

853

A

نام
نام خانوادگی
محل امضاء

853A

جمهوری اسلامی ایران
وزارت علوم، تحقیقات و فناوری
سازمان سنجش آموزش کشوراگر دانشگاه اصلاح شود مملکت اصلاح می‌شود.
امام خمینی (ره)

آزمون دانش‌پذیری دوره‌های فراگیر «کارشناسی ارشد» دانشگاه پیام نور

رشته‌ی مدیریت MBA (کد ۱۵۳)

مدت پاسخگویی: ۱۲۰ دقیقه

تعداد سؤال: ۹۰

عنوان مواد امتحانی، تعداد و شماره سؤالات

ردیف	مواد امتحانی	تعداد سؤال	از شماره	تا شماره
۱	تئوری‌های مدیریت (۱)	۳۰	۱	۳۰
۲	مدیریت استراتژیک	۳۰	۳۱	۶۰
۳	زبان تخصصی	۳۰	۶۱	۹۰

شهریور ماه سال ۱۳۹۳

نمره منفی ندارد.
استفاده از ماشین حساب مجاز نمی‌باشد.

- ۱- نسبت کارگران ماهر و تمرکز در تولید واحدی چگونه است؟
 (۱) زیاد - زیاد (۲) زیاد - کم (۳) کم - کم (۴) کم - زیاد
- ۲- تفکیک زیاد بین واحدها و قوانین و مقررات به ترتیب تعارض را چگونه تغییر می‌دهند؟
 (۱) بیشتر - بیشتر (۲) بیشتر - کمتر (۳) کمتر - کمتر (۴) کمتر - بیشتر
- ۳- بهینه‌سازی مصرف مثال کدام فعالیت از نظر فایول است؟
 (۱) مالی (۲) بازرگانی (۳) مدیریتی (۴) حسابداری
- ۴- طبق کدام اصل، مدیر باید بتواند با هدایت همه فعالیت‌های معطوف به تحقق یک هدف معین، آنها را با هم هماهنگ سازد؟
 (۱) تمرکز (۲) سلسله مراتب (۳) وحدت مدیریت (۴) وحدت فرماندهی
- ۵- تبلیغات و پراکندگی جغرافیایی به ترتیب جزو کدام دسته از استراتژی‌های مدیریت محیط می‌باشند؟
 (۱) داخلی - داخلی (۲) داخلی - خارجی (۳) خارجی - خارجی (۴) خارجی - داخلی
- ۶- محل استقرار کارگران و ابزار لازم برای تحمل وضعیت کاری مورد تأکید کدام مکتب طراحی شغل است؟
 (۱) ارگونومی (۲) بیولوژیک (۳) روانشناختی (۴) مهندسی
- ۷- مدیر برای فائق شدن بر بحران‌ها یا اجتناب از آنها باید با رعایت اصول مدیریت، به اقتضای زمان و موقعیت از سبک مبتنی بر هماهنگی به کدام سبک برسد؟
 (۱) کنترل (۲) هدایت (۳) همکاری (۴) واگذاری اختیارات
- ۸- استفاده از مختصات و شرایط اجزاز شغل را اولین بار چه کسی مطرح کرده است؟
 (۱) اسلون (۲) ماکس وبر (۳) آدام اسمیت (۴) وارو
- ۹- برای تخصیص نیروی انسانی خدماتی یا ایستگاه‌های کاری به منظور به حداقل رساندن زمان تأخیر و هزینه ارائه خدمات به مشتریان از کدام نظریه استفاده می‌شود؟
 (۱) شبیه‌سازی (۲) صف (۳) برنامه‌ریزی خطی (۴) مدل‌های شبکه
- ۱۰- علاقه و تعهد مدیران به استفاده از ارتباطات غیر رسمی و فعال شاخص اصلی کدام ویژگی سازمان‌های کمال یافته می‌باشد؟
 (۱) تعصب به عمل (۲) برخورد شفاف و ارزشی (۳) ایجاد ارتباط نزدیک با مشتری (۴) افزایش بهره‌وری با استفاده از افراد
- ۱۱- نتیجه مطالعات کدام دیدگاه در مورد نظریه سازمان مقایسه سبک‌ها و سیستم‌های مدیریتی است؟
 (۱) نوگرایی (۲) فرا نوگرایی (۳) تفسیری (۴) کلاسیک
- ۱۲- اگر میان دو فکر که قبلاً قرابتی با هم نداشته‌اند به صورت اجباری روابطی را در نظر بگیریم از کدام تکنیک افزایش سلاست فکر بهره گرفته‌ایم؟
 (۱) تحلیل شبکه (۲) تغییر شکل وضع موجود (۳) هم اندیشی غیر مستقیم (۴) استفاده از روابط میان افکار
- ۱۳- جدیدترین دیدگاه ارائه شده در خصوص اثربخشی سازمانی کدام است؟
 (۱) سیستمی (۲) مبتنی بر هدف (۳) ارزش‌های رقابتی (۴) عوامل استراتژیک
- ۱۴- مدل فرایند داخلی از حیث وسایل و امکانات بر کدام موارد تأکید دارد؟
 (۱) انعطاف‌پذیری (۲) بهره‌وری و کارایی (۳) نیروی کار ماهر (۴) دسترسی به اطلاعات
- ۱۵- احساس مسئولیت در قبال نتایج حالت روانی کدام بعد اصلی شغل است؟
 (۱) بازخور (۲) تنوع مهارت (۳) استقلال در کار (۴) معنی‌دار بودن وظیفه
- ۱۶- تخصص‌گرایی وظیفه‌ای زیاد و تمرکز زیاد از ویژگی‌های کدام ساختار است؟
 (۱) ساده (۲) حرفه‌ای (۳) ماشینی (۴) بخشی
- ۱۷- عبارت «یک سکنه قلبی می‌تواند مرکز تصمیم‌گیری سازمان را متلاشی کند» در مورد کدام ساختار صدق می‌کند؟
 (۱) ادوکرایی (۲) شعبه‌ای (۳) ساده (۴) حرفه‌ای

