



385C



385

C

نام: _____

نام خانوادگی: _____

محل امضاء: _____

صبح جمعه

۱۳۹۵/۱۱/۱۵



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

«اگر دانشگاه اصلاح شود مملکت اصلاح می شود.»

امام خمینی (ره)

**آزمون دانش‌پذیری دوره‌های گراگیر «کارشناسی ارشد»
دانشگاه پیام نور - بهمن ماه سال ۱۳۹۵ (نوبت هفدهم)**

رشته مدیریت بازرگانی - گرایش‌های بازاریابی (کد ۱۰۸۹)، بازرگانی بین‌الملل (کد ۱۰۹۰)،
بازرگانی داخلی (کد ۱۰۹۱)، تجارت الکترونیکی (کد ۱۰۹۲)، کارآفرینی (کد ۱۰۹۳) و
مدیریت استراتژیک (کد ۱۰۹۴)

مدت پاسخگویی: ۱۲۰ دقیقه

تعداد سؤال: ۹۰

عنوان مواد امتحانی، تعداد و شماره سؤال‌ها

ردیف	مواد امتحانی	تعداد سؤال	از شماره	تا شماره
۱	مدیریت منابع انسانی پیشرفته	۲۰	۱	۲۰
۲	مدیریت استراتژیک پیشرفته	۲۰	۲۱	۴۰
۳	نظریه‌های سازمان و مدیریت پیشرفته	۲۰	۴۱	۶۰
۴	زبان تخصصی	۳۰	۶۱	۹۰

این آزمون نمره 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.

مدیریت منابع انسانی پیشرفته:

- ۱- در تحلیل شغل، کدام وضعیت باید گزارش شود؟
- (۱) وضعیت فعلی انجام شغل
(۲) آنچه که باید در آینده انجام شود.
(۳) آنچه در گذشته انجام شده است.
(۴) آنچه در سازمان‌های مشابه انجام می‌شود.
- ۲- اعطای پاداش، سهولت محاسبه و قابلیت اندازه‌گیری، از بزرگ‌ترین مزیت‌های کدام معیار است؟
- (۱) عملکرد
(۲) حضور در سازمان
(۳) دشواری کار
(۴) ارشدیت
- ۳- «هنگامی که فرد، دیگران و وقایع را همیشه به روش مثبتی ارزیابی کرده، معمولاً از گفتن منفی درباره دیگران می‌پرهیزد و دیگران را بدون توجه به عملکرد واقعی بالا و مثبت ارزیابی می‌کند» دچار کدام خطای ادراکی است؟
- (۱) اثر ملایمت
(۲) تشدید تعهد
(۳) تعمیم زمانی
(۴) تمایل به مرکزیت
- ۴- «اگر شرکت توسط شرکت دیگری خریداری شود از مدیران ارشد حمایت می‌شود و با استفاده از نوعی مزیت مدیران پست خود را در شرکت ادغام شده نیز خواهند داشت» این مزیت قانونی، چه نام دارد؟
- (۱) جبران خدمت
(۲) چتر نجات طلایی
(۳) طرح امنیت اجتماعی
(۴) هدیه روز تأسیس
- ۵- در کدام ساز و کار پاداش اقتضایی، باید نصف مبلغ صرفه‌جویی شده از لحاظ زمان انجام کارها به کارگر انجام دهنده کار، پرداخت شود؟
- (۱) روش بیدو
(۲) روش تسهیم سود
(۳) روش کارانه تیمی
(۴) روش هالزی
- ۶- کدام مورد به سازگاری بین سوالات آزمون و نوع موقعیت‌ها و مشکلاتی که در شغل رخ می‌دهد، اشاره می‌کند؟
- (۱) پایانی
(۲) عملی بودن
(۳) اعتبار محتوا
(۴) قانونی بودن
- ۷- کدام مورد، مؤثرترین نوع مصاحبه استخدامی است؟
- (۱) آزاد
(۲) توصیف رفتاری
(۳) ساختارمند
(۴) مبتنی بر شایستگی
- ۸- در کدام روش برآورد تقاضای نیروی انسانی، ماتریسی برای نشان دادن احتمال جابه‌جایی کارکنان از یک شغل به شغل دیگر یا ترک سازمان ترسیم می‌شود؟
- (۱) شبیه‌سازی
(۲) تحلیل رگرسیون
(۳) تحلیل زنجیره مارکف
(۴) تحلیل همبستگی و نقاط پراکنش
- ۹- کدام مورد، متداول‌ترین روش ارزشیابی مشاغل است؟
- (۱) رتبه‌بندی مشاغل
(۲) طبقه‌بندی مشاغل
(۳) مقایسه عوامل
(۴) امتیازی
- ۱۰- بر اساس کدام نظریه، روش‌های غنی‌سازی شغل به اجرا درمی‌آید؟
- (۱) نظریه مدیریت عملی تیلور
(۲) نظریه دو عاملی هرزبرگ
(۳) نظریه ویژگی‌های شغل
(۴) نظریه فعال‌سازی

