

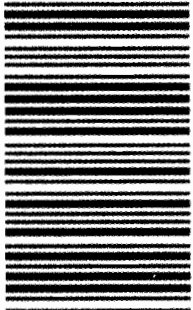
584

C

نام:

نام خانوادگی:

محل امضا:



584C

صبح پنج‌شنبه

۱۳۹۴/۱۲/۱۳



«اگر دانشگاه اصلاح شود مملکت اصلاح می‌شود.»

امام خمینی (ره)

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

آزمون دانش‌پذیری دوره‌های فراگیر «کارشناسی ارشد»

دانشگاه پیام‌نور - سال ۱۳۹۵

رشته مدیریت کسب و کار - گرایش‌های استراتژی (کد ۱۰۹۳)، بازاریابی (کد ۱۰۹۴)، رفتار سازمانی و منابع انسانی (کد ۱۰۹۵)، سیستم‌های اطلاعاتی و فناوری اطلاعات (کد ۱۰۹۶)، کارآفرینی (کد ۱۰۹۷)، کسب و کار بین‌المللی (کد ۱۰۹۸)، مالی (کد ۱۰۹۹)

مدت پاسخگویی: ۱۲۰ دقیقه

تعداد سؤال: ۸۰

عنوان مواد امتحانی، تعداد و شماره سؤال‌ها

ردیف	مواد امتحانی	تعداد سؤال	از شماره	تا شماره
۱	مدیریت استراتژیک	۲۵	۱	۲۵
۲	نظریه‌های سازمان و مدیریت	۲۵	۲۶	۵۰
۳	زبان تخصصی	۳۰	۵۱	۸۰

این آزمون نمره منفی ندارد.

استفاده از ماشین حساب مجاز نیست.

حو جاب، تکثیر و انتشار سوالات به هر روش (الکترونیکی و ...) پس از برگزاری آزمون، برای تمامی اسخاص حتمی و حقوقی تنها نا مجوز این سازمان مجاز می‌باشد و با مسئولین برابر معمرات رفتار می‌نماید.

مدیریت استراتژیک:

۱- چه عواملی در موفقیت شرکت‌ها مؤثرند؟

(۱) بستر ملی، بستر صنعت، منابع، توانایی‌ها و استراتژی‌های سازمان

(۲) بستر ملی، منابع، توانایی‌ها و استراتژی‌های سازمان

(۳) بستر صنعت، توانایی‌ها و استراتژی‌های سازمان

(۴) منابع، توانایی‌ها و استراتژی‌های سازمان

۲- تعریف «مدیریت استراتژیک عبارت است از هنر و علم تدوین، اجرا و ارزیابی تصمیمات وظیفه‌ای چندگانه که سازمان را قادر می‌سازد به هدف‌های بلندمدت خود دست یابد.» به‌وسیله کدام اندیشمند حوزه مدیریت مطرح شده است؟

(۱) هریسون و همکاران ۱۹۹۸ (۲) دس و همکاران ۲۰۰۸

(۳) هانگر ۲۰۰۰ (۴) همل ۱۹۹۶

۳- در کدام مدل، محیط داخلی و خارجی سازمان شناسایی می‌شود، سپس بر مبنای تحلیل استراتژیک، مسیر استراتژیک سازمان مشخص و بر این اساس، چشم‌انداز، مأموریت‌ها و اهداف بلندمدت سازمان تعیین می‌شوند و بعد از آن استراتژی‌های دستیابی به اهداف و مأموریت‌ها تدوین گردیده و سپس به اجرا گذاشته می‌شوند و کنترل و ارزیابی‌های لازم نیز صورت می‌گیرد؟

(۱) مدل مدیریت استراتژیک براسیون و فریمن (۲) مدل مدیریت استراتژیک ریچارد. ال. دفت

