582

B

582B

نام:
نام خانوادگی:
محل امضا:

«اگر دانشگاه اصلاح شود مملکت اصلاح می‌شود.»
امام خمینی (ره)

صبح پنج‌شنبه
۱۳۹۴/۱۲/۱۳

جمهوری اسلامی ایران
وزارت علوم، تحقیقات و فنّاوری
سازمان سنجش آموزش کشور

آزمون دانش‌پذیری دوره‌های فراگیر «کارشناسی‌ارشد»
دانشگاه پیام‌نور ـ سال ۱۳۹۵

رشتهٔ مدیریت بازرگانی ـ گرایش‌های بازاریابی (کد ۱۰۷۹)، بازرگانی بین‌الملل (کد ۱۰۸۰)، مدیریت تحول (کد ۱۰۸۱)، مدیریت مالی (کد ۱۰۸۲)

تعداد سؤال: ۹۰ | مدت پاسخگویی: ۱۲۰ دقیقه

عنوان مواد امتحانی، تعداد و شماره سؤال‌ها

ردیف	مواد امتحانی	تعداد سؤال	از شماره	تا شماره
۱	تئوری‌های مدیریت پیشرفته	۲۰	۱	۲۰
۲	مدیریت رفتار سازمانی پیشرفته	۲۰	۲۱	۴۰
۳	مدیریت استراتژیک پیشرفته	۲۰	۴۱	۶۰
۴	زبان تخصصی	۳۰	۶۱	۹۰

این آزمون نمرهٔ منفی ندارد.

استفاده از ماشین حساب مجاز نیست.

حق چاپ، تکثیر و انتشار سؤالات به هر روش (الکترونیکی و ...) پس از برگزاری آزمون، برای تمامی اشخاص حقیقی و حقوقی تنها با مجوز این سازمان مجاز می‌باشد و با متخلفین برابر مقررات رفتار می‌شود.

www.faragir.net

تئوری‌های مدیریت پیشرفته:

۱- کدام مورد جزء بحران‌های فنی ـ اقتصادی داخلی است؟

۱) خراب شدن سیستم‌های بزرگ ۲) جعل محصولات توسط رقبا

۳) ورشکستگی سازمان‌های مادر ۴) نارسایی در سیستم‌های اطلاعاتی مدیریت

۲- هدف عمده از به‌کارگیری کدام سیستم کنترلی، حذف بار هدایت مستمر از دوش مدیران است؟

۱) ارزشی ۲) تشخیصی ۳) تحدیدی ۴) تعاملی

۳- تعریف کدام رویکرد اثربخشی، کسب منابع لازم برای سازمان است؟

۱) سیستمی ۲) نیل به هدف ۳) ارزش رقابتی ۴) عوامل استراتژیک

۴- تعداد سطوح عمودی و حیطهٔ کنترل سرپرست، به ترتیب در کدام تکنولوژی‌ها بیشتر است؟

۱) انبوه ـ انبوه ۲) انبوه ـ واحدی ۳) فرایندی ـ انبوه ۴) فرایندی ـ واحدی

۵- در صورتی‌که مزیت رقابتی کاهش هزینه و قلمرو رقابت محدود باشد، کدام استراتژی مناسب‌تر است؟

۱) متمایز ساختن ۲) پیشتازی در صرفه‌جویی

۳) صرف هزینه به‌صورت متمرکز ۴) متمایز ساختن به‌صورت متمرکز

۶- مدیر در کدام نقش، در چارچوب خرده‌سیستم اطلاعاتی ـ تصمیم‌گیری فعالیت می‌کند؟

۱) ترکیبی ۲) ابداعی

۳) اجرایی ۴) تولیدی

۷- تمرکز و افزایش تعارض، از ویژگی‌های کدام مرحلهٔ حیات سازمان است؟

۱) افول ۲) پیچیدگی ۳) کارآفرینی ۴) شکل‌گیری اولیه

۸- برنامه‌ریزی، وسیله کدام مدل اثربخشی است؟

۱) روابط انسانی ۲) سیستم باز ۳) فرایند داخلی ۴) هدف عقلایی

۹- نیاز به ثبات و رهایی از ترس و نگرانی، به کدام نظریه سلسله مراتب نیازها مربوط می‌شود؟