- (۱۱) در بحث ارزیابی عملکرد استراتژی‌های ۴ گانه منابع انسانی، کدام مورد تأکید بر رقابت درونی دارد؟
- (۱) سربازان وفادار
(۲) کارکنان مزدور
(۳) نخبگان متعهد
(۴) نیروهای آزاد
- ۱۲- کدام مورد، اولین رویکرد مطرح شده در حوزه مدیریت استراتژیک منابع انسانی است؟
- (۱) مدیریت علمی
(۲) نظریه اقتضایی
(۳) نهضت روابط انسانی
(۴) نظریه انتظار و برابری
- ۱۳- کدام ابزار، به منظور اطمینان از همسویی فعالیت‌های سازمان به کار می‌رود؟
- (۱) کارت امتیازی متوازن
(۲) تحلیل SWOT
(۳) سنجه‌گذاری
(۴) ترازبایی
- ۱۴- کدام مورد، از نقش‌های کلیدی مدیران منابع انسانی به شمار می‌رود؟
- (۱) بهسازی کارکنان
(۲) جذب نیروی انسانی
(۳) شریک راهبردی و قهرمان تغییر
(۴) نگهداری کارکنان
- ۱۵- «افزایش تعداد زنان و اقلیت‌های نژادی، قومی و مذهبی در سازمان‌ها» به کدام چالش منابع انسانی در هزاره جدید اشاره دارد؟
- (۱) تنوع
(۲) سن و نسل
(۳) مهارت‌های جدید
(۴) کوچک‌سازی و مهندسی مجدد
- ۱۶- کدام مورد، اولین مرحله در مدیریت استراتژیک منابع انسانی است؟
- (۱) ارزیابی
(۲) تحلیل محیطی
(۳) صورت‌بندی استراتژی
(۴) ترسیم چشم‌انداز کلی
- ۱۷- کدام مورد، نتیجه «برنامه‌های آشناسازی کارمندان تازه‌وارد» است؟
- (۱) نرخ خروج بالا
(۲) افزایش نقل و انتقال
(۳) هزینه‌های آموزشی پایین
(۴) کاهش اضطراب مدیران
- ۱۸- «دروغ گفتن به نفع سازمان» و «افشای اسرار سازمان» در زمره کدام دسته از رفتارهای ضدشهروندی قرار می‌گیرند؟
- (۱) بدرفتاری سازمانی
(۲) رفتار غیرکارکردی
(۳) رفتارهای غیرمولد
(۴) رفتار ناهنجار کارمندان
- ۱۹- کدام مورد، بیانگر حالتی است که در آن به دلایل سازمانی یا شخصی حرکت به سمت بالا و ارتقای کارمند با کندی رخ می‌دهد؟
- (۱) سقف شیشه‌ای
(۲) پدیده فلات
(۳) مسیر شغلی دوگانه
(۴) مسیر شغلی بدون رمز
- ۲۰- در کدام رویکرد یادگیری الگوهای رفتاری، آزمودنی غیرفعال است و صرفاً در انتظار محرک‌ها می‌ماند؟
- (۱) یادگیری شناختی
(۲) یادگیری اجتماعی
(۳) شرطی شدن کلاسیک
(۴) شرطی شدن عامل