- ۱۸- کدام مورد در یک بیمارستان بیانگر نسبت عملیاتی درونی به داده است؟
 (۱) تعداد بیماران معالجه شده (۲) تعداد کل بیماران معالجه شده
 (۳) تغییر در تعداد بیماران معالجه شده (۴) سرمایه گذاری در تکنولوژی پزشکی
- ۱۹- در استراتژی تدافعی محیط از حیث تغییرات و عدم اطمینان به ترتیب چگونه است؟
 (۱) سریع - زیاد (۲) سریع - کم (۳) بطئی - زیاد (۴) بطئی - کم
- ۲۰- رابطه بین تخصصی شدن، استاندارد کردن و رسمیت به ترتیب چگونه است؟
 (۱) قوی - قوی (۲) قوی - ضعیف (۳) ضعیف - قوی (۴) ضعیف - ضعیف
- ۲۱- عدم تمرکز و بازارهای متنوع از ویژگی‌های کدام مرحله چرخه حیات سازمان است؟
 (۱) افول (۲) رسمیت (۳) پیچیدگی (۴) کارآفرینی
- ۲۲- کدام مورد بیانگر نسبت عملیات درونی به ستاده در یک مؤسسه تجاری است؟
 (۱) حجم فروش (۲) گردش موجودی (۳) نرخ بازگشت سرمایه (۴) تغییر در سرمایه در گردش
- ۲۳- بحث برانگیزترین جز از اجزای ساختار سازمانی کدام است؟
 (۱) تمرکز (۲) رسمیت (۳) پیچیدگی (۴) سلسله مراتب
- ۲۴- در شرکت‌های تولیدی نرم‌افزار کامپیوتر، نیازهای سرمایه‌ای و میزان نوآوری در محصولات به ترتیب چگونه است؟
 (۱) زیاد - زیاد (۲) زیاد - کم (۳) کم - زیاد (۴) کم - کم
- ۲۵- ورشکستگی سازمان‌های مادر جزو کدام نوع بحران‌هاست؟
 (۱) فنی - اقتصادی داخلی (۲) فنی - اقتصادی خارجی (۳) سازمانی - اجتماعی داخلی (۴) سازمانی - اجتماعی خارجی
- ۲۶- در کدام شبکه ارتباطی ثبات ساختار ارتباطی در حال شکل‌گیری است؟
 (۱) ستاره‌ای (۲) سه شاخه (۳) دایره‌ای (۴) زنجیره‌ای
- ۲۷- در شرایط عدم اطمینان‌های استراتژیک در محیط کدام سیستم کنترلی مناسب‌تر است؟
 (۱) ارزشی (۲) تشخیصی (۳) تحدیدی (۴) تعاملی
- ۲۸- کدام مورد در فراگرد هدف‌گذاری جزو عوامل میانجی می‌باشد؟
 (۱) هدایت (۲) توان فرد (۳) تعهد به هدف (۴) وضوح و روشنی هدف
- ۲۹- کدام رویکرد موقعی مفید است که آنچه باید سازمان تأکید کند مبهم بوده و تغییر در معیارها در طی زمان به نفع سازمان است؟
 (۱) سیستمی (۲) ارزش‌های رقابتی (۳) عوامل استراتژیک (۴) نیل به هدف
- ۳۰- عدم تمرکز بر احتمال انباشتگی اطلاعات و انگیزش به ترتیب چه تأثیری دارد؟
 (۱) افزایش - تقویت (۲) افزایش - تضعیف (۳) کاهش - تضعیف (۴) کاهش - تقویت
- مدیریت استراتژیک**
-
- ۳۱- کدام نسبت‌ها بیانگر میزان اثر بخشی بهره‌گیری از منابع مالی سازمان هستند؟
 (۱) رشد (۲) فعالیت (۳) سودآوری (۴) نقدینگی
- ۳۲- طبق زنجیره ارزش، توسعه تکنولوژی و خدمات به ترتیب جزو کدام نوع از فعالیت‌های سازمان می‌باشند؟
 (۱) اساسی - اساسی (۲) پشتیبان - پشتیبان (۳) پشتیبان - اساسی (۴) پشتیبان - پشتیبان
- ۳۳- طبق ماتریس استراتژی اصلی، سازمان‌هایی که در خانه شماره قرار می‌گیرند در صناعی به رقابت می‌پردازند که با آهنگی کند رشد می‌کنند و از نظر رقابتی در موضعی ضعیف قرار دارند.
 (۱) ۱ (۲) ۲ (۳) ۳ (۴) ۴