(۳) مدل مدیریت استراتژیک استونر و فریمن (۴) مدل مدیریت استراتژیک هریسون و جان

۴- پارادایم‌های مدیریت استراتژیک، کدامند؟

(۱) پیش‌تدبیری - ترکیبی (۲) تجویزی - توصیفی - کسب‌وکاری

(۳) تجویزی - توصیفی - ترکیبی (۴) انطباقی - ترکیبی

۵- مدیران استراتژیک کدام سطح، رؤسای بخش‌ها می‌باشند که نقش استراتژیک آن‌ها تبدیل نیت شرکت به استراتژی‌های مشخص برای واحدهای تحت کنترل می‌باشد؟

(۱) وظیفه‌ای (۲) شرکت (۳) کسب و کار (۴) مدیریت

۶- به مجموعه فرایندها، رسم‌ها، سیاست‌ها، قوانین و نهادهایی که به روش یک شرکت از نظر اداره، راهبری و یا کنترل تأثیر بگذارد، چه می‌گویند؟

(۱) نظارت (۲) اجرا و تعیین (۳) حکمرانی شرکتی (۴) ارزیابی

۷- «قبل از اینکه سازمانی شروع به تدوین استراتژی کند، باید محیط خارجی را به منظور مشخص کردن فرصت‌ها و تهدیدهای احتمالی مورد بررسی قرار دهد» به کدام بعد پیش‌بینی محیط سازمان اشاره دارد؟

(۱) هوشمندی رقابتی (۲) کنکاش محیطی (۳) مراقبت محیطی (۴) کنترل

۸- در مدل پنج نیروی مایکل پورتر برای تحلیل صنعت، هر چقدر قدرت این نیروهای ۵ گانه بیشتر باشد، شرکت‌ها می‌توانند قیمت محصولات خود را افزایش دهند و لذا سود کسب می‌کنند.

(۱) بیشتر - کمتر (۲) کمتر - بیشتر (۳) بیشتر - بیشتر (۴) کمتر - کمتر

۹- عوامل کلیدی موفقیت در یک صنعت را می‌توان از ۳ منظر اصلی بررسی نمود، این عوامل کدامند؟