۱) اجتماعی ۲) اقدام ۳) ایمنی ۴) فیزیولوژیک

۱۰- سطح آمادگی کارکنان در سبک تشویقی ـ استدلالی، کدام است؟

۱) زیاد ۲) کم ۳) بالای متوسط ۴) زیر متوسط

۱۱- در تکنولوژی هنری و مهندسی، تنوع از لحاظ تغییرپذیری وظیفه به ترتیب کدام است؟

۱) کم ـ زیاد ۲) کم ـ کم ۳) زیاد ـ کم ۴) زیاد ـ زیاد

۱۲- در کدام تکنولوژی وابستگی دوجانبه است؟

۱) حلقه‌ای ۲) متمرکز ۳) واسطه‌ای ۴) پیوسته مستمر

۱۳- دقت و روحیهٔ افراد در شبکهٔ ارتباطی ستاره‌ای، به ترتیب کدام است؟

۱) کم ـ عالی ۲) زیاد ـ عالی ۳) کم ـ ضعیف ۴) زیاد ـ ضعیف

۱۴- برای تغییر نگرش‌ها و افکار عمومی درمورد سازمان، از کدام سبک ارتباطی استفاده می‌شود؟

۱) تفویضی ۲) ترغیبی ۳) دستوری ۴) حمایتی

۱۵- در وضعیت اول و هفتم نظریهٔ اقتضایی فیدلر، کدام سبک‌های رهبری موفق‌تر هستند؟

۱) کارگرا ـ کارگرا ۲) رابطه‌گرا ـ کارگرا ۳) کارگرا ـ رابطه‌گرا ۴) رابطه‌گرا ـ رابطه‌گرا

www.faragir.net

۱۶- میزان استفاده از تیم‌های کاری و گروه‌های ضربت در سازمان‌های بوروکراتیک به ترتیب کدام است؟

۱) کم ـ زیاد ۲) زیاد ـ کم ۳) کم ـ کم ۴) زیاد ـ زیاد

۱۷- اعمال کنترل‌های راهبردی و نظارت مالی شدید، شاخص اصلی کدام ویژگی سازمان است؟

۱) برخورد شفاف و ارزشی ۲) تمایل به استقلال و کارآفرینی

۳) تکیه کردن بر مزیت رقابتی خود ۴) حفظ توأمان انعطاف و عدم اطمینان

۱۸- چارلز پرو و وود وارد، به ترتیب بر کدام نوع تکنولوژی‌ها متمرکز بودند؟

۱) تولیدی ـ تولیدی ۲) مبتنی بر دانش ـ تولیدی

۳) تولیدی ـ مبتنی بر دانش ۴) مبتنی بر دانش ـ مبتنی بر دانش

۱۹- کدام مورد، موضوع اصلی دیدگاه قدرت ـ کنترل است؟

۱) قدرت ۲) کارایی ۳) سرعت‌العمل ۴) منافع شخصی

۲۰- تخصص‌گرایی اجتماعی در ادهوکراسی و بوروکراسی حرفه‌ای به ترتیب کدام است؟

۱) کم ـ کم ۲) متوسط ـ کم ۳) زیاد ـ زیاد ۴) زیاد ـ متوسط

مدیریت رفتار سازمانی پیشرفته:

۲۱- افزایش دانشجو مثال کدام نیروی تغییر است؟

۱) رقابت ۲) تکنولوژی ۳) روند اجتماعی ۴) ماهیت نیروی کار

۲۲- عبارت:« فرایند گزینش به‌گونه‌ای است که افراد خاصی به استخدام سازمان درمی‌آیند و افرادی هم اخراج می‌گردند یا از آنجا می‌روند.» بیانگر کدام منبع اصلی مقاومت سازمانی است؟

