

راهنما و بانک سوالات امتحانی

# بازاریابی بین المللی

بر اساس کتاب: دکتر میرزا حسن حسینی

ویژه‌ی دانشجویان دانشگاه پیام‌نور

شامل:

- ☐ یک دوره تدریس روان و کامل مطالب درسی
- ☐ خلاصه‌ی درس و نکات مهم کتاب
- ☐ پاسخ تشریحی خودآزمایی هر فصل
- ☐ بانک سوالات چهارگزینه‌ای کلیه‌ی مطالب کتاب به صورت فصل به فصل
- ☐ بانک سوالات امتحانی
- ☐ پاسخنامه‌ی تشریحی / کلیدی

مؤلفان: شهرام هاشم‌نیا - سید حسین میر محمد حسینی

هاشم‌نیا، شهرام، ۱۳۴۶ -  
 راهنما و بانک سؤالات امتحانی بازاریابی بین‌المللی در رشته‌ی مدیریت بازرگانی براساس کتاب  
 میرزا حسن حسینی، ویژه‌ی دانشجویان دانشگاه پیام نور؛ شامل یک دوره تدریس روان و کامل مطالب  
 درسی ... / مؤلفان شهرام هاشم‌نیا، حسین میر محمد حسینی. تهران: استادی، ۱۳۸۶.  
 ۲۰۸ ص.

ISBN: 964-546-061-1 ۲۷۰۰۰ ریال

فهرست نویسی براساس اطلاعات فیپا.

این کتاب راهنمای کتاب «بازاریابی بین‌المللی (رشته‌ی مدیریت بازرگانی)» میرزا حسن حسینی است.  
 ۱ - بازاریابی بین‌المللی (رشته‌ی مدیریت بازرگانی). الف: آموزش از راه دور - ایران. ب: صادرات و  
 واردات - بازاریابی - آموزش برنامه‌ای. ۲ - میر محمد حسینی، حسین ۳. حسینی، میرزا حسن.  
 بازاریابی بین‌المللی (رشته‌ی مدیریت بازرگانی). دانشگاه پیام نور.

۳۷۸/۱۷۵۰۹۵۵

LC۵۸۰۸ / الف ۹ / ح ۵۳۲۷

۱۰۲۸۷۹۱

کتابخانه‌ی ملی ایران



نشانی: خیابان انقلاب - خیابان فخر رازی - خیابان لبافی‌نژاد - پلاک ۱۵۲

تلفن: ۶۶۴۹۰۴۶۱ - ۶۶۴۹۳۳۲۶ - ۶۶۴۰۱۲۹۵ - ۶۶۴۰۱۲۹۵ - دورنگار: ۶۶۴۹۰۴۶۲

عنوان کتاب: راهنما و بانک سؤالات امتحانی بازاریابی بین‌المللی

مؤلفان: شهرام هاشم‌نیا - سید حسین میر محمد حسینی

ناشر: انتشارات استادی

نوبت چاپ: اول - ۱۳۸۶

تیراژ: ۲۰۰۰ نسخه

چاپ: تصویر

صحافی: گروتبرگ

حروفچینی: واحد کامپیوتر استادی

طرح روی جلد: احمد آقایی زاده

لیتوگرافی: سعید دانش

قیمت: ۲۷۰۰ تومان

ISBN: 964 - 546 - 061 - 1

شابک: ۹۶۴ - ۵۴۶ - ۰۶۱ - ۱

## به نام خداوند جان و خرد

### مقدمه

با سپاس از خداوند سبحان که گران فرصتی عطا فرمود تا بتوانیم مجموعه‌ای از سری کتاب‌های راهنمای جامع دانشگاه پیام نور را تحت عنوان راهنما و بانک سؤالات بازاریابی بین‌المللی با توجه به رسالت و اهداف پویایی این دانشگاه تقدیم کلیه دانشجویان عزیز و خوانندگان گرامی نماییم.