(۱) مشتری - سازمان - رقابت (۲) قیمت - جایگزین‌ها - شرکا

(۳) مشتری - سازمان - جایگزین‌ها (۴) تأمین‌کننده‌ها - خریداران - قیمت

- ۱۰- در طبقه‌بندی هوشمندی رقابتی، چنانچه «مدیریت همواره به دنبال اطلاعات استراتژیک از منابع معمولی باشد و سیستم اطلاعاتی شرکت هنوز شکل نیافته باشد» کدام یک از انواع طبقه‌بندی روحیه، مناسب است؟
 (۱) در خواب‌رفتگان (۲) تهاجمی (۳) فعال (۴) انفعالی
- ۱۱- عبارت «معمولاً از دیدگاه سرمایه‌گذاران شرکت‌ها، وضع مالی شرکت تنها معیار تعیین‌کننده وضعیت رقابتی سازمان است و تجزیه و تحلیل محیط داخلی سازمان‌ها با تجزیه و تحلیل وضعیت مالی آن‌ها و همچنین ارزیابی فروش و سودآوری آغاز می‌شود». بیان‌کننده کدام یک از رویکردهای بررسی عوامل داخلی سازمان است؟
 (۱) عمومی (۲) وظیفه‌ای (۳) زنجیره ارزش (۴) تحلیل نسبت‌های مالی
- ۱۲- کدام عامل، جزء منابع ایجاد رقابتی نمی‌باشد؟
 (۱) نوآوری (۲) تجاری‌سازی (۳) کیفیت (۴) کارایی
- ۱۳- پایداری ضریب رقابتی به کدام عوامل بستگی دارد؟
 (۱) پویایی صنعت - قابلیت رقبا - موانع تقلید (۲) پیشگامی - قابلیت رقبا - نوآوری
 (۳) منابع ارزشمند - موانع تقلید - نوآوری (۴) پویایی صنعت - پیشگامی - کیفیت
- ۱۴- در کدام استراتژی، سازمان از قوت‌های داخلی برخوردار است، اما با عوامل محیطی تهدیدکننده مواجه شده است؟
 (۱) WT (۲) SO (۳) WO (۴) ST
- ۱۵- کدام مدل به استراتژیست‌ها کمک می‌کند تا ابتدا مجموعه‌ای از استراتژی‌ها را متناسب با فرصت‌ها و تهدیدهای محیطی و نقاط قوت و ضعف عوامل داخلی خلق نمایند و پس از آن از میان استراتژی‌های خلق شده، مناسب‌ترین آن‌ها را انتخاب نمایند؟
 (۱) SWOT (۲) BCG (۳) GSM (۴) life - cycle
- ۱۶- در کدام حالت از «ماتریس گروه مشاهده بوستون»، شاهد محصولات جدیدی هستیم که توان بالقوه‌ای برای موفقیت دارند، اما برای گسترش به وجوه نقد زیادی نیاز دارند؟
 (۱) سگ‌ها (۲) علامت‌های سؤال (۳) گاوهای شیرده (۴) ستاره‌ها
- ۱۷- به وسیله کدام ماتریس، می‌توان تشخیص داد که جذابیت یک صنعت می‌تواند به روش‌های متفاوتی سنجیده شود. لذا به کاربران اجازه می‌دهند هر معیاری را که احساس می‌کنند برای این موقعیت مناسب است به کار ببرند؟
 (۱) صفحه کسب و کار جنرال الکترونیک (۲) ماتریس استراتژی اصلی
 (۳) ماتریس داخلی و خارجی (۴) ماتریس گروه مشاوره بوستون
- ۱۸- ماتریس دوره عمر محصول / صنعت، به ترتیب، شامل کدام مراحل است؟
 (۱) معرفی - بلوغ - رشد - زوال (۲) رشد - بلوغ - معرفی - زوال
 (۳) بلوغ - رشد - معرفی - زوال (۴) معرفی - رشد - بلوغ - زوال
- ۱۹- استراتژی هدایتی یک شرکت از سه جهت‌گیری کلی که اصطلاحاً «استراتژی اصلی» نامیده می‌شوند، تشکیل شده است. این جهت‌گیری‌ها کدامند؟
 (۱) توقف - عدم تغییر - سود (۲) رشد - ثبات - کاهش
 (۳) تنوع همگون - تنوع ناهمگون - تنوع افقی (۴) معرفی - بلوغ - رشد

۲۰- زمانی که سازمان با افزایش شدت رقابت و میزان ریسک مواجه باشد، به‌منظور کنترل شرایط مذکور چه اقدامی را باید انجام دهد؟

- (۱) هماهنگی سرمایه‌گذاری‌ها
(۲) تنوع سرمایه‌گذاری‌ها
(۳) ائتلاف سرمایه‌گذاری‌ها
(۴) ادغام سرمایه‌گذاری‌ها

۲۱- کدام یک از استراتژی‌های سطح کسب و کار بر تولید محدود متمرکز است و به دنبال ثبات و کارایی می‌باشد؟

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

۲۲- در حوزه استراتژی‌های رقابتی پورتر، چنانچه تولید و عرضه محصول یا خدمتی که نسبت به محصولات یا خدمات شرکت‌های رقیب از تفاوت ویژه و ارزشمندی برخوردار باشد، هرچند قیمت آن نسبت به رقبا بالاتر باشد؛ به این حالت استراتژی گفته می‌شود.

- (۱) هزینه محور (۲) رقابتی محوری (۳) رهبری هزینه‌ها (۴) تمایز

۲۳- نوعی همکاری در کسب و کار است که بین دو یا چند سازمان جدا از یکدیگر برای وصول به اهداف مشترک شکل می‌گیرد و منجر به ایجاد هویت کسب و کار مستقل می‌شود، به این همکاری چه می‌گویند؟

- (۱) مشارکت زنجیره ارزش (۲) اعطای مجوز ساخت یا فروش
(۳) سرمایه‌گذاری مشترک (۴) ادغام