- ۳۴- شاخص‌های اصلی عوامل خارجی ماتریس ارزیابی موقعیت و اقدام استراتژیک کدامند؟
 (۱) مزیت رقابتی و توان مالی (۲) توان صنعت و مزیت رقابتی (۳) ثبات محیط و توان مالی (۴) ثبات محیط و توان صنعت
- ۳۵- اگر یک تولیدکننده کفش، کارخانه تولید چرم بخرد از کدام استراتژی استفاده کرده است؟
 (۱) ادغام عمودی پسرو (۲) ادغام عمودی پیشرو (۳) توسعه بازار (۴) تنوع همگون
- ۳۶- در استراتژی توسعه بازار وضعیت محصول و بازار به ترتیب چگونه است؟
 (۱) جدید - جدید (۲) جدید - موجود (۳) موجود - موجود (۴) موجود - جدید
- ۳۷- طبق ماتریس استراتژی چرخه عمر قدرت رقابتی قابل دفاع و کسب و کار در مرحله رشد با کدام استراتژی مناسب خواهد بود؟
 (۱) ثبات (۲) توسعه (۳) کاهش (۴) نگهداری
- ۳۸- کدام مورد جزو استراتژی‌های کاهش محسوب می‌شود؟
 (۱) اسارت (۲) توقف (۳) شروع محتاطانه (۴) تنوع ناهمگون
- ۳۹- رویه‌ها و عملیات ویژه شرکت جزو کدام یک از منابع سازمان در رویکرد مبتنی بر منابع تلقی می‌شود؟
 (۱) انسانی (۲) سازمانی (۳) تکنولوژی (۴) خلاقیت و نوآوری
- ۴۰- وقتی که نرخ رشد بازار سناره‌ها حاکم شود به کدام مورد تبدیل می‌شوند؟
 (۱) سگ (۲) گاو شیرده (۳) علامت سوال (۴) بچه در دسر ساز
- ۴۱- در کدام مرحله توسعه مدیریت استراتژیک علاوه بر اطلاعات داخلی، مدیران هرگونه داده‌های محیطی قابل دسترس را جمع آوری کرده، بر اساس آن روندهای کنونی را برای پنج سال آینده امتداد می‌دهند؟
 (۱) مدیریت استراتژیک (۲) برنامه‌ریزی مالی اساسی (۳) برنامه‌ریزی مبتنی بر پیش‌بینی (۴) برنامه‌ریزی با گرایش به محیط خارجی
- ۴۲- استفاده از مدل GE و مدل تحلیل صنعت مایکل پورتر به ترتیب بیانگر کدام جنبه‌های مدیریت استراتژیک می‌باشند؟
 (۱) ابزاری - ابزاری (۲) ابزاری - نگرشی (۳) نگرشی - نگرشی (۴) نگرشی - ابزاری
- ۴۳- در کدام سطح از پرورش اخلاقی، افراد یاد می‌گیرند خود را با انتظارات رفتار مناسب، آن طور که همکاران، خانواده، دوستان و جامعه تعیین کرده‌اند، هماهنگ کنند؟
 (۱) خانوادگی (۲) متداول (۳) جدید (۴) سنتی
- ۴۴- بالا بودن سطح تنوع محصولات جزو کدام یک از نیروهای رقابتی پورتر می‌باشد؟
 (۱) خریداران (۲) تأمین کنندگان (۳) رقبای بالقوه (۴) جایگزین‌ها
- ۴۵- کدام مورد هوش رقابتی است؟
 (۱) جستجوی بانک اطلاعاتی (۲) شغلی برای یک فرد باهوش (۳) یک راه زندگی یا یک فرایند (۴) یک جام جهان‌نما یا ظرف بلورین
- ۴۶- قدرت چانه‌زنی محصولات جایگزین چه وقتی شدید است؟
 (۱) تنوع رقبا زیاد است.
 (۲) هزینه‌های تغییر محصولات مورد استفاده کم است.
 (۳) تنوع در جایگزینی کالاها و خدمات زیاد است.
 (۴) میزان ارتباط بین قیمت و عملکرد محصولات جایگزین زیاد است.
- ۴۷- شرکت خودرو سازی هیوندای از لحاظ گستره خط تولید و قیمت به ترتیب چگونه است؟
 (۱) زیاد - زیاد (۲) زیاد - کم (۳) کم - زیاد (۴) کم - کم
- ۴۸- نگرش هزینه‌گرایی کدام شرکت‌ها، احتمال گرایش به نوآوری در زمینه‌های جدید را تضعیف می‌سازد؟
 (۱) مدافعان (۲) تحلیل‌گران (۳) فرصت‌جویان (۴) واکنش‌گران