در هزاره‌ی جدید، بازاریابی بین‌المللی روش زندگی شرکت‌هایی شده است که قصد دارند به بقا و رشد خود در این دنیای پویایی اقتصادی ادامه دهند. زیرا امروزه دهکده‌ی جهانی تبدیل به بازار جهانی شده است که در این بازار جهانی مرتب رقابت جدید می‌آیند و رقابتی قدیمی با روش‌های گوناگون در بازاریابی بین‌المللی برای خود روش‌های تازه‌ای ایجاد می‌کنند.

پدیده‌ی جهانی شدن، هم شرکت‌ها و هم دانشکده‌های مدیریت را وادار نموده است تا به شکل مدرن و پیچیده‌تری با بازاریابی بین‌المللی برخورد کنند و به این ترتیب مقوله‌ی بازاریابی بین‌المللی متناسب با نیاز بازار جهانی تکامل پیدا کرده است.

کتاب حاضر راهنمایی است منطبق بر کتاب «بازاریابی بین‌المللی» نوشته‌ی جناب آقای دکتر میرزا حسن حسینی که هم‌اکنون در دانشگاه پیام نور برای رشته‌ی مدیریت بازرگانی مقطع کارشناسی تدریس می‌شود. اما کلیه‌ی مدیران شرکت‌های تولیدی و خدماتی که قصد ورود به بازارهای خارجی را دارند و یا در حال حاضر محصولات خود را به بازارهای خارجی ارائه می‌دهند نیز می‌توانند از این کتاب استفاده نمایند.

هر فصل این مجموعه دربرگیرنده‌ی خلاصه‌ای از مطالب درسی، سؤالات تستی و تشریحی و نیز ارائه‌ی پاسخنامه‌ی آن می‌باشد. همچنین در انتهای کتاب نیز نمونه‌هایی از سؤالات سال‌های گذشته ارائه شده است که لازم می‌باشد دانشجویان عزیز قبل از مطالعه‌ی تست‌ها حتماً مطالب درسی را به نحو احسن مرور نمایند.

در خاتمه واجب می‌دانیم از تمامی کسانی که همکاری صمیمانه با اینجانبان داشته‌اند به خصوص از مدیریت محترم انتشارات استادی «جناب آقای دکتر استادی» و همکارانشان تقدیر و تشکر نماییم. بی‌شک مجموعه‌ی حاضر خالی از اشتباه نمی‌باشد لذا از کلیه‌ی اساتید، سروران و دانشجویان عزیز تقاضا می‌گردد مؤلفان را از رهنمودهای ارزنده‌ی خویش در خصوص پربارتر شدن این کتاب بی‌نصیب ننمایند.

امید است این کتاب گامی هر چند کوتاه در جهت کمک به دانشجویان عزیز و خوانندگان گرامی باشد.

با احترام فراوان

شهرام هاشم‌نیا و سیدحسین میر محمدحسینی

## به نام خدایی که دانشور است

### مقدمه‌ی ناشر

سخنی چند با دانشجویان فرهیخته‌ی دانشگاه پیام نور

خاتم ملک سلیمان است علم      جمله عالم صورت و جان است علم

انتشارات استادی با سابقه‌ی درخشان، مفتخر است حاصل تجربیات خود، کارشناسان و مدرسان دانشگاه پیام نور را با شیوه‌ای مناسب در امر آموزش و آزمون‌سازی در اختیار شما عزیزان قرار دهد. امید است این مجموعه کتاب‌ها، قبولی شما را در امتحانات پایانی تضمین نماید.

**کتاب‌های راهنما و بانک سؤالات امتحانی انتشارات استادی دارای ویژگی‌های زیر است:**

۱- آموزش و تست‌ها براساس اصول علمی و صحیح ارزشیابی تهیه شده‌اند، به‌طوری که تمام اهداف اصلی و فرعی کتاب را برآورده ساخته و دانشجویان را با شیوه و نمونه سؤالات امتحانی آشنا می‌سازد.