۱) هنجارهای گروه ۲) مکانیسم ساختاری

۳) تهدید متخصصان ۴) تهدید ناشی از شیوهٔ تخصیص منابع

۲۳- اگر در ازای کم شدن مقاومت، چیزی ارزشمند به افراد مخالف تغییر داده شود از کدام تکنیک غلبه بر عوامل مقاوم استفاده شده است؟

۱) معامله ۲) مشارکت ۳) ارتباطات ۴) در نظر گرفتن تسهیلات

۲۴- کدام مورد به برنامه‌های مبتنی بر کار و تکنولوژی مربوط می‌شود؟

۱) تجدید ساختار ۲) سیستم‌های اجتماعی - فنی

۳) تغییر فرهنگ سازمانی ۴) سیستم مبتنی بر پاداش‌های جدید

۲۵- کدام‌یک از عوامل اصلی حفظ و نگهداری فرهنگ عبارتست از «خوگرفتن یا پذیرفتن و رعایت فرهنگ سازمانی»؟

۱) مدیریت ۲) گزینش ۳) هوش هیجانی ۴) جامعه‌پذیری

۲۶- دریافت حقوق بابت زمانی‌که شخص کار نکرده است، جزء کدام نوع پاداش است؟

۱) باطنی ۲) مستقیم ۳) غیرمالی ۴) غیرمستقیم

۲۷- کدام مورد جزء روش‌های مقایسه افراد با یکدیگر در ارزیابی عملکرد است؟

۱) تعیین اولویت فردی ۲) مقیاس فزایندهٔ سنجش

۳) رویدادهای سرنوشت‌ساز ۴) مقیاس سنجش طیف رفتاری

www.faragir.net

۲۸- کالاهایی با کیفیت بالاتر و موقعیت محلی فروشگاه، جزء کدام‌یک از ارکان بازسازی فرایند است؟

۱) فرایندهای هسته‌ای – فرایندهای هسته‌ای ۲) فرایندهای هسته‌ای - شایستگی‌های ویژه

۳) شایستگی ویژه – شایستگی‌های ویژه ۴) شایستگی‌های ویژه – فرایندهای هسته‌ای

۲۹- تلفنچی که باید بین افراد ارتباط برقرار کند، نمونهٔ کدام ویژگی کار است؟

۱) هویت پایین ۲) گوناگونی اندک ۳) بازخورد اندک ۴) آزادی عمل اندک

۳۰- ایجاد واحدهای کار طبیعی، اقدام پیشنهادی برای کدام اصل شغل است؟

۱) اهمیت‌کار ۲) خودمختاری ۳) افزایش مهارت ۴) بازخورد نتایج کار

۳۱- کدام اقدام خودمختاری را در شغل افزایش می‌دهد؟

۱) ترکیب کارها ۲) ایجاد رابطه با مشتری

۳) ایجاد واحدهای جدید ۴) ایجاد کانال بازخورد

۳۲- پاسخ به سؤال «یک مدیر چه تعداد کارمند را به‌صورتی اثربخش سرپرستی می‌کند؟» بیانگر کدام مورد است؟

۱) زنجیرهٔ فرماندهی ۲) تمرکز یا عدم تمرکز

۳) حوزهٔ کنترل ۴) گروه‌بندی کارها

۳۳- چه کسانی معتقدند که مذاکره هیچ پایانی ندارد؟

۱) روس‌ها ۲) چینی‌ها ۳) فرانسوی‌ها ۴) آمریکایی‌ها

۳۴- معمولاً به کارگران ژاپنی حدود چند سال فرصت داده می‌شود تا توانایی‌های خود را به نمایش بگذارند؟

۱) یک ۲) دو ۳) ۵ ۴) ۱۰

۳۵- طبق الگوی انتظار، قبل از هدف‌های فرد کدام مورد قرار می‌گیرد؟

۱) عملکرد فرد ۲) تلاش فرد ۳) پاداش‌های سازمانی ۴) هدف‌های سازمانی

۳۶- طبق کدام شیوهٔ تصمیم‌گیری، افراد پیشنهادات را به‌خوبی می‌پذیرند و به‌نتیجهٔ شوراها و گردهمایی‌ها اهمیت می‌دهند؟