- ۴۹- در کدام نوع طبقه‌بندی از هوشمندی رقابتی مدیریت دائماً به دنبال شکار فرصت‌های جدید برای سرمایه‌گذاری و جنگ علیه عدم آگاهی از محیط است؟
 (۱) روحیه فعال (۲) روحیه تهاجمی (۳) روحیه مبارزه‌جو (۴) روحیه در خواب رفتگان
- ۵۰- کدام تکنیک پیش‌بینی برای مدیرانی که به افکار خلق الساعه بیش از فنون «زمان‌بر» کمی اعتقاد دارند، مفید و خوب است؟
 (۱) روش دلفی (۲) عقیده خبره (۳) طوفان مغزی (۴) سناریونویسی پس از فرا برآورد
- ۵۱- پاسخ به سوال «آیا سازمان از سلامت مالی و تعهد لازم برخوردار است؟» بیانگر کدام بعد مأموریت است؟
 (۱) بازار (۲) فلسفه (۳) توجه به تصور مردم (۴) توجه به بقا و رشد سودآوری
- ۵۲- استراتژی‌های رقابتی معمولاً در کدام سطح استراتژی مطرح می‌شوند؟
 (۱) کسب و کار (۲) کلان (۳) بنگاه (۴) وظیفه‌ای
- ۵۳- در کدام نقش هیأت مدیره‌ها، تأیید می‌کنند، سوال می‌پرسند و در تعیین مأموریت، استراتژی، خط مشی‌ها و اهداف تصمیم‌های نهایی را اتخاذ می‌کنند؟
 (۱) تسریع‌کننده (۲) مشارکت فعال (۳) مشارکت ظاهری (۴) حداقل بررسی و نظارت
- ۵۴- در کدام الگوی مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها بر پایه یکی از مواضع انفعالی، دفاعی، سازش‌کاری یا خلاقیت تصمیم‌گیری و سیاست‌گذاری می‌کنند؟
 (۱) عملکرد اجتماعی شرکت (۲) کارنگی (۳) فریدمن (۴) حساسیت اجتماعی شرکت
- ۵۵- در کدام پارادایم استراتژی از تعامل عوامل درونی و بیرونی به منظور استفاده از شایستگی محوری سازمان برای بهره‌گیری از فرصت‌های استراتژیک محیطی ایجاد می‌شود؟
 (۱) دوراندیشانه (۲) ترکیبی (۳) توصیفی (۴) تجویزی
- ۵۶- کدام مدل مدیریت استراتژیک نتیجه بررسی خصوصیات برخی از مدل‌های قبلی و رفع نقاط ضعف آنها برای کاربرد در سازمان‌های عمومی و غیرانتفاعی می‌باشد؟
 (۱) استونر و فریمن (۲) ریچارد دفت (۳) هریسون و جان (۴) برایسون و فریمن
- ۵۷- منظور از کدام معیار ارزیابی استراتژی این است که به هنگام ارزیابی استراتژی، استراتژیست‌ها باید مجموعه‌ای از روندها و نیز هر یک از روندها را مورد بررسی قرار دهند؟
 (۱) هماهنگی (۲) سازگاری (۳) مزیت رقابتی (۴) امکان‌پذیر بودن
- ۵۸- در هر دو تعریف خرد و کلان از حکمرانی شرکتی کدام مفهوم نقش اصلی را ایفا می‌کند؟
 (۱) پاسخگویی (۲) مساوات (۳) شفافیت (۴) مسئولیت‌پذیری
- ۵۹- کدام ماتریس در مرحله ورودی چهارچوب جامع تدوین استراتژی انجام می‌شود؟
 (۱) دوره عمر (۲) بررسی رقابت (۳) گروه مشاوران بستن (۴) ارزیابی موقعیت و اقدام استراتژیک
- ۶۰- در صورت قرار گرفتن در ناحیه بین ES و CA کدام دسته از استراتژی‌ها مناسب‌تر است؟
 (۱) تدافعی (۲) تهاجمی (۳) رقابتی (۴) محافظه‌کارانه