مدیریت استراتژیک پیشرفته:

- ۲۱- اولین قدم در تدوین مدیریت استراتژیک در کدام دهه برداشته شد؟
 (۱) سال‌های آخر دهه ۱۹۵۰
 (۲) دهه ۱۹۶۰
 (۳) دهه ۱۹۷۰
 (۴) سال‌های اولیه دهه ۱۹۸۰
- ۲۲- عبارت «یک نیروی میانجی یا هماهنگ‌کننده بین سازمان و محیطش» به کدام دیدگاه در مورد استراتژی اشاره دارد؟
 (۱) الگو
 (۲) نگرش
 (۳) نیرنگ
 (۴) موقعیت یا جایگاه
- ۲۳- کدام مورد، از ویژگی‌های مدیریت استراتژیک است؟
 (۱) به عهده مدیریت مالی سازمان است.
 (۲) اهداف سازمان و جامعه را از هم منفک می‌کند.
 (۳) مدیران سطوح پایین را هدایت می‌کند.
 (۴) سازمان را به شکل یک سیستم بسته و ثابت در نظر می‌گیرد.
- ۲۴- کدام مورد معرف «وضعیت نهایی اهداف کلی و عمده مشخص شده‌ای که نسبت به بخش‌های مختلف سازمان به صورت گسترده آورده شده است» می‌باشد؟
 (۱) اهداف استراتژیک
 (۲) اهداف درازمدت
 (۳) اهداف عملکردی
 (۴) اهداف مالی
- ۲۵- مهم‌ترین ویژگی تفکر استراتژیک کدام است؟
 (۱) یادگیری چند حلقه‌ای
 (۲) تصمیم‌گیری سازمانی
 (۳) چشم‌انداز برنامه‌ریزان
 (۴) نگرش تمام‌نگر به فضای کسب و کار
- ۲۶- کدام مورد اولین مرحله از مدل برنامه‌ریزی جامع استراتژیک تایلر است؟
 (۱) تحلیل منابع
 (۲) تعیین اهداف
 (۳) ارزیابی استراتژی
 (۴) تحلیل محیطی سازمان
- ۲۷- نظام اطلاعاتی رکن اصلی کدام مدل مدیریت استراتژیک است؟
 (۱) هیل
 (۲) مینتزبرگ
 (۳) وایتمن
 (۴) رایت
- ۲۸- کدام مدل برنامه‌ریزی استراتژیک، شامل هشت مرحله متوالی و شش وظیفه موازی برای پشتیبانی برنامه‌ها است؟
 (۱) اندروز
 (۲) پیگلز و روجر
 (۳) لورنژ و لاونج
 (۴) هاروارد
- ۲۹- کدام مفهوم بیانگر تمامی صنایع و شرکت‌های فعال در آن هستند که امروزه در دنیای کسب و کار وجود دارد؟
 (۱) اقیانوس قرمز
 (۲) استراتژی سنگ بنا
 (۳) رقبای فعال
 (۴) شبه ادغام