۱) رفتاری ۲) اصولی ۳) تحلیلی ۴) ارشادی

۳۷- از اینکه بگوییم اعضای اتحادیهٔ کارگری در ازای هیچ، منتظر دریافت چیزی هستند بیانگر کدام خطا است؟

۱) اثر هاله‌ای ۲) اصرار بر تعهد ۳) گزینش ادراکی ۴) قالبی اندیشیدن

۳۸- ردهٔ اختلاف قدرت در کشورهای نیوزیلند و هلند به ترتیب کدام است؟

۱) بالا – بالا ۲) پایین - بالا ۳) پایین – پایین ۴) بالا – پایین

۳۹- افرادی که برون‌گرا، احساساتی، اهل تفکر و اندیشیدن باشند چه نامیده می‌شوند؟

۱) اصول‌گرا ۲) واقع‌گرا ۳) رؤیایی ۴) سازمانده

۴۰- چه نوع شغلی کارهایی را ترجیح می‌دهد که بیشتر جنبهٔ گفتاری داشته باشد؟

۱) اجتماعی ۲) سوداگر ۳) سنت‌گرا ۴) واقع‌گرا

مدیریت استراتژیک پیشرفته:

۴۱- کدام آزمون مربوط به شایستگی‌های محوری باید طوری باشد که بتوان از آن در طراحی محصولات جدید یا ورود به بازارهای جدید بهره گرفت؟

۱) کیفیت برتر ۲) ارزش مشتری ۳) رقیب بی‌نظیر ۴) قابلیت گسترش

www.faragir.net

۴۲- خرید با قراردادهای بلندمدت جزء کدام مورد است؟

۱) برون‌سپاری کامل ۲) برون‌سپاری ناقص ۳) ادغام عمودی کامل ۴) ادغام عمودی ناقص

۴۳- در کدام استراتژی بازاریابی، تبلیغات و آگهی‌های بازرگانی سبب افزایش فروش محصول می‌شوند؟

۱) فشار ۲) نفوذ ۳) کشش ۴) خامه

۴۴- دستیابی به صرفه‌جویی‌های هزینه‌ای مبتنی بر منحنی تجربه از نقش‌های عمدهٔ کدام وظیفه در ایجاد ارزش است؟

۱) تولید ۲) زیرساختار ۳) مدیریت مواد ۴) تحقیق و توسعه

۴۵- کدام مورد در رسیدن به برتری و پاسخگویی، جزء ابزارهای برآورده کردن نیازهای مشتری است؟

۱) نگرش‌های کارکنان ۲) سفارشی کردن

۳) تمرکز بر مشتری از رأس سازمان ۴) آوردن مشتریان به داخل سازمان

۴۶- کدام استراتژی بر تولید محدود متمرکز است و به‌دنبال ثبات و کارایی می‌باشد؟

۱) انفعالی ۲) آینده‌نگر ۳) تدافعی ۴) تحلیل‌گر

۴۷- در کدام تاکتیک تهاجمی در موقعیت‌های بازار، شرکت مهاجم بر عرضهٔ نوع جدیدی از محصول که بتواند رقیب را کنار بزند و جایگزین آن بشود، تأکید می‌کند؟

۱) جنگ چریکی ۲) حمله از جلو ۳) مانور ایذایی ۴) شبیخون

۴۸- کدام مورد، بیانگر معیارهای ارزیابی عوامل داخلی سازمان در ارزیابی استراتژی‌ها است؟

۱) داشتن مزیت رقابتی ـ ثبات رویه ۲) ثبات رویه ـ امکان‌پذیر بودن

۳) ثبات رویه ـ سازگاری با عوامل محیطی ۴) امکان‌پذیر بودن ـ داشتن مزیت رقابتی

۴۹- در کدام نوع کنترل استراتژیک، شرکت اهداف موردنظر خود را برای بخش‌ها یا افراد متفاوت تخمین می‌زند و سپس عملکرد آنها را در ارتباط با این اهداف نظارت می‌کند؟

