has also increased its marketing efforts.

Competitors' marketing programs have a major impact on a firm's marketing strategy, so they must be analyzed and monitored. The reactions of competitors to a company's marketing and promotional strategy are also very important. Competitors may cut price, increase promotional spending, develop new brands, or attack one another through comparative advertising. One of the more intense competitive rivalries is the battle between Coca-Cola and Pepsi.

- 81- **It can be understood from the reading that -----.**  
 1) marketers nowadays are more costly than efficient  
 2) marketers tend to advertise for leading brands with strong image  
 3) nowadays marketers' main concern is promotion of brands which sell better  
 4) nowadays marketers, due to financial problems, do not advertise as they are supposed to
- 82- **According to the reading, supporters of advertising expect marketers to -----.**  
 1) increase brand value in stock market  
 2) enter investment business and strengthen themselves  
 3) sustain their competitive edge by investing more money in advertizing  
 4) call companies which can protect the equity of brands
- 83- **According to the reading, Hallmark is an example of a company which -----.**  
 1) enjoys the competitive advantage its brand provides  
 2) has created a strong brand within the shortest time  
 3) abandoned traditional ads and embarked on modern advertising  
 4) has recently focused on investing in building a strong brand
- 84- **According to the reading, Hallmark did all of the following EXCEPT -----.**  
 1) Advertising in movie theaters  
 2) Selling toys based on cartoon characters  
 3) Increasing its promotional budget by 138 million dollars  
 4) Having its products used by actors and actresses
- 85- **The word "they" in the second paragraph refers to -----.**  
 1) firms                      2) programs                      3) competitors                      4) marketing strategies

**Passage 3:**

A product is not just a physical object; it is a bundle of benefits or values that satisfies the needs of consumers. The needs may be purely functional, or they may include social and psychological benefits. For example, the campaign for Michelin tires stresses the quality built into Michelin tires (value) as well as their performance and durability (function). The term product symbolism refers to what a product or brand means to consumers and what they experience in purchasing and using it. For many products, strong symbolic features and social and psychological meaning may be more important than functional utility. For example, designer clothing such as Versace, Gucci, and Prada is often purchased on the basis of its symbolic meaning and image, particularly by teenagers and young adults. Advertising plays an important role in developing and maintaining the image of these brands.

Product planning involves decisions not only about the item itself, such as design and quality, but also about aspects such as service and warranties as well as brand name and package design. Consumers look beyond the reality of the product and its ingredients. The product's quality, branding, packaging, and even the company standing behind it all contribute to consumers' perceptions. In an effective IMC program, advertising, branding, and packaging are all designed to portray the product as more than just a bundle of attributes. All are coordinated to present an image or positioning of the product that extends well beyond its physical attributes. Think for a minute about the ads for Nike; the product benefits and attributes are usually not even mentioned --- yet information about the brand is communicated effectively.

- 86- **It can be understood from the reading that -----.**  
 1) a bundle of benefits is enough to make a product popular  
 2) a product comprises of both physical and non-physical attributes  
 3) products satisfy consumers because they are both functional and psychological  
 4) physical objects are not always a combination of values
- 87- **Based on the information in the reading, we can conclude that the good network coverage by Nokia phones is an example of -----.**  
 1) value                      2) function                      3) psychological benefit                      4) bundle benefit
- 88- **It can be inferred from the reading that functionality -----.**  
 1) is what consumers seek in strong brands  
 2) has a direct relationship with symbolic features of a product  
 3) is generally considered less important than social and psychological meaning  
 4) refers to the high quality which characterizes a product
- 89- **Based on the reading we can understand that young people -----.**  
 1) tend to add more symbolic meaning to new brands  
 2) are more influenced by symbolic meaning and image of a product  
 3) encourage advertisers to emphasize on value and function equally  
 4) are the target of advertisements which highlight functionality
- 90- **According to the reading, all of the following shape consumers' perception of products except -----.**  
 1) quality                      2) reputation                      3) packaging                      4) ingredients