



387D

387  
D

نام:  
نام خانوادگی:  
محل امضا:

صبح جمعه  
۱۳۹۵/۱۱/۱۵



«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 - بهمن‌ماه سال ۱۳۹۵ (نوبت هفدهم)**  
رشته مدیریت کسب و کار - گرایش‌های استراتژی (کد ۱۱۰۶)، بازاریابی (کد ۱۱۰۷)، رفتار  
سازمانی و منابع انسانی (کد ۱۱۰۸)، سیستم‌های اطلاعات و فناوری اطلاعات (کد ۱۱۰۹) و  
مالی (کد ۱۱۰)

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.

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 استراتژیک:

- ۱- کدام مورد، از ویژگی‌های مسایل استراتژیک است؟  
 (۱) مستلزم تخصیص مقادیر زیادی از منابع سازمان است. (۲) پیامدهای عمده تک وظیفه‌ای دارند.  
 (۳) به تصمیمات کارکنان سازمان بستگی دارد. (۴) گذشته نگر و هدف محورند.
- ۲- اولین مرحله فرایند تصمیم‌گیری استراتژیک ۸ مرحله‌ای کدام است؟  
 (۱) بررسی و ارزیابی محیط داخلی (۲) بازبینی وضعیت اداره سازمان  
 (۳) ارزیابی استراتژی‌های اجرا شده (۴) ارزیابی نتایج عملکرد جاری
- ۳- «یک استراتژی نباید به گونه‌ای باشد که بیش از حد از منابع موجود استفاده کند و نیز نباید مسایل حل‌نشده به وجود آورد.» این مطلب به کدام معیار ارزیابی استراتژی اشاره دارد؟  
 (۱) امکان‌پذیر بودن (۲) مزیت رقابتی  
 (۳) سازگاری (۴) هماهنگی
- ۴- کدام سطح استراتژی را می‌توان در دو دسته رقابتی یا مشارکتی قرار داد؟  
 (۱) وظیفه‌ای (۲) سیاست‌ها  
 (۳) کسب و کار (۴) بنگاه یا شرکت
- ۵- کدام عامل در سازمان مانع می‌شود که منابع به شیوه‌ای اثربخش تخصیص یابند؟  
 (۱) عدم اعمال قدرت شدید بر فرایند تخصیص (۲) سیاست‌بازی‌های سازمانی  
 (۳) تأکید زیاد بر معیارهای مالی بلندمدت (۴) هدف‌های کوتاه مدت مهم
- ۶- این پرسش که «آیا سازمان از سلامت مالی و تعهد لازم برخوردار است؟» به کدام عامل بیانیه مأموریت سازمان اشاره دارد؟  
 (۱) ویژگی ممتاز کننده (۲) توجه به بقا و رشد سودآوری  
 (۳) محصولات و خدمات (۴) فلسفه
- ۷- طرفداران کدام پارادایم بر این باورند که «استراتژی از مباحث علت و معلولی و متعلق به حوزه علوم است و نه منطق»؟  
 (۱) توسعه‌ای (۲) ترکیبی  
 (۳) توصیفی (۴) تجویزی
- ۸- کدام مورد، از ویژگی‌های مدیریت استراتژیک است؟  
 (۱) بده - بستان‌های بین‌کارایی و اثربخشی را مشخص می‌کند.  
 (۲) مدیران رده بالا را راهنمایی می‌کند.  
 (۳) فقط مدیر در فرایند تصمیم‌گیری دخالت دارد.  
 (۴) دیدگاه کوتاه مدتی را اتخاذ می‌کند.
- ۹- کدام مورد جزء مسئولیت‌های هیأت مدیره است؟  
 (۱) عزل و نصب کارمندان (۲) عدم دخالت در منافع سهامداران  
 (۳) کنترل نظارت بر کارکنان اجرایی (۴) بررسی و تصویب نحوه استفاده از منابع
- ۱۰- کدام مورد جزو نقش‌های هیأت مدیره در مدیریت استراتژیک است؟  
 (۱) مشاوره (۲) پژوهش  
 (۳) تشکیل تیم‌های کاری (۴) ارزیابی و نفوذ