PART A: Vocabulary

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

- 61- Advertising proponents have been calling for companies to protect their brand ----- and franchise by investing more money in advertising.
1) trend 2) return 3) equity 4) segment
- 62- Marketers attempt to identify ----- attributes, those that are important to consumers and the basis for making a purchase decision.
1) salient 2) obsolete 3) cohesive 4) persuasive
- 63- Entrepreneurs must be able to obtain financial -----, which is likely to come from individual investors, to support business development.
1) capital 2) statement 3) internship 4) ownership
- 64- The highest level of commitment is when an international business purchases a company as a wholly-owned -----, which is an independent company owned by a parent company.
1) asset 2) expenditure 3) subsidiary 4) commodity
- 65- Strategic planning typically takes a wide view while ----- planning is more narrowly focused and short-term.
1) tactical 2) commercial 3) technical 4) collateral
- 66- Most international businesses operate in a/an ----- environment where environmental change often is rapid and unpredictable.
1) placid 2) turbulent 3) fraudulent 4) legitimate
- 67- In order to gain market share in china, we are ----- relationships with local agents.
1) setting out 2) breaking off 3) building up 4) closing down
- 68- Sales staff who are impolite to customers ----- the reputation of a company.
1) disrupt 2) damage 3) facilitate 4) consolidate
- 69- Marketing research studies are concerned with consumers' perceptions and attitudes, lifestyle, and ----- for making purchase decisions.
1) criteria 2) premises 3) prospects 4) implications
- 70- Consumers generally tend to be less ----- toward favorable information about a product when it comes from a source they perceive as unbiased.
1) compatible 2) skeptical 3) homogeneous 4) autonomous

PART B: Cloze Test

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

An entrepreneur is someone who undertakes a new (71) ----- . Entrepreneurs are typically seen as individuals who are willing to take on the risk of starting a business. In fact, most entrepreneurs are good at (72) ----- windows of opportunity, or areas of opportunity that others don't see. What others perceive as (73) ----- , entrepreneurs may perceive as a good opportunity. Entrepreneurs play an important role in developing new products, markets, and employment. In the United States, small-and medium-sized enterprises (SME), often defined as businesses with fewer than 250 employees, (74) ----- more than 99 percent of all employers. They employ more than half of all (75) ----- employees, they pay 44.5 percent of total U.S. private payroll and annually generate 60 to 80 percent of new job

- | | | | | |
|-----|-----------------|-----------------|----------------|-------------------|
| 71- | 1) venture | 2) revenue | 3) transaction | 4) negotiation |
| 72- | 1) purchasing | 2) generating | 3) embracing | 4) spotting |
| 73- | 1) synergy | 2) risky | 3) risk-taking | 4) leave-taking |
| 74- | 1) cut off | 2) evolve from | 3) account for | 4) settle down |
| 75- | 1) high-quality | 2) self-service | 3) one-party | 4) private-sector |