۲- سؤالات، همگام با موضوعات گوناگون کتاب تدوین شده است تا دانشجویان با توجه به ناتوانی و کاستی‌های خود به سؤالات موردنظر مراجعه نمایند.

۳- سؤالات به گونه‌ای تنظیم شده است که تمام موارد ساده و دشوار را دربر گرفته، در حد امکان جایی برای سؤال جدید باقی نگذارد.

۴- در میان سؤالات یاد شده، نمونه سؤالات امتحانی سال‌های گذشته نیز گنجانده شده است تا دانشجویان گرمای احساس کنند که سؤالات کتاب با سؤالات امتحانی جدایی و فاصله ندارد.

۵- کلیه سؤالات (تألیفی - امتحانی) به صورت درس به درس یا فصل به فصل تدوین شده است تا با سیر آموزش کتاب منطبق باشد.

۶- کتاب درسی دربرگیرنده‌ی چهارچوب کلی است و دانشجویان عزیز پس از فراگیری مطالب آن باید بتوانند از عهده‌ی پاسخ به سؤالات مشابه برآیند. به همین دلیل در طرح سؤالات این کتاب‌ها، نمونه سؤالاتی ارائه شده تا قدرت درک و فهم را در دانشجویان تقویت نموده و آنان را قادر سازد تا آموخته‌های خود را تعمیم داده و به صورت کاربردی مورد استفاده قرار دهند.

۷- در پاسخ‌های تشریحی خودآزمایی، تمرین یا پرسش‌های کتاب درسی سعی شده است تا در کنار آشکار ساختن پاسخ درست، توضیحی درخور و شایسته که توانایی آموزش مطالب را دربر داشته باشد، ارائه گردد.

۸- نمونه سؤالات امتحانی در انتهای کتاب، دانشجویان را جهت خودآزمایی برای امتحان پایانی آماده می‌سازد.

موفق و پیروز باشید.

**استادی**

## فهرست مطالب

|    |                                                                      |   |
|----|----------------------------------------------------------------------|---|
| ۷  | فصل اول: کلیات بازاریابی بین‌المللی                                  | ۵ |
| ۹  | خودآزمایی فصل اول                                                    |   |
| ۱۱ | بانک سؤالات چهارگزینه‌ای فصل اول                                     |   |
| ۱۳ | پاسخنامه‌ی بانک سؤالات چهارگزینه‌ای فصل اول                          |   |
| ۱۴ | فصل دوم: محیط فرهنگی در بازاریابی بین‌المللی                         | ۵ |
| ۱۹ | خودآزمایی فصل دوم                                                    |   |
| ۲۳ | بانک سؤالات چهارگزینه‌ای فصل دوم                                     |   |
| ۲۸ | پاسخنامه‌ی بانک سؤالات چهارگزینه‌ای فصل دوم                          |   |
| ۲۹ | فصل سوم: محیط اقتصادی در بازاریابی بین‌المللی                        | ۵ |
| ۳۸ | خودآزمایی فصل سوم                                                    |   |
| ۴۳ | بانک سؤالات چهارگزینه‌ای فصل سوم                                     |   |
| ۵۰ | پاسخنامه‌ی بانک سؤالات چهارگزینه‌ای فصل سوم                          |   |
| ۵۱ | فصل چهارم: محیط سیاسی و قانونی در بازاریابی بین‌المللی               | ۵ |
| ۵۹ | خودآزمایی فصل چهارم                                                  |   |
| ۶۳ | بانک سؤالات چهارگزینه‌ای فصل چهارم                                   |   |
| ۶۶ | پاسخنامه‌ی بانک سؤالات چهارگزینه‌ای فصل چهارم                        |   |
| ۶۷ | فصل پنجم: تحقیقات بازاریابی بین‌المللی                               | ۵ |
| ۷۳ | خودآزمایی فصل پنجم                                                   |   |
| ۷۷ | بانک سؤالات چهارگزینه‌ای فصل پنجم                                    |   |
| ۸۰ | پاسخنامه‌ی بانک سؤالات چهارگزینه‌ای فصل پنجم                         |   |
| ۸۱ | فصل ششم: استراتژی‌های ورود به بازارهای جهانی در بازاریابی بین‌المللی | ۵ |
| ۸۹ | خودآزمایی فصل ششم                                                    |   |
| ۹۳ | بانک سؤالات چهارگزینه‌ای فصل ششم                                     |   |
| ۹۷ | پاسخنامه‌ی بانک سؤالات چهارگزینه‌ای فصل ششم                          |   |