۱۱- کدام مورد جزو فعالیت‌های نامناسب از سوی مدیران عامل است؟

(۱) اسراف در شغل

(۲) تشکیل جلسات مستمر ذی‌نفعان

(۳) کاهش پاداش سازمانی

(۴) جلوگیری از رشد شرکت از طریق متنوع‌سازی فعالیت‌ها

۱۲- «آشنایی و تحلیل مباحث و مسایل استراتژیک شرکت و پیشنهاد گزینه‌های استراتژیک شرکت به مدیریت ارشد» از وظایف کدام واحد سازمان است؟

(۱) ذی‌نفعان شرکت

(۲) مدیر عامل

(۳) ستاد برنامه‌ریزی استراتژیک

(۴) هیأت مدیره ارشد

۱۳- شیوه‌ای که سازمان‌ها از مسایل اجتماعی آگاه شده و در برابر آن‌ها واکنش نشان می‌دهد، به کدام الگوی رایج در زمینه مسئولیت اجتماعی اشاره دارد؟

(۱) الگوی کارنگی

(۲) حساسیت اجتماعی شرکت‌ها

(۳) الگوی میلتنون فریدمن

(۴) عملکرد اجتماعی شرکت‌ها

۱۴- اگر شرکتی بکوشد که قوانین، مقررات و دولت و دیدگاه‌های مردم را رعایت کند، در کدام موضع قرار گرفته است؟

(۱) انفعالی

(۲) دفاعی

(۳) خلاقیت

(۴) سازش کاری

۱۵- جامعه از سازمان انتظار دارد که به جای اخراج دائم کارکنان، آنان را به‌طور موقت از کار برکنار کند این مطلب بیانگر کدام مسئولیت است؟

(۱) قانونی

(۲) اقتصادی

(۳) فداکارانه

(۴) اخلاقی

۱۶- فرایند نظارت، ارزیابی و ارائه اطلاعات محیطی به افراد کلیدی داخل سازمان به کدام مفهوم اشاره دارد؟

(۱) برنامه‌ریزی ناپایدار

(۲) مراقبت محیطی

(۳) کنکاش محیطی

(۴) هوشمندی رقابتی

۱۷- کدام مورد، از مصادیق موانع ورودی برای رقبای شرکت است؟

(۱) پایین بودن سطح تنوع محصولات

(۲) صرفه‌جویی ناشی از مقیاس

(۳) پایین بودن سطح سرمایه‌گذاری تجهیزات

(۴) هزینه‌های پایین خروج

۱۸- شرکت‌هایی که حداقل در دو بازار متفاوت ثابت و متغیر فعالیت دارند، جزو کدام نوع گروه استراتژیکی هستند؟

(۱) تحلیل‌گران

(۲) مدافعان

(۳) فرصت‌جویان

(۴) واکنش‌گران

۱۹- آشکارسازی مسیر و استفاده از سایر ابزارهایی که حرکت رقیبان را آشکار می‌کند یا آن‌ها را از سر راه برمی‌دارد