PART C: Reading Comprehension

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

Passage 1

In developing the firm's marketing strategies and plans for its products and services, the manager must carefully analyze the competition to be faced in the marketplace. This may range from direct brand competition (which can also include its own brands) to more indirect forms of competition, such as product substitutes. For example, as a result of shrinking cola sales, both Coke and Pepsi planned to launch more than two dozen new products in 2005. Besides competing head in the soda market with products like Coke, Diet Coke with Lemon and more, versus Pepsin Diet Pepsi, Pepsi Twist Pepsi Blue, and Pepsi Vanilla, the companies face competition from other drink including bottled water, juices, and teas.

At a more general level, marketers must recognize they are competing for the consumer's discretionary income. So they must understand the various ways potential customers choose to spend their money. For example, recently the U.S. market has seen significant growth in the high-end luxury market, with more consumers spending more of their money on luxury goods than ever before. High-end products from Coach, Tiffany's, and Ralph Lauren are all benefiting from this change in consumer spending habits. Interestingly, it is not just the wealthy who are purchasing these very expensive products, but the middle class is doing so as well. Leading marketers apply labels such as the "mas-sification of Luxury," luxflation", "or the "new luxury" segments.

An important aspect of marketing strategy development is the search for a competitive advantage, something special a firm does or has that gives it an edge over competitors. Ways to achieve a competitive advantage include having quality products that command a premium price, providing superior customer service, having the lowest production costs and lower prices, or dominating channels of distribution. Competitive advantage can also be achieved through advertising that creates and maintains product differentiation and brand equity, an example of which was the long-running advertising campaign for Michelin tires, which stressed security as well as performance. The strong brand images of Colgate toothpaste, Campbell's soup, Sony, and McDonald's give them a competitive advantage in their respective markets.

- 76- **The passage is mainly about** ----- .
- 1) opportunity analysis
 - 2) competitive analysis
 - 3) crisis management
 - 4) international marketing
- 77- **According to the passage, the change in consumer spending habit is the result of**----- .
- 1) confidential marketing report
 - 2) expansion of market segment
 - 3) impressive profit figure
 - 4) growth in luxury market
- 78- **All of the following are true EXCEPT that** ----- .
- 1) having quality products is a way to establish business at the top of industry
 - 2) in order to secure a competitive advantage, companies try to make their products and services stand out from their competitors
 - 3) in the aggressive business world, a company which opts to be the lowest cost provider of goods dominates a niche market
 - 4) long-term advertising achieves a competitive advantage by taking strategic planning and conducting extensive research
- 79- **The word “discretionary” in line 10 is closest in meaning to** -----.
- 1) joint
 - 2) gross
 - 3) disposable
 - 4) taxable
- 80- **Reading the passage, one can come to the conclusion that** ----- .
- 1) more consumers spend their money in the high-end luxury market
 - 2) by offering goods and services at the lowest price, a company gains the luxury market
 - 3) a combination of low cost and good quality is a key to success in marketing strategy development.
 - 4) to achieve differentiation advantage, the business must focus on efficient production

Passage 2

Strategic planning forces a business to analyze the whole organization and the environment in which it operates. Planning can help map the future and can develop a common understanding and agreement within an organization. It helps to focus energy toward to common goals. Strategic planning allows a business to respond better to problems and change direction in response to a changing environment.

International businesses operate in an environment that is more complex than a business operating within a single culture. Cultural differences can lead to conflicts inside an organization. An international company's size and physical distance between divisions add to the complexity.

Management must have a strategic view in order to allocate its resources. Developing an international marketing strategy allows a business to be proactive. Proactive international marketers realize that there are profits to be gained in global trade. They may have evaluated their products and found they have unique advantages for markets around the world. Many businesses find it important to gain economies of scale to be able to compete, especially when international competitors are ready to enter global markets.

A business also can have a reactive strategic approach when it is forced to react to environmental pressure. Many companies without international focus find themselves facing competitive pressure from international companies. They are forced to conduct business internationally to maintain market share and customers. Companies also may find that they have excess inventories that they are unable to sell in their home market. They may be forced to look overseas for new market opportunities. Sometimes companies actually lose their home market. Perhaps new technology has replaced the need for their existing products, or other pressures have forced them to move existing product lines into new international markets. Foreign customers can also initiate change by placing orders, which opens up international business opportunities.