۲۴- کدام استراتژی با افزایش آهنگ تغییر تکنولوژی در بیشتر صنایع رقابتی، نقش بسیار تعیین‌کننده‌ای در موفقیت سازمان‌های امروزی داشته و به نوآوری و خلاقیت در محصول و فرایند تولید محصول و بهبود کیفیت هردوی آن‌ها می‌پردازد؟

- (۱) لجستیک (۲) تحقیق و توسعه (۳) سیستم‌های اطلاعاتی (۴) تولید و عملیات

۲۵- جهت اجرای موفقیت‌آمیز استراتژی‌ها به کدام مهارت‌های بنیادین نیاز است؟

- (۱) عملیاتی‌سازی - نهادینه‌سازی - تعیین هدف - تخصیص
(۲) بازاریابی - مالی - رقابت‌پذیری - مدیریتی
(۳) فنی - انسانی - ادراکی - مدیریتی
(۴) تعامل - تخصیص - نظارت - سازمانده

نظریه‌های سازمان و مدیریت:

۲۶- تعریف «پدیده‌ای است اجتماعی که به‌طور آگاهانه هماهنگ شده و دارای حدود و ثغور نسبتاً مشخصی بوده که تقریباً به‌صورت مداوم برای تحقق یک هدف مشترک یا مجموعه‌ای از اهداف فعالیت می‌کند» با کدام مورد همخوانی دارد؟

- (۱) سازمان (۲) گروه غیررسمی (۳) شرکت (۴) دپارتمان

۲۷- کدام مورد، ابزار متداولی برای انجام مقایسه بین سازمان و سایر پدیده‌ها بوده و می‌تواند تا حد زیادی به‌منظور تشریح یا ارائه اطلاعات در خصوص نحوه کارکرد دو پدیده، که یکی از آن دو را قبلاً به‌خوبی می‌شناسید، مفید می‌باشد؟