۱) ستاده ۲) بازار ۳) اداری ۴) فرهنگی

۵۰- کدام مهارت برای اجرای موفق استراتژی عبارت است از توانایی ایجاد یک شبکه از افراد در سرتاسر سازمان که می‌توانند به هنگام بروز مشکل در اجرای استراتژی به حل آن کمک کنند؟

۱) تعامل ۲) تخصیص ۳) نظارت ۴) سازمانده

۵۱- کدام مورد، درواقع عبارت است از «ترجمان تفکر استراتژیک به عمل استراتژیک»؟

۱) اقدام استراتژیک ۲) اجرای استراتژی

۳) عملیاتی‌سازی استراتژی ۴) نهادینه‌سازی استراتژی

۵۲- درصورتی که میزان سازگاری زیاد و میزان تغییرات لازم کم باشد، کدام استراتژی فرهنگی مناسب است؟

۱) تغییر استراتژی ۲) حداکثرسازی هم‌افزایی

۳) اجتناب از فرهنگ داخلی ۴) تغییر در رسالت و هنجارهای اصلی

۵۳- کدام مورد جزء استراتژی‌های ثبات تلقی می‌شود؟

۱) سود ۲) اسارت ۳) فروش ۴) حذف محدود

۵۴- در کدام استراتژی شرکت می‌کوشد در بازار فعلی از طریق بهبود بخشیدن یا اصلاح و تغییر در ابعاد و اندازه محصولات و خدمات فعلی و عرضهٔ نوع جدید آن فروش را افزایش داده و سهم خود را ارتقاء دهد؟

۱) نوآوری ۲) توسعهٔ بازار ۳) توسعهٔ محصول ۴) نفوذ در بازار

۵۵- در رابطهٔ استراتژی و رهبری، میزان تغییرات لازم و اثربخشی عملکرد گذشته در حالت ثبات به ترتیب چگونه است؟

۱) کم ـ کم ۲) کم ـ زیاد ۳) زیاد ـ کم ۴) زیاد ـ زیاد

www.faragir.net

۵۶- ملاحظات ساختاری و فرهنگ سازمانی و رهبری به کدام مرحلهٔ اجرای استراتژی مربوط می‌شود؟

۱) نهادینه‌سازی ۲) تفکر استراتژیک

۳) تدوین مکانیزم استراتژی ۴) ارزیابی و کنترل استراتژی

۵۷- در کدام مورد، شرکت برخی از محصولات خود را از طریق واسطه‌های توزیع‌کنندگان محلّی کشورهای خارجی صادر می‌کند؟

۱) چند ملّیتی ۲) محلّی

۳) محلّی با بخش صادرات ۴) چند ملّیتی با تأکید چند محلّی

۵۸- صفحهٔ نمایشگر کسب‌وکارهای جنرال الکتریک و ماتریس استراتژی اصلی به ترتیب جزء کدام مراحل چارچوب جامع تدوین استراتژی‌ها است؟

۱) مقایسه ـ ورودی ۲) ورودی ـ تصمیم‌گیری

۳) ورودی ـ ورودی ۴) مقایسه ـ مقایسه

۵۹- در کدام نوع ائتلاف، شرکت‌ها با هدف رسیدن به منفعتی بسیار گران قیمت که تهیه آن به‌تنهایی دشوار و حتی غیرممکن است، منابع خود را کنار یکدیگر می‌گذارند؟

۱) سرمایه‌گذاری مشترک ۲) مشارکت زنجیرهٔ ارزش

۳) اعطای مجوز ساخت یا فروش ۴) کنسرسیوم خدمات متقابل

۶۰- کدام مورد جزء فعالیت‌های اصلی در زنجیرهٔ ارزش است؟

۱) خرید ۲) امور مالی ۳) خدمات ۴) توسعه تکنولوژی

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 impact of the sales presentation can generally be ---------- from the customer's reaction.

1) assessed 2) exempted 3) endorsed 4) released

62- A marketing intermediary is an independent business that assists the --------- of goods and services from producers to customers.