به کدام تکنیک در حوزه استراتژی رقابتی اشاره دارد؟

(۱) جاروب کردن و کنکاش داده‌های گذشته

(۲) مقابله با سناریوهای رقابتی متغیر

(۳) پیشرو بودن در فناوری

(۴) عملیات روانی برای وارونه جلوه‌دادن تصمیمات رقیبان

۲۰- اولین مرحله فرایند هوشمندی رقابتی کدام است؟

(۱) تقاضا

(۲) مقصد

(۳) تحویل

(۴) اکتشاف

- ۲۱- سیستم‌های فناوری اطلاعات در دهه ۱۹۷۰ برای عملکرد سازمان چه کمکی داشته‌اند؟  
 (۱) کارکردهای کلیدی کسب و کار را افزایش داد. (۲) مزیت رقابتی را توسعه داد.  
 (۳) فرایند پشتیبانی اداری را خودکار کرد. (۴) وظایف شخصی را خودکار کرد.
- ۲۲- کدام نسبت، توانایی سازمان را در بازپرداخت بدهی‌های جاری و کوتاه مدت، نمایش می‌دهد؟  
 (۱) سودآوری (۲) نقدینگی  
 (۳) فعالیت (۴) بدهی
- ۲۳- وضعیت مساعد در قدرت رقابتی چگونه است؟  
 (۱) سازمان در بازار انحصاری یا نیمه انحصاری فعالیت می‌کند.  
 (۲) سازمان از طریق انجام فعالیت‌های تخصصی و تمرکزی وضعیتی رقابتی برای خود ایجاد می‌کند.  
 (۳) سازمان برای بقا در زمان حال و آینده قدرتی ندارد و یک پاسخ استراتژیک به شرایط محیطی دارد.  
 (۴) رقیب جدی وجود ندارد و رقبا فقط در پی حفظ موقعیت خود هستند.
- ۲۴- در کدام حالت ادغام، شرکت هیچ کدام از مواد اولیه کلیدی موردنیاز خود را تولید نمی‌کند، بلکه آن‌ها را از تأمین‌کنندگان خارجی که تا حدودی بر آن‌ها کنترل دارد، خریداری می‌کند؟  
 (۱) شبه ادغام (۲) عمودی پس‌رو  
 (۳) عمودی پیش‌رو (۴) عمودی ناقص
- ۲۵- «توانایی استفاده از اطلاعات برای مشخص کردن این امر که آیا مانعی بر سر اجرای استراتژی به وجود آمده یا خیر» به کدام مهارت موردنیاز در اجرای موفق استراتژی اشاره دارد؟  
 (۱) سازمانده (۲) تخصیص  
 (۳) تعامل (۴) نظارت
- نظریه‌های سازمان و مدیریت:
- ۲۶- در خصوص مقایسه تئوری سازمان و تئوری رفتار سازمانی کدام مطلب درست است؟  
 (۱) تئوری سازمان به افراد سازمانی بدون لحاظ کردن محیط درونی سازمان علاقمند است.  
 (۲) تئوری رفتار سازمانی دیدگاهی خرد نسبت به سازمان دارد.  
 (۳) تئوری سازمان دیدگاهی خوشبینانه به بحث رفتار سازمانی دارد.  
 (۴) تئوری رفتار سازمانی به مسایل برون‌سازمانی توجهی ویژه دارد.
- ۲۷- «سازمانی اثربخشی است که خواسته‌های عوامل محیطی خود را که تداوم حیات سازمان مستلزم حمایت آن‌هاست، برآورده کند» مطلب فوق نظرات کدام رویکرد را بیان می‌کند؟  
 (۱) عوامل استراتژیک (۲) نیل به هدف  
 (۳) ارزش‌های رقابتی (۴) سیستمی
- ۲۸- «تعداد زیردستانی که یک مدیر می‌تواند و باید آن‌ها را سرپرستی کند»، تعریف کدام مؤلفه است؟  
 (۱) حرفه‌گرایی (۲) تفویض اختیار  
 (۳) حیطة کنترل (۴) تخصص‌گرایی