- (۱) رفتار سازمانی (۲) دیدگاه سیستمی (۳) سیستم‌های باز (۴) استعاره

- ۲۸- یک سیستم باز باید از کدام ویژگی برخوردار شود که بتواند خود را تجدید قوا کرده و ساختارش را حفظ کند، از مرگ رهایی یابد و حتی رشد کند؟
- (۱) ثابت وضعیت (۲) آنتروپی منفی (۳) بازخورد (۴) آگاهی از محیط
- ۲۹- کدام مورد، نوعی مقایسه را بین برخی از جنبه‌های عملکرد واحد با هزینه‌های متحمل شده نشان می‌دهد؟
- (۱) سود (۲) بهره‌وری (۳) کارایی (۴) اثربخشی کلی
- ۳۰- کدام مورد، به میزان تفکیک بین واحدهای سازمانی بر اساس موقعیت اعضاء سازمان، ماهیت وظایف آنها و میزان تحصیلات و آموزش‌هایی که فراگرفته‌اند، اشاره دارد؟
- (۱) رسمیت (۲) تمرکز (۳) پیچیدگی (۴) تخصص
- ۳۱- کدام مورد، به‌منظور اطمینان از استاندارد بودن فرایندهای کار تدوین می‌شود تا یک نهاده معین از یک مسیر مشخص بگذرد و ستاده معینی در همان روز تولید کند؟
- (۱) شعائر (۲) قوانین (۳) خط‌مشی‌ها (۴) رویه‌ها
- ۳۲- بحث‌انگیزترین جزء اجزای سه‌گانه ساختار سازمانی کدام مورد است؟
- (۱) رسمیت (۲) تفویض اختیار (۳) تمرکز (۴) پیچیدگی
- ۳۳- کدام مورد، در مورد شرکت‌های تولید نرم‌افزار رایانه‌ای صدق می‌کند؟
- (۱) نیاز به سرمایه کم، میزان نوآوری در محصولات زیاد
 (۲) نیازهای سرمایه‌ای زیاد، میزان نوآوری در محصولات کم
 (۳) نیازهای سرمایه‌ای کم، میزان نوآوری در محصولات کم
 (۴) نیازهای سرمایه‌ای زیاد، میزان نوآوری در محصولات زیاد
- ۳۴- نظریه «سازمان موقعی که تنوع‌گرایی را در پیش می‌گیرد، باید ساختاری متفاوت نسبت به شرکت‌هایی که استراتژی تک محصولی دارند، به‌کار گیرند.» مربوط به کدام‌یک از اندیشمندان حوزه مدیریت است؟
- (۱) مایلز و اسنو (۲) چندلر (۳) گارتنر (۴) دراگر
- ۳۵- در ساختار سازمانی، فناوری متمرکز مناسب است؟
- (۱) دفاتر پست (۲) بیمارستان (۳) بوفه مدارس (۴) بانک‌ها
- ۳۶- در کدام مورد، روابط نسبتاً منعطف و انطباق‌پذیر بوده و تأکید بر روابط موازی به‌جای عمودی داشته و نفوذ در آنها بر اساس مهارت و دانش صورت می‌گیرد، به‌جای اینکه بر مبنای اختیارات ناشی از پست سازمانی باشد و مسئولیت‌ها به‌جای اینکه صرفاً براساس شرح شغل باشد، به‌صورت انعطاف‌پذیر تعریف شده و تأکید روی مبادله اطلاعات است؟
- (۱) محیط غیرثابت (۲) ساختارهای ماشینی (۳) ساختارهای ارگانیک (۴) ارتباطات
- ۳۷- هنری مینتزبرگ معتقد است که در هر سازمانی چند بخش اصلی وجود دارد. این بخش‌ها کدامند؟
- (۱) - بدنه اصلی - بخش عالی - بخش میانی - ستاد پشتیبانی - متخصصین فنی
 (۲) بخش عالی - بخش میانی - بدنه اصلی
 (۳) بخش عالی - بدنه اصلی - بخش میانی - ستاد پشتیبانی
 (۴) ستاد پشتیبانی - متخصصین فنی
- ۳۸- کدام مورد، تهدیدهای مستقیم علیه بوروکراسی محسوب می‌شود؟
- (۱) کاهش تنوع (۲) ثبات مدیریت
 (۳) افزایش اندازه (۴) تغییرات سریع و غیرمنتظره