|     |                                                                                          |
|-----|------------------------------------------------------------------------------------------|
| ۹۸  | فصل هفتم: سیاست‌های تولید در بازاریابی بین‌المللی                                        |
| ۱۰۷ | خودآزمایی فصل هفتم                                                                       |
| ۱۱۲ | بانک سؤالات چهارگزینه‌ای فصل هفتم                                                        |
| ۱۱۶ | پاسخنامه‌ی بانک سؤالات چهارگزینه‌ای فصل هفتم                                             |
| ۱۱۷ | فصل هشتم: کانال‌های توزیع در بازاریابی بین‌المللی                                        |
| ۱۲۹ | خودآزمایی فصل هشتم                                                                       |
| ۱۳۴ | بانک سؤالات چهارگزینه‌ای فصل هشتم                                                        |
| ۱۳۹ | پاسخنامه‌ی بانک سؤالات چهارگزینه‌ای فصل هشتم                                             |
| ۱۴۰ | فصل نهم: تبلیغات در بازاریابی بین‌المللی                                                 |
| ۱۴۷ | خودآزمایی فصل نهم                                                                        |
| ۱۵۱ | بانک سؤالات چهارگزینه‌ای فصل نهم                                                         |
| ۱۵۵ | پاسخنامه‌ی بانک سؤالات چهارگزینه‌ای فصل نهم                                              |
| ۱۵۶ | فصل دهم: قیمت‌گذاری در بازارهای بین‌المللی                                               |
| ۱۷۰ | خودآزمایی فصل دهم                                                                        |
| ۱۷۴ | بانک سؤالات چهارگزینه‌ای فصل دهم                                                         |
| ۱۷۹ | پاسخنامه‌ی بانک سؤالات چهارگزینه‌ای فصل دهم                                              |
| ۱۸۰ | فصل یازدهم: سازماندهی و برنامه‌ریزی فعالیت‌ها در بازاریابی بین‌المللی                    |
| ۱۸۵ | خودآزمایی فصل یازدهم                                                                     |
| ۱۸۹ | بانک سؤالات چهارگزینه‌ای فصل یازدهم                                                      |
| ۱۹۱ | پاسخنامه‌ی بانک سؤالات چهارگزینه‌ای فصل یازدهم                                           |
| ۱۹۲ | بانک سؤالات امتحانی بازاریابی بین‌المللی - دانشگاه پیام نور - آزمون شماره «۱»            |
| ۱۹۶ | پاسخنامه‌ی بانک سؤالات امتحانی بازاریابی بین‌المللی - دانشگاه پیام نور - آزمون شماره «۱» |
| ۱۹۸ | بانک سؤالات امتحانی بازاریابی بین‌المللی - دانشگاه پیام نور - آزمون شماره «۲»            |
| ۲۰۱ | پاسخنامه‌ی بانک سؤالات امتحانی بازاریابی بین‌المللی - دانشگاه پیام نور - آزمون شماره «۲» |
| ۲۰۳ | بانک سؤالات امتحانی بازاریابی بین‌المللی - دانشگاه پیام نور - آزمون شماره «۳»            |
| ۲۰۷ | پاسخنامه‌ی بانک سؤالات امتحانی بازاریابی بین‌المللی - دانشگاه پیام نور - آزمون شماره «۳» |