1) lure 2) profit 3) flow 4) role

63- Marketers attempt to identify ---------- attributes, those that are important to consumers and the basis for making a purchase decision.

1) separate 2) feasible 3) elusive 4) salient

64- Sales promotion is generally defined as those marketing activities that --------- extra value or incentives to the sales force.

1) compare 2) provide 3) intend 4) convince

65- Advertising is the best-known and most widely discussed form of promotion, probably because of its ----------.

1) mystery 2) interaction 3) definition 4) pervasiveness

www.faragir.net

66- Repositioning a product usually occurs because of declining or ---------- sales or because of anticipated opportunities in other market positions.
1) obvious 2) ultimate 3) stagnant 4) annual

67- The outcome of the segmentation analysis will ---------- the market opportunities available.
1) reveal 2) devote 3) seek 4) afford

68- Promotion is the ---------- that marketers make to persuade customer or organization about goods, services or ideas.
1) elements 2) efforts 3) samples 4) demands

69- Consumers want personalized products and services that are ---------- to their specific needs and wants.
1) cohesive 2) durable 3) tailored 4) popular

70- Strategic planning typically takes a wide-view while tactical planning is more ------- focused and more short-term.
1) narrowly 2) reliably 3) globally 4) constantly

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.**

If a manufacturer elects to follow a strategy of market segmentation he must be able to divide the market into identifiable subsets (71) ---------- shares some (72) ---------- characteristic. Thus there is a measurability (73) ---------- attached to the segmentation strategy. The variables to be measured may be (74) ---------- with geography, demography, or some aspect of consumer behavior. Regardless of the market characteristic or characteristics upon which segmentation is to be based, without the ability to identify segments and to measure their various dimensions, little progress (75) ----------.

71- 1) each of which 2) each of them 3) that it 4) of which it
72- 1) extreme 2) current 3) direct 4) common
73- 1) concentration 2) distribution 3) requirement 4) stimulation
74- 1) concerned 2) recognized 3) implemented 4) delegated
75- 1) can be done 2) can be made 3) can do 4) can make

PART C: Reading Comprehension

***Directions*: Read the following passages 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:

The external analysis focuses on factors such as characteristics of the firm's customers, market segments, positioning strategies, and competitors. An important part of the external analysis is a detailed consideration of customers' characteristics and buying

www.faragir.net

patterns, their decision processes, and factors influencing their purchase decisions. Attention must also be given to consumers' perceptions and attitudes, lifestyles, and criteria for making purchase decisions.

A key element of the external analysis is an assessment of the market. The attractiveness of various market segments must be evaluated and the segments to target must be identified. Once the target markets are chosen, the emphasis will be on determining how the product should be positioned. What image or place should it have in consumers' minds?

This part of the promotional program situation analysis also includes an in-depth examination of both direct and indirect competitors. While competitors were analyzed in the overall marketing situation analysis, even more attention is devoted to promotional aspects at this phase. Focus is on the firm's primary competitors: their specific strengths and weaknesses; their segmentation, targeting, and positioning strategies; and the promotional strategies they employ. The size and allocation of their promotional budgets, their media strategies, and the messages they are sending to the marketplace should all be considered.

The external phase also includes an analysis of the marketing environment and current trends or developments that might affect the promotional program. For example, food and beverage marketers have had to respond to the overall trend toward greater nutritional awareness and an increased interest in low-carb products that has resulted from the popularity of the carbohydrate restricting diets such as Atkins and South Beach. Some companies responded to the trend by introducing low-carb products while others knew the fact that their existing brands were already low in carbohydrates. Many food companies have also addressed the trend by providing more nutritional information for their products on their websites.

76- An essential component related to external analysis is ----------.

1) an evaluation of the market
2) determining the marketing plan
3) increasing the attraction of market segments
4) an integrated marketing communication

77- Which sentence, according to the passage is NOT true?

1) External analysis is a name that is equivalent with the promotional program situation analysis.
2) Examining direct and indirect competitors is included in external analysis.
3) The key benefits and positioning used by competitors must be considered in external analysis.
4) The customers' lifestyles influence their buying decisions.