- ۳۹- نظریه کلاسیک در مورد بوروکراسی، اولین بار به‌وسیله کدام جامعه‌شناس در ابتدای قرن بیستم مطرح شد؟
 (۱) فردریک تیلور (۲) پیتر دراگر (۳) ماکس وبر (۴) التون مایو
- ۴۰- در کدام ساختار، متخصصان از دوایر وظیفه‌ای مختلف دعوت می‌شوند تا در یک یا چند گروه، تحت رهبری مدیران پروژه، فعالیت مشخصی را انجام دهند؟
 (۱) ماتریسی (۲) بوروکراتیک (۳) ساده (۴) ادھوکراتیک
- ۴۱- اصطلاح «نظریه Z» توسط چه کسی برای اولین بار مطرح شد؟
 (۱) فردریک تیلور (۲) ویلیام اوچی (۳) داگلاس مک‌گریگور (۴) پیتر دراگر
- ۴۲- اینکه «وظایف شغلی به نحوی تعیین شده‌اند که کار از ابتدا تا انتها برای شاغل مشخص بوده و فرد تصویر کاملی از وظایف شغلی خود داشته و خود بخش مهمی از کار تلقی می‌شود»، به کدام بعد از مدل ویژگی‌های شغل اشاره دارد؟
 (۱) استقلال و اختیار در کار (۲) تنوع مهارت (۳) اهمیت وظایف (۴) معنی‌دار بودن وظیفه
- ۴۳- کدام مکتب، رویکردهای ماتریسی متعددی را برای طراحی شغل مورد استفاده قرار می‌دهد و به اصول مهندسی مانند ساده‌سازی کار، تخصص‌گرایی، حرکت‌سنجی و زمان‌سنجی، متکی است؟
 (۱) مهندسی (۲) روان‌شناختی (۳) زیستی (۴) ارگونومی
- ۴۴- با کدام مورد می‌توان اطمینان حاصل نمود که عرضه مواد اولیه کافی بوده و ستاده‌ها نیز جذب بازار خواهند شد و احتمال توقف در عملیات سازمان را کاهش داد؟
 (۱) هموارسازی (۲) انتخاب قلمرو (۳) کنکاش محیطی (۴) ایمن‌سازی
- ۴۵- کدام فرایند، وقتی به‌وجود می‌آید که یک طرف چنین درک می‌کند که طرف مقابل در پی مقابله با اوست یا آن که می‌خواهد مانع رسیدن وی به هدف مورد نظرش بشود؟
 (۱) بقاء (۲) تعارض (۳) تغییر (۴) انطباق
- ۴۶- اگر یکی از کارکنان یا گروهی از آنها بر این باورند که حقوق آنها به‌وسیله اقدامات یک مافوق یا یک همکار به مخاطره افتاده است، در چنین حالتی کدام سیستم حق دارد به این مسئله به‌طور رسمی بپردازد و حقوق ضایع شده را جبران کند؟
 (۱) فرمانرانی رسمی (۲) تعارض (۳) حل مسئله (۴) استیناف
- ۴۷- هدف صریح کدام فرایند، شناسایی و به‌کارگیری افرادی است که دانش، مهارت و توانایی کافی برای انجام موفقیت‌آمیز مشاغل درون سازمان را دارا باشند؟
 (۱) سازماندهی (۲) مدیریت عالی (۳) گزینش (۴) جامعه‌پذیری
- ۴۸- هنگامی که سازمان رشد یافته / بالغ شده و اندازه آن بزرگ است، رشد از چه طریق صورت می‌گیرد؟
 (۱) همکاری مبتنی بر اعتماد (۲) هم‌پوشانی (۳) تفویض اختیار (۴) جهت‌دهی
- ۴۹- مشهورترین مدل رشد سازمانی در اوایل دهه ۱۹۷۰، به‌وسیله کدام اندیشمند ارائه شد؟
 (۱) مایکل پورتر (۲) لاری گرینر (۳) چستر بارنارد (۴) پیتر دراگر

۵۰- حرکت به کدام سمت، سبب می‌شود تا تعاریفی مجدد از اصطلاحات نظیر پیچیدگی و حیطة نظارت ارائه شود، و کارمندان، امور دفتری روزانه خود را خارج از پارامترهای فیزیکی و متعارف سازمان انجام دهند؟

(۱) ایجاد سازمان‌های تخت‌تر

(۲) کارکردن در منزل

(۳) سازماندهی مجدد

(۴) بروز نوآوری

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.

- 51- The impact of the sales presentation can generally be ----- from the customer's reaction.
1) released 2) exempted 3) endorsed 4) assessed
- 52- A marketing intermediary is an independent business that assists the ----- of goods and services from producers to customers.
1) role 2) profit 3) flow 4) lure
- 53- Marketers attempt to identify ----- attributes, those that are important to consumers and the basis for making a purchase decision.
1) salient 2) feasible 3) elusive 4) separate
- 54- Sales promotion is generally defined as those marketing activities that ----- extra value or incentives to the sales force.
1) convince 2) provide 3) intend 4) compare
- 55- Advertising is the best-known and most widely discussed form of promotion, probably because of its -----.
1) pervasiveness 2) interaction 3) definition 4) mystery
- 56- Repositioning a product usually occurs because of declining or ----- sales or because of anticipated opportunities in other market positions.
1) annual 2) ultimate 3) stagnant 4) obvious
- 57- The outcome of the segmentation analysis will ----- the market opportunities available.
1) afford 2) devote 3) seek 4) reveal
- 58- Promotion is the ----- that marketers make to persuade customer or organization about goods, services or ideas.
1) demands 2) efforts 3) samples 4) elements
- 59- Consumers want personalized products and services that are ----- to their specific needs and wants.
1) popular 2) durable 3) tailored 4) cohesive
- 60- Strategic planning typically takes a wide-view while tactical planning is more ----- focused and more short-term.
1) constantly 2) reliably 3) globally 4) narrowly

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 (61) ----- shares some (62) ----- characteristic. Thus there is a measurability (63) ----- attached to the segmentation strategy. The variables to be measured may be (64) ----- 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 (65) -----.