- ۲۹- « آن‌ها در جستجوی حداقل کردن ریسک و حداکثر نمودن سود هستند»، ویژگی بیان شده به کدام نوع از سازمان‌های استراتژیک اشاره دارد؟
- (۱) تدافعی  
(۲) انفعالی  
(۳) تحلیلی‌گر  
(۴) آینده‌نگر
- ۳۰- از کدام متغیر به عنوان «اندازه سازمان» در تئوری مدیریت استفاده می‌شود؟
- (۱) رسمیت  
(۲) تمرکز  
(۳) پیچیدگی سازمان  
(۴) تعداد کارکنان
- ۳۱- «یک پاسخ متفاوت به مجموعه متنوعی از شرایط گوناگون و موارد اقتضایی»، تعریف کدام نوع تکنولوژی است؟
- (۱) پیوسته مستمر  
(۲) مهندسی  
(۳) متمرکز  
(۴) واسطه‌ای
- ۳۲- عبارت «بخشی از محیط سازمان بوده که به‌طور مستقیم با سازمان در تحقق اهدافش مرتبط می‌شود» بیانگر کدام مفهوم است؟
- (۱) اختصاصی  
(۲) عمومی  
(۳) ذهنی  
(۴) واقعی
- ۳۳- اگر محیط از پیچیدگی بیشتری برخوردار باشد، ساختارها به چه شکل خواهند بود؟
- (۱) رسمی  
(۲) تمرکز  
(۳) غیررسمی  
(۴) عدم تمرکز
- ۳۴- کدام عامل، دستیابی به قدرت را امکان‌پذیر می‌کند؟
- (۱) عدم کنترل منابع  
(۲) در حاشیه شبکه بودن  
(۳) اختیار سلسله‌مراتبی  
(۴) حضور به عنوان خرده سیستم
- ۳۵- کدام مورد، از ویژگی‌های یک ادھوکراسی است؟
- (۱) تفکیک افقی زیاد  
(۲) تمرکزگرایی شدید  
(۳) تفکیک عمودی زیاد  
(۴) رسمیت زیاد
- ۳۶- کدام مورد، مفهوم کلیدی در بوروکراسی ماشینی است که بر آن تأکید بسیار می‌شود؟
- (۱) استانداردسازی  
(۲) تخصص‌گرایی  
(۳) انعطاف‌پذیری زیاد  
(۴) کارگروهی
- ۳۷- کدام مورد، به عنوان تهدیدات مستقیم علیه بروکراسی محسوب می‌شود؟
- (۱) تمایز بین زندگی شخصی و سازمانی اعضا  
(۲) افزایش تنوع  
(۳) ماهیت غیرشخصی  
(۴) تقسیم کار
- ۳۸- مهم‌ترین ویژگی ساختار سازمانی ماتریسی کدام است؟
- (۱) انعطاف‌ناپذیری  
(۲) سلسله‌مراتب واحد  
(۳) تغییر الگوهای کارکردی  
(۴) نقض وحدت فرماندهی
- ۳۹- تفاوت مدل ژاپنی (تئوری J) و تئوری A، کدام است؟
- (۱) تصمیم‌گیری  
(۲) جابه‌جایی و ترک خدمت اندک  
(۳) کیفیت سازمان  
(۴) نگرش نسبت به سازمان

- ۴۰- کدام مکتب طراحی شغل، بر راحتی و رفاه جسمانی کارگر تمرکز و تأکید دارد؟  
 (۱) مکتب مهندسی انسانی (ارگونومی)  
 (۲) مکتب روان‌شناختی  
 (۳) مکتب زیستی (بیولوژیک)  
 (۴) مکتب مدیریت اداری
- ۴۱- کدام مورد در خصوص غنی‌سازی شغل درست است؟  
 (۱) مشاغل را از لحاظ عمودی گسترش می‌دهد.  
 (۲) حیطة شغل را افزایش می‌دهد.  
 (۳) مشاغل را از لحاظ افقی گسترش می‌دهد.  
 (۴) به مهارت‌ها تنوع می‌بخشد.
- ۴۲- کدام مورد از ابعاد پنج‌گانه اصلی شغل، تصویر کاملی از وظایف شغلی را به فرد شاغل ارائه می‌دهد و بخشی از کار تلقی می‌شود؟  
 (۱) استقلال و اختیار در کار  
 (۲) تنوع مهارت  
 (۳) معنی‌دار بودن وظیفه  
 (۴) اهمیت وظایف
- ۴۳- کدام مورد در طبقه‌بندی استراتژی داخلی قرار می‌گیرد؟  
 (۱) عقد قرارداد  
 (۲) انتخاب قلمرو  
 (۳) تبلیغات  
 (۴) ائتلاف
- ۴۴- کدام مفهوم، از عوامل تعیین‌کننده تغییر ساختار سازمانی محسوب می‌شود؟  
 (۱) کمیابی نیروی کار  
 (۲) مشارکت  
 (۳) تسهیل و حمایت  
 (۴) مذاکره
- ۴۵- کدام مورد، جزء منابع تعارض سازمانی است؟  
 (۱) تفکیک عمودی بیش از حد  
 (۲) تجانس اعضا  
 (۳) عدم وابستگی  
 (۴) رسمیت اندک
- ۴۶- در جاهایی که وجود اهداف ناسازگار دوجانبه باعث ایجاد تعارض شده، کدام فن رفع تعارض چاره‌کار است؟  
 (۱) سیستم‌های استیناف  
 (۲) کاهش وابستگی دوطرفه بین واحدها  
 (۳) اهداف فراگیر  
 (۴) توسعه منابع
- ۴۷- کدام موارد، فرهنگ سازمانی قوی از خودشان نشان می‌دهند؟  
 (۱) سازمان‌های تازه شکل گرفته  
 (۲) سازمان‌های غیرمذهبی  
 (۳) گروه‌های غیرفرقه‌ای  
 (۴) شرکت‌های ژاپنی
- ۴۸- کارکنان یک سازمان از کدام طریق فرهنگ سازمانی را فرا می‌گیرند؟  
 (۱) تقسیم کار  
 (۲) آداب و رسوم  
 (۳) بوروکراسی  
 (۴) نمادهای مجازی
- ۴۹- مرحله اول مدل رشد سازمانی لاری‌گرینر کدام است؟  
 (۱) خلاقیت  
 (۲) تفویض  
 (۳) جهت‌دهی  
 (۴) هماهنگی
- ۵۰- «هر گروه از فعالیت‌های سازمانی که یک هدف دارند باید به وسیله یک مدیر که طرح واحدی به کار می‌برد هدایت شود» این اصل هنری فایول که باید توسط مدیران تبعیت شود، چه نام دارد؟  
 (۱) وحدت فرماندهی  
 (۲) وحدت جهت  
 (۳) اختیار قانونی  
 (۴) تمرکز