78- Deciding the way of positioning the product ----------.

1) is made to promote the brand image
2) makes the role and function of an agency fixed
3) is done after choosing the target markets
4) results in testing the strengths and weaknesses of that product

www.faragir.net

79- The word "they" in paragraph 3 refers to ----------.
1) the customers
2) promotional strategies
3) the firm's primary competitors
4) the size and allocation of promotional budgets

80- You can find out from the passage that Atkins and South Beach are ----------.
1) low–carb diets
2) popular food brands
3) food companies
4) nutritional beverages

PASSAGE 2:

An organization exists because it has some product, service, or idea to offer consumers. Generally in exchange for money, this offering may come in the form of a physical product, a service or even a person. The product is anything that can be marketed and that, when used or supported, gives satisfaction to the individual.

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.

81- It's stated in the passage, a product is ----------.
1) a combination of physical attributes
2) a bundle of social and psychological benefits
3) any benefit or value satisfying the needs of consumers
4) any service that can be marketed, used and supported

82- According to the passage, when buying a product, many consumers pay attention to ----------.
1) the reality of the product and its ingredients
2) something more than just its ingredients and the product itself
3) its branding, packaging and the company manufacturing it
4) the name of the company standing behind it

www.farajir.net

83- Advertising, branding and packaging ----------.
1) are the most important features of a product
2) facilitate the experience of purchasing
3) provide information specifically for teenagers
4) affect customers' perception of a product

84- According to the passage, the customers' needs are primarily ----------.
1) physical not social 2) personal or psychological
3) social and physical 4) functional, social and psychological

85- The word "attributes" in paragraph 3 means ----------.
1) relations 2) properties 3) activities 4) attractions

PASSAGE 3:

When products enter into foreign markets they must "clear" customs. A country's customs acts as immigration control for products entering the country. Customs agents inspect shipments to ensure that the imported products are properly documented. They also collect customs fees, and they ensure that restricted products do not enter the country. Restricted products could include dangerous products, embargoed products, fake products, or products made from endangered species.

There are companies that specialize in helping products clear customs. A customs broker is an intermediary that helps products move through customs. In the United States, customs brokers are licensed by Department of the Treasury. They must understand the tariff schedules and customs regulations enforced by the United States. They must be familiar with the 500 pages of customs regulations and thousands of tariff items. Depending upon the item, a customs broker also may work with the Department of Agriculture, the Environmental Protection Agency, the Food and Drug Administration, or any other regulatory agency. They also work with transportation logistics to ensure that products reach their final destination.

There are a number of important documents that must accompany exported/imported products. A bill of lading is a document issued by a carrier to a shipper acknowledging that the carrier has received the goods. It describes the kind and quantity of goods the carrier receives from the shipper. It also indicates how the goods will be shipped and specifies the destination. A certificate of origin is a document that indicates the country in which goods being exported are obtained, produced, manufactured, or processed. To determine import duties, countries consider the country of origin of imported goods. They also consider the country of origin when deciding whether the products can be legally imported.

86- One of the functions of customs agents' controlling the products entering the country is to ----------.
1) define the tariff schedules
2) have them documented
3) determine the best market for them
4) divide them based on their kinds

87- The word "restricted" in paragraph 2 can be substituted by ----------.
1) unworthy 2) confirmed 3) secret 4) limited

www.faragir.net

88- Transportation logistics ----------.

1) helps the intermediary to deliver the imported products to their destination
2) works with customs brokers to move products to other countries
3) is an intermediary between government and the country of origin
4) ensures the custom agents that the shipping is done legally

89- A bill of lading ----------.

1) confirms the quality of the imported products
2) gives details about the type and number of the received products
3) is received by a carrier
4) is the only document coming with the imported products

90- Which of the following is the main subject of paragraph 3?

1) Bill of lading
2) Qualifications of importers and exporters
3) Legal restrictions in trade
4) Some specific documents

www.faragir.net

www.faragir.net