- | | | | | |
|-----|----------------|-----------------|----------------|------------------|
| 61- | 1) of which it | 2) each of them | 3) that it | 4) each of which |
| 62- | 1) common | 2) current | 3) direct | 4) extreme |
| 63- | 1) stimulation | 2) distribution | 3) requirement | 4) concentration |
| 64- | 1) delegated | 2) recognized | 3) implemented | 4) concerned |
| 65- | 1) can make | 2) can be made | 3) can do | 4) can be done |

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 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.

- 66- **An essential component related to external analysis is -----.**
- 1) an integrated marketing communication
 - 2) determining the marketing plan
 - 3) increasing the attraction of market segments
 - 4) an evaluation of the market
- 67- **Which sentence, according to the passage is NOT true?**
- 1) The customers' lifestyles influence their buying decisions.
 - 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) External analysis is a name that is equivalent with the promotional program situation analysis.
- 68- **Deciding the way of positioning the product -----.**
- 1) results in testing the strengths and weaknesses of that product
 - 2) makes the role and function of an agency fixed
 - 3) is done after choosing the target markets
 - 4) is made to promote the brand image
- 69- **The word "they" in paragraph 3 refers to -----.**
- 1) the size and allocation of promotional budgets
 - 2) promotional strategies
 - 3) the firm's primary competitors
 - 4) the customers
- 70- **You can find out from the passage that Atkins and South Beach are -----.**
- | | |
|--------------------------|------------------------|
| 1) nutritional beverages | 2) popular food brands |
| 3) food companies | 4) low-carb diets |

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.

- 71- **It's stated in the passage, a product is -----.**
 1) any service that can be marketed, used and supported
 2) a bundle of social and psychological benefits
 3) any benefit or value satisfying the needs of consumers
 4) a combination of physical attributes
- 72- **According to the passage, when buying a product, many consumers pay attention to -----.**
 1) the name of the company standing behind it
 2) something more than just its ingredients and the product itself
 3) its branding, packaging and the company manufacturing it
 4) the reality of the product and its ingredients
- 73- **Advertising, branding and packaging -----.**
 1) affect customers' perception of a product
 2) facilitate the experience of purchasing
 3) provide information specifically for teenagers
 4) are the most important features of a product
- 74- **According to the passage, the customers' needs are primarily -----.**
 1) functional, social and psychological 2) personal or psychological
 3) social and physical 4) physical not social
- 75- **The word "attributes" in paragraph 3 means -----.**
 1) attractions 2) properties 3) activities 4) relations

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.

- 76- **One of the functions of customs agents' controlling the products entering the country is to -----.**
- 1) divide them based on their kinds
 - 2) have them documented
 - 3) determine the best market for them
 - 4) define the tariff schedules
- 77- **The word "restricted" in paragraph 2 can be substituted by -----.**
- 1) limited
 - 2) confirmed
 - 3) secret
 - 4) unworthy
- 78- **Transportation logistics -----.**
- 1) ensures the custom agents that the shipping is done legally
 - 2) works with customs brokers to move products to other countries
 - 3) is an intermediary between government and the country of origin
 - 4) helps the intermediary to deliver the imported products to their destination
- 79- **A bill of lading -----.**
- 1) is the only document coming with the imported products
 - 2) gives details about the type and number of the received products
 - 3) is received by a carrier
 - 4) confirms the quality of the imported products
- 80- **Which of the following is the main subject of paragraph 3?**
- 1) Some specific documents
 - 2) Qualifications of importers and exporters
 - 3) Legal restrictions in trade
 - 4) Bill of lading

www.faragir.net