- ۳۰- کدام دسته از غیر مشتریان اصطلاحاً در لبه بازار نشسته‌اند؟
- (۱) افرادی که نیازها و عادات خریدشان وابسته به سایر سازمان‌ها است.
 - (۲) افرادی که استطاعت مالی استفاده از محصولات و خدمات ارائه شده را ندارند.
 - (۳) صعب‌الوصول‌ترین و دورترین افراد نسبت به مشتریان فعلی هستند.
 - (۴) افرادی که از محصولات و خدمات بازار فعلی به دفعات محدود استفاده کرده اما اگر جایگزین بهتری پیدا کنند مشتاقانه شما را ترک می‌کنند.
- ۳۱- به نظر دراکر کدام عامل علت شکست بسیاری از سازمان‌ها است؟
- (۱) تعداد کم کارکنان
 - (۲) مأموریت نامناسب و بدون محتوا
 - (۳) مدیریت مالی ضعیف
 - (۴) نداشتن اصول ارزشی
- ۳۲- کدام مورد باید در طراحی چشم‌انداز رعایت شود؟
- (۱) از لحاظ فناوری امکان‌پذیر باشد.
 - (۲) سازمان را به یک پدیده رؤیایی تبدیل کند.
 - (۳) شاخص‌های کمی را در اولویت طراحی قرار دهد.
 - (۴) با توجه به شرایط گذشته محیطی دست‌یافتنی باشد.
- ۳۳- کدام یک از اجزای ۹ گانه بیانیه مأموریت سازمان، نشانگر آن است که شرکت به کدام کار مشغول است؟
- (۱) بازار
 - (۲) شایستگی ممتاز
 - (۳) محصول
 - (۴) مشتری
- ۳۴- در کدام دسته از اهداف، مدیران عملیاتی می‌توانند با مشارکت کارکنان نسبت به تعیین آن اقدام نمایند؟
- (۱) استراتژیک
 - (۲) بلندمدت
 - (۳) کوتاه‌مدت
 - (۴) میان‌مدت
- ۳۵- «رضایت مشتری» در زمره کدام شاخص قرار می‌گیرد؟
- (۱) پیش‌بینی‌کننده
 - (۲) مبتنی بر هدف
 - (۳) متقدم
 - (۴) متأخر
- ۳۶- در تجزیه و تحلیل محیط کلان سازمان کدام نکته باید همواره مورد توجه قرار گیرد؟
- (۱) مقاومت در مقابل تغییرات و پیچیدگی‌های محیطی
 - (۲) یکپارچگی در بررسی سازمان و محیط آن
 - (۳) حذف نشانه‌های بحران
 - (۴) بررسی‌های مقطعی
- ۳۷- «گستره و میزان فعالیت یک شرکت در موقعیت‌های جغرافیایی مختلف و متعدد در همان زنجیره ارزش صنعت موردنظر» به کدام ویژگی اقتصادی صنعت اشاره دارد؟
- (۱) اندازه بازار و نرخ رشد آن
 - (۲) گسترش افقی و رواج توسعه فعالیت‌ها
 - (۳) مراحل چرخه حیات صنعت
 - (۴) رقابت در صنعت
- ۳۸- سازمان‌هایی که در اندازه متوسط هستند عموماً از کدام نوع ساختار سازمانی استفاده می‌نمایند؟
- (۱) ساده
 - (۲) بخشی
 - (۳) وظیفه‌ای
 - (۴) مرکب یا ماتریسی
- ۳۹- کدام مورد معرف استراتژی‌هایی که به دنبال رشد و توسعه در حیطه محصول و بازار فعلی هستند، می‌باشد؟
- (۱) یکپارچگی
 - (۲) هدایتی
 - (۳) تنوع
 - (۴) رشد

۴۰- افراد و گروه‌هایی که برای رسیدن به بخشی از اهداف و نیازهای خود به سازمان وابسته‌اند و سازمان نیز به نوبه خود به آن‌ها وابسته است و از آن‌ها متأثر می‌شود، چه نام دارند؟

- (۱) مشتریان
(۲) عرضه‌کنندگان
(۳) سهام‌داران
(۴) ذی‌نفعان

نظریه‌های سازمان و مدیریت پیشرفته:

۴۱- میزان مسئولیت، آزادی و استقلالی که افراد درون یک فرهنگ دارا هستند، به کدام ویژگی کلیدی که فرهنگ‌ها را از هم متمایز می‌سازد اشاره دارد؟

- (۱) تحمل مخاطره
(۲) جهت‌دهی
(۳) نوآوری فردی
(۴) هویت

۴۲- تلاش‌های اعضا سازمانی برای بسیج افراد در حمایت یا مخالفت با سیاست‌ها، قوانین، اهداف و یا دیگر تصمیماتی که نتایج حاصله از آنها بر کار و فعالیت و همچنین عملکرد آنها مؤثر بوده، به کدام مؤلفه اشاره دارد؟

- (۱) قدرت
(۲) کنترل منابع
(۳) ائتلاف حاکم
(۴) شگردهای سیاسی

۴۳- تحلیل‌گران و کسانی که مسئولیت اجرای شکل‌های خاص استانداردسازی را در سازمان به عهده دارند، جزء کدام عنصر اساسی سازمان هستند؟

