

**PART A: Grammar**

Directions: Choose the word or phrase (1), (2), (3), or (4) that best completes the blank. Then, mark the correct choice on your answer sheet.

1- You can skip around within a section, so answer the questions that are easiest for you, the more difficult questions for the end.

- 1) by saving 2) saving 3) it saves 4) save

2- While Marion Park is still the largest park, it is no longer as popular as

- 1) it was once 2) once was 3) once was it 4) was once

3- Coffee seems to be one of the world's biggest and most enduring passions, as coffee houses continue to pop up on every corner, beans from multiple exotic and sometimes completely unfamiliar locations.

- 1) each one sports 2) sporting each one
3) each one sporting 4) in each one of which it sports

4- of metal, this mechanism is approximately the size of a shoebox.

- 1) To be made 2) Having made 3) Made 4) Been made

5- The process by which a hostile or unsuitable environment is transformed into is called terraforming.

- 1) sustaining one that human life 2) one that can sustain human life
3) that of one to sustain human's life 4) that one is sustained by humans' life

6- In the case of humans, when a person becomes infected and the resistant bacteria set up home in the gut, the sufferer has two choices:

- 1) you should look for help or stay at home 2) whether look for help or stay at home
3) looking for help or stay at home 4) look for help or stay at home

7- Regularly taking part in a demanding and potentially dangerous activity leads to enhanced physical conditioning, speed of thought and reaction time.

- 1) which improve 2) which it improves
3) as well as improved 4) in addition to improve

8- In 1900, this area had a combination of residential and industrial features, but by 1935 the industrial features

- 1) had disappeared 2) would disappear 3) to have disappeared 4) was disappearing

PART B: Vocabulary

Directions: Choose the word or phrase (1), (2), (3), or (4) that best completes the blank. Then, mark the correct choice on your answer sheet.

9- The of a second row of houses on Bayley Street and the removal of the railway line made room for a spacious park and children's play area.

- 1) deficiency 2) demarcation 3) deterrence 4) demolition

10- The coach knows the sport inside out, and we treat her with the respect she

- 1) exposes 2) deserves 3) diffuses 4) reminds



- 11- The virus remains in nerve tissue until activated.
 1) innate 2) harmful 3) dormant 4) diverse
- 12- In order to cut costs, my boss has asked me to eliminate all positions that are not to day-to-day operations.
 1) indispensable 2) indeterminate 3) incompatible 4) indiscriminate
- 13- In Hank's family, the genetic factors of must be strong because most of the members live to be over ninety years of age.
 1) prosperity 2) longevity 3) perception 4) anticipation
- 14- The amount of air coming from the vents is and not nearly enough to cool the room.
 1) exceptional 2) terrestrial 3) momentous 4) negligible
- 15- The cup warmer will allow your beverage to its temperature for at least an hour.
 1) retain 2) reverse 3) rotate 4) regress
- 16- Glenn's lack of of the guitar is what caused his audience to leave the recital during the intermission.
 1) impact 2) reception 3) mastery 4) performance
- 17- The newspaper's crossword puzzles are definitely, although they get harder as the week goes on, and Saturday's puzzle is a real brainteaser.
 1) flexible 2) soluble 3) tangible 4) demanding
- 18- It is rumored that dogs have a great for cats, yet Lois's two dogs and three cats get along famously.
 1) compromise 2) antipathy 3) consequence 4) hesitation
- 19- Given how hot it had been all day, someone was bound to the idea of going swimming.
 1) provoke 2) apply 3) confirm 4) broach
- 20- Because the scientist knew his solution was not evident, he tried to offer his investors a alternative so they would continue to fund his research.
 1) derivative 2) plausible 3) customary 4) puzzling

PART C: Reading Comprehension

Directions: Read the following two passages and decide which choice (1), (2), (3), or (4) best answers each question. Then mark the correct choice on your answer sheet.

PASSAGE 1:

The most basic definition of work is "energy and effort expended in performance of a task." Essentially, all jobs and tasks require you to spend energy and effort in some form, be it physical or mental. But even at this crude and simple level, work has an appreciable effect on the brain that can, and probably does, make us happier. Copious evidence shows the more physically active you are, the better your brain works. Makes sense; the brain, a biological organ, needs energy and nutrients (more than other organs). Increased physical activity strengthens and improves the heart, reduces fat and cholesterol, speeds up metabolism, all of which improves the supply of blood and nutrients to the brain, increasing its ability to do ... anything, really.

Physical activity seems to have an even more "direct" effect on the brain, by increasing output of Brain Derived Neurotrophic Factor, BDNF, a protein that stimulates growth and production of new brain cells. This could explain the many reported neurological benefits of physical activity, such as enhancing learning ability and memory, increased hippocampal volume and higher levels of gray matter throughout the brain. Studies also suggest that children who engage in more physical, sporting activity often do better on academic tests.

بخش اول: دستور زبان

در سؤالات زیر، از بین گزینه‌های (۱)، (۲)، (۳) و (۴) پاسخی را انتخاب کنید که به بهترین نحو جای خالی را پر کند. آنگاه پاسخ‌تان را روی پاسخنامه علامت بزنید.

۱- گزینه «۲» می‌توانید بدون پرداختن به بعضی از سؤالات از آنها رد شوید. بنابراین با سؤالات آسان‌تر شروع کنید و سؤالات سخت‌تر را برای آخر بگذارید. توضیح: در این تست ترکیب دو جمله‌واره مستقل (independent clause) زیر که از نوع جمله‌ی امری هستند، مد نظر است.

Answer the questions that are easiest for you.
Save the more difficult questions for the end.

می‌توانیم این دو جمله‌واره را با حرف ربط and به صورت زیر به هم وصل کنیم:

... answer the questions that are easiest for you, and save the more difficult questions for the end.
پس تا الان گزینه‌ی (۴) رد می‌شود چون باید به صورت and save باشد. گزینه‌ی (۱) به خاطر کامای قبل از جای خالی کنار می‌رود. (به عنوان یک قانون کلی، هیچ وقت بعد از کاما گزینه‌هایی را که با by یا to شروع می‌شوند، انتخاب نکنید.) گزینه‌ی (۳) هم زمانی ارزش بررسی کردن دارد که کاما، به صورت نقطه و it به صورت It باشد. اما می‌رسیم به دلیل صحیح بودن گزینه‌ی (۲). می‌توانیم در جمله بالا کلمه and را حذف کنیم ولی باید ing را به فعل save اضافه کنیم: (شبیه به این تست توی مبحث وجه وصفی زیاد داریم)

... answer the questions that are easiest for you, **saving** the more difficult questions for the end.

۲- گزینه «۱» با اینکه پارک ماریون همچنان بزرگترین پارک می‌باشد، دیگر محبوبیت گذشته را ندارد.

توضیح: در این تست قصد داریم محبوبیت کنونی پارک ماریون را با محبوبیت آن در گذشته مقایسه کنیم. بنابراین جای خالی باید با یکی از موارد زیر پر شود:

While Marion Park is still the largest park, **it is no longer as popular as it was once.**

While Marion Park is still the largest park, it is no longer as popular as **it once was.**

While Marion Park is still the largest park, it is no longer as popular as **was it once.**

همچنین چون بعد و قبل از ترکیب as ... as به ساختار موازی نیاز داریم، فقط گزینه‌ی ۱ صحیح است.

۳- گزینه «۳» به نظر می‌رسد قهوه یکی از مهمترین و ماندگارترین علایق جهان است چون کافی‌شاپ‌ها در تمام نقاط شهر به چشم می‌خورند و هر یک قهوه را از چندین محل ناآشنا و عجیب می‌آورند.

توضیح: گزینه (۴) به راحتی رد می‌شود چون مثال بارزی از حشو است. در گزینه‌ی (۲)، each one beans ترکیب نادرستی است چون بعد از one باید اسم مفرد bean بیاید.

در این تست اساساً ترکیب و تلفیق دو جمله با فاعل غیریکسان مدنظر است. در نتیجه در جای