- 81- **According to the passage, the attributes of a good planning include ----- .**
- 1) protection of the competitive marketing environment
 - 2) dissemination of the best practices to obtain desired goals
 - 3) separation of thought from practice in strategy development
 - 4) consolidation of financial statement for the whole group of companies
- 82- **The word “inventories” in line 20 is closest in meaning to -----.**
- 1) stock
 - 2) slogan
 - 3) discount
 - 4) agency
- 83- **It is explicitly mentioned in the passage that international businesses ----- .**
- 1) operate in a multicultural environment where the high level of planning is required
 - 2) share a single culture to provide strategic performance feedback to decision-making
 - 3) have a strategic view in which management evaluation is a shared common goal
 - 4) develop marketing strategy through focusing attention on company`s size and physical distance
- 84- **The passage suggests that “economies of scale” ----- .**
- 1) uncover the businesses that are after the same target market
 - 2) are a prerequisite for creating an edge over competitors in the global trade
 - 3) prepare for creating a global brand in a number of potential domestic markets
 - 4) arise to explore competitors` strengths and weaknesses, imitate their strengths, and use their weaknesses
- 85- **All of the following are true EXCEPT that -----.**
- 1) a reactive strategic approach is an intervention used to minimize declining market.
 - 2) companies lose their domestic market since they lack the tradition and the concept of excellence
 - 3) domestic market cannot compete with worldwide market, especially when international competitors take over the market
 - 4) a proactive strategic approach is used as an ongoing basis in an attempt to reduce the future probability of environmental pressure

Passage 3

Most of you are aware of advertising and other forms of promotion directed toward ultimate consumers or business customers. We see these ads in the media and are often part of the target audience for the promotions. In addition to developing a consumer marketing mix, a company must have a program to motivate the channel members. Programs designed to persuade the trade to stock, merchandise, and promote a manufacturer's products are part of a promotional push strategy. The goal of this strategy is to push the product through the channels of distribution by aggressively selling and promoting the item to the resellers, or trade.

Promotion to the trade includes all the elements of the promotional mix. Company sales representatives call on resellers to explain the product, discuss the firm's plans for building demand among ultimate consumers and describe special programs being offered to the trade such as introductory discounts, promotional allowances and cooperative ad programs. The company may use trade advertising to interest wholesalers and retailers and motivate them to purchase its products for resale to their customers. Trade advertising usually appears in publications that serve the particular industry.

A push strategy tries to convince resellers they can make a profit on a manufacturer's product and to encourage them to order the merchandise and push it through to their customers. Sometimes manufacturers face resistance from channel members who do not want to take on an additional product line or brand. In these cases, companies may turn to a promotional pull strategy, spending money on advertising and sales promotion efforts directed toward the ultimate consumers. The goal of a pull strategy is to create demand among consumers and encourage them to request the product from the retailer. Seeing the consumer demand, retailers will order the product from wholesalers, which in turn will request it from the manufacturer. Thus, stimulating demand at the end-user level pulls the product through the channels of distribution.

- 86- The best title for the passage is -----.
- 1) Reacting of competitors to promotional spending
 - 2) Preparing for the international marketing launch
 - 3) Developing promotional strategies
 - 4) promoting global expansion
- 87- All of the following are given as the firm's plan for creating customer demand and special program being offered EXCEPT ----- .
- 1) peak sale
 - 2) discount scheme
 - 3) advertising campaign
 - 4) promotional allocation
- 88- The passage suggests that a "promotional pull strategy" is used to ----- .
- 1) take the product directly to the customer to encourage retailer demand
 - 2) get involved in a communication demanded by the customer
 - 3) have an established relationship with the customer when the product is a purchase-type item
 - 4) motivate the customer to seek out the brand in an active process of channel of distribution
- 89- The word "aggressively" in line 7 means -----.
- 1) broadly
 - 2) inversely
 - 3) shortly
 - 4) competitively
- 90- According to the passage, promotion to the trade ----- .
- 1) stimulates supply for product through personal selling
 - 2) involves promotional mix to make a profit on a manufacturer's product
 - 3) includes a marketing mix program to enhance the quality of goods and services
 - 4) employs media and non-media communication to increase customer demand

www.faragir.net

www.faragir.net