- (۱) بخش میانی
(۲) بخش عالی سازمان
(۳) متخصصین فنی
(۴) بخش ستاد پشتیبانی

۴۴- کدام مورد، از جنبه‌های منفی لاینفک ادھوکراسی است؟

- (۱) تعارض
(۲) بوروکراسی
(۳) تمرکزگرایی
(۴) ضعف قدرت

۴۵- کدام مؤلفه به مدیریت اجازه می‌دهد که تغییر را پیش‌بینی نموده و به جای واکنش بعد از عمل، جرح و تعدیل داخلی را به موقع انجام دهد؟

- (۱) ایمن‌سازی
(۲) کنکاش محیطی
(۳) سهمیه‌بندی
(۴) هموارسازی

۴۶- کدام مورد، از هزینه‌های بوروکراسی است که بر سازمان تحمیل می‌شود؟

- (۱) جابه‌جایی هدف
(۲) تمرکز قدرت
(۳) سرخوردگی ارباب رجوع
(۴) از خودبیگانی کارکنان

۴۷- «ایجاد مجاری رسمی برای ارائه شکایات توسط طرفین درگیر، و انجام یک سلسله اقدامات بر اساس شکایات ارائه شده» به کدام فن رفع تعارض اشاره دارد؟

- (۱) توسعه منابع
(۲) سیستم استیناف
(۳) فرمان‌رانی رسمی
(۴) قانون تعارض‌گری شام

- ۴۸- از دیدگاه «لارنس ولورش»، کیفیت تشریک مساعی بین واحدهای وابسته و مرتبط به هم برای دستیابی به وحدت تلاش و کوشش جمعی واحدها چه نامیده می‌شود؟
- (۱) ادغام
(۲) تفکیک
(۳) قاعده
(۴) نفوذ
- ۴۹- ارتباطات در سازمان‌های ارگانیک یا ساختارهای زیستی به چه شکل است؟
- (۱) عمودی
(۲) موازی
(۳) متنوع
(۴) منعطف
- ۵۰- کدام صاحب‌نظر، نخستین پژوهش پیرامون فناوری به عنوان یک عامل تعیین‌کننده ساختار سازمانی را انجام داد؟
- (۱) آرچر جویس
(۲) پارکینسون
(۳) می‌هیو
(۴) وود وارد
- ۵۱- مرور مدارک و شواهد در خصوص اندازه سازمان مؤید کدام مطلب است؟
- (۱) مالکیت هیچ‌گونه رابطه‌ای با اندازه سازمان ندارد.
(۲) اندازه سازمان تأثیر معناداری بر تفکیک عمودی سازمان دارد.
(۳) افزایش اندازه سازمان موجب تمرکزگرایی می‌شود.
(۴) افزایش در رسمی‌سازی سازمان بر کاهش اندازه سازمان تأثیر دارد.
- ۵۲- کدام سازمان‌ها به عنوان سازمان کوچک شناخته می‌شوند؟
- (۱) سازمان‌هایی که کمتر از ۵۰۰۰ نفر کارمند دارند
(۲) سازمان‌هایی که کمتر از ۲۰۰ نفر کارمند دارند
(۳) سازمان‌هایی که کمتر از ۵۰۰ نفر کارمند دارند
(۴) سازمان‌هایی که کمتر از ۲۰۰۰ نفر کارمند دارند
- ۵۳- کدام نوع از سازمان‌های استراتژیک، در طی زمان توانسته‌اند جایگاه‌های محدود خود را در صناعی که نفوذ در آن برای رقبا مشکل بوده به خوبی حفظ کنند؟
- (۱) آینده‌نگر
(۲) انفعالی
(۳) تحلیل‌گر
(۴) تدافعی
- ۵۴- ایده سیستم‌های بسته از کدام علم نشأت گرفته است؟
- (۱) ریاضی
(۲) زیست‌شناسی
(۳) فیزیک
(۴) نجوم
- ۵۵- کدام مورد، معرف «آنتروپی منفی» در حوزه نظریه سیستم‌ها است؟
- (۱) تجدید قوا و حفظ ساختار
(۲) آگاهی از روابط بین خود و محیطش
(۳) دریافت اطلاعات به طور مداوم از محیط اطراف
(۴) گرایش سیستم به زوال
- ۵۶- نظریه «سازمان یک سیستم تلفیقی است» مربوط به کدام صاحب‌نظر است؟
- (۱) چستر بارنارد
(۲) فردریک تیلور
(۳) التون مایو
(۴) ماکس وبر
- ۵۷- امروزه جدیدترین دیدگاه نسبت به نظریه سازمان، بر کدام ماهیت سازمان متمرکز است؟
- (۱) اجتماعی
(۲) اقتصادی
(۳) سیاسی
(۴) فرهنگی

۵۸- کدام مورد، پاسخ نظریه سازمان به اینکه چه چیزی یک سازمان را اثربخش می‌کند است؟

- (۱) مدیریت اقتضایی
(۲) ساختار صحیح
(۳) دیدگاه سیستمی
(۴) بوروکراسی ایذنا

۵۹- کدام معیار اثربخشی سازمانی، معمولاً به عنوان میزان یا حجم محصولات یا خدمات عمده‌ای که توسط سازمان ارائه می‌گردد تعریف می‌شود و می‌تواند در سه سطح فردی، گروهی و سازمانی اندازه‌گیری می‌شود؟

- (۱) بهره‌وری
(۲) رشد
(۳) کارایی
(۴) کیفیت

۶۰- «تعداد وظایف ویژه‌ای که در سازمان مشخص شده، یا تفاوت در جهت‌گیری‌های شناختی و احساسی مدیران در دوایر مختلف سازمان»، به کدام یک از متغیرهای ابعاد ساختاری سازمان اشاره دارد؟

- (۱) تمرکز
(۲) پیچیدگی
(۳) حیطه کنترل
(۴) تفکیک

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- Companies selling products and services to the consumer market generally rely ----- on advertising to communicate with their target audiences.
1) demographically 2) immediately 3) heavily 4) externally
- 62- The move to integrated marketing communications reflects a/an ----- by marketers to a changing environment.
1) adaption 2) advocation 3) establishment 4) outcome
- 63- Marketers attempt to identify the ----- attribute and the basis for making purchase decisions.
1) recent 2) salient 3) straight 4) flexible
- 64- The interactive ----- that is having the greatest impact on marketing is the Internet.
1) curiosity 2) expertise 3) dimention 4) medium
- 65- Brand identity ----- the entire spectrum of customer's awareness, knowledge, and the image of the brand as well as the company behind it.
1) executes 2) encompasses 3) discusses 4) qualifies
- 66- The marketing strategies of companies pursuing religion-based marketing are based on the religious ----- and the power of religion to attract.
1) appeal 2) outlet 3) effort 4) election
- 67- Many companies are realizing that communicating effectively with consumers and other stakeholders ----- more than just the tactical use of the traditional marketing communication tools.
1) delegates 2) contributes 3) involves 4) occupies
- 68- It is ----- that the package carry some benefits with it if it is ever going to be welcomed.
1) pursued 2) differentiated 3) compelled 4) required

- 69- Most countries want to encourage innovation and growth but do not want to create ----- in their economies.
 1) consumption 2) differentiation 3) priority 4) turbulence
- 70- One way to communicate a specific image for a brand is to ----- it with a specific use or application.
 1) associate 2) assume 3) satisfy 4) endorse

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.

Today, most markets are seeking more than just a one-time exchange or transaction with customers. The (71) ----- of market-driven companies is on developing and sustaining relationships with their customers. Successful companies (72) ----- that creating, communicating, and delivering value to their customers is extremely important. Value is the customer's perception of all of benefits of a product or service (73) ----- against all the costs of acquiring and consuming it. Benefits can be functional, experiential and/or psychological. Costs include the money paid for the product or service (74) ----- other factors such as acquiring information about the product/service, making the purchase, learning (75) -----, maintaining the product, and disposing of it.

- 71- 1) aspect 2) focus 3) matter 4) role
 72- 1) coordinate 2) elect 3) recognize 4) reinforce
 73- 1) that weighed 2) which it weighs 3) weighing 4) weighed
 74- 1) as also 2) as the rest 3) as well as 4) and as
 75- 1) how to use it 2) how using it 3) to use it how 4) use it how

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:

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.

Whether to emphasize a push or a pull strategy depends on a number of factors, including the company's relations with the trade, its promotional budget, and demand for the firm's products. Companies that have favorable channel relationships may prefer to use a push strategy and work closely with channel members to encourage them to stock and promote their products. A firm with limited promotional budget may not have the funds for advertising and sales promotion that a pull strategy requires and may find it more cost-effective to build distribution and demand by working closely with resellers. When the demand outlook for a product is favorable because it has unique benefits, is superior to competing brands, or is very popular among consumers, a pull strategy may be appropriate. Companies often use a combination of push and pull strategies, with emphasis changing as the product moves through its life cycle.

- 76- The best title for this passage is -----.
- 1) Developing Promotional Strategies: Push or Pull
 - 2) Ways to Improve Production
 - 3) The Strategies of Advertising and Promotion
 - 4) The Strategies to Use for Having Higher Benefits
- 77- Choosing a push or pull strategy relies on all of the following EXCEPT -----.
- 1) the funds for advertising
 - 2) the number of resellers available
 - 3) the relations between company and trade
 - 4) the customer's need for a company's products
- 78- When the channel members don't have demand on requesting the products, the company -----.
- 1) increases its promotional budget
 - 2) sells its products directly to the customers
 - 3) switches to a promotional pull strategy
 - 4) removes the resistance by introducing a new brand
- 79- The word "them" in paragraph 2-----.
- 1) companies
 - 2) channel members
 - 3) firm's products
 - 4) favorable channel relationships
- 80- Intermediaries helping a firm make a product or service available to customers are sometimes called -----.
- 1) distributors
 - 2) stockers
 - 3) resellers
 - 4) wholesalers

PASSAGE 2:

International marketers have two choices when they enter new markets. They will either establish a new channel use of distribution or work within an existing channel. When international businesses use existing channels, they often redesign the distribution channel to increase efficiency. To gain greater efficiencies in Japan, 7-Elven Japan redesigned its distribution channel.

A number of factors must be taken into consideration when designing a channel of distribution. These factors include the nature of the product, customer needs, competition, costs, communication system, control issues, company goals, and available resources. For example, Coca-Cola may spend up to \$2 billion to gain

control of German distribution system. The main reason Coca-Cola is spending this money is to gain the ability to react more quickly to changes in the marketplace.

Developing a completely new channel of distribution in a foreign market is a high-risk strategy. The business would need to develop relationship with suppliers, arrange for the importing of inventory, develop warehouses, develop delivery systems, choose retail locations, and hire and train all employees to work within the distribution system. Wal-Mart is a company with international expansion plans and the resources to carry them out. As Wal-Mart expands into China, it has to train 500 new employees for each supercenter it opens. Wal-Mart works with local partners to find prime locations to distribute its products in major Chinese cities.

- 81- This passage is mainly about -----.
- | | |
|---------------------------|--------------------------|
| 1) channel relationships | 2) marketing challenges |
| 3) international planning | 4) distribution channels |
- 82- The international businesses reform the distribution channels to -----.
- | | |
|--|---|
| 1) train and hire more employs | 2) attempt to choose special customers |
| 3) develop their power and proficiency | 4) get the most recent information better |
- 83- Gaining the ability to show good reaction to changes in the market is -----.
- | | |
|-----------------------|--|
| 1) full of risks | 2) not without costs for companies |
| 3) a great efficiency | 4) a way of wasting less of time and money |
- 84- To form a channel of distribution, Coca-Cola as an international business, has to consider -----.
- | | |
|------------------------|-------------------------------|
| 1) eight parameters | 2) few factors |
| 3) its channel members | 4) the quality of its product |
- 85- The word "them" in paragraph 3 refers to -----.
- | | |
|--------------------|------------------|
| 1) resources | 2) new employees |
| 3) prime locations | 4) plans |

PASSAGE 3:

Management must have a strategic view in order to allocate its resources. Developing an international marketing strategy allows a business to be proactive, or willing to take action before environmental pressure forces a strategy. 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 an 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