**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- Companies selling products and services to the consumer market generally rely ----- on advertising to communicate with their target audiences.  
1) demographically 2) heavily 3) immediately 4) externally
- 52- The move to integrated marketing communications reflects a/an ----- by marketers to a changing environment.  
1) adaption 2) establishment 3) advocation 4) outcome
- 53- Marketers attempt to identify the ----- attribute and the basis for making purchase decisions.  
1) recent 2) straight 3) salient 4) flexible
- 54- The interactive ----- that is having the greatest impact on marketing is the Internet.  
1) curiosity 2) dimation 3) expertise 4) medium
- 55- 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) discusses 3) encompasses 4) qualifies
- 56- The marketing strategies of companies pursuing religion-based marketing are based on the religious ----- and the power of religion to attract.  
1) appeal 2) effort 3) outlet 4) election
- 57- 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) involves 3) contributes 4) occupies
- 58- It is ----- that the package carry some benefits with it if it is ever going to be welcomed.  
1) pursued 2) compelled 3) differentiated 4) required
- 59- Most countries want to encourage innovation and growth but do not want to create ----- in their economies.  
1) consumption 2) priority 3) differentiation 4) turbulence
- 60- One way to communicate a specific image for a brand is to ----- it with a specific use or application.  
1) associate 2) satisfy 3) assume 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 61) ----- of market-driven companies is on developing and sustaining relationships with their customers. Successful companies 62) ----- 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 63) ----- 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 64) ----- other factors such as acquiring information about the product/service, making the purchase, learning 65) -----, maintaining the product, and disposing of it.

- |     |               |                    |                  |                  |
|-----|---------------|--------------------|------------------|------------------|
| 61- | 1) role       | 2) focus           | 3) matter        | 4) aspect        |
| 62- | 1) reinforce  | 2) elect           | 3) recognize     | 4) coordinate    |
| 63- | 1) weighed    | 2) which it weighs | 3) weighing      | 4) that weighed  |
| 64- | 1) and as     | 2) as the rest     | 3) as well as    | 4) as also       |
| 65- | 1) use it how | 2) how using it    | 3) to use it how | 4) how to use it |

**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.

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

### 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.

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

- 76- **What is the subject of the passage?**
- |                                     |                                 |
|-------------------------------------|---------------------------------|
| 1) International marketing strategy | 2) Proactive strategic approach |
| 3) Management                       | 4) Resources                    |

- 77- In management, having a strategic view is a -----.
- 1) process removing the conflicts in an organization
  - 2) necessity for distributing the products
  - 3) strategy resisting against the pressures
  - 4) need for preserving the company's resources
- 78- Gaining economies of scale -----.
- 1) makes companies allocate their resources
  - 2) forces a business to analyze the environmental pressure
  - 3) helps companies to focus better on their goals
  - 4) allows businesses to better compete in the international market
- 79- When there are extra products in a local market, companies -----.
- 1) face a high environmental pressure
  - 2) have to stock them for future use
  - 3) must find new chances in international markets
  - 4) need to be evaluated and controlled
- 80- The word "initiate" in paragraph 2 can be substituted by -----.
- 1) agree
  - 2) start
  - 3) identify
  - 4) infer

www.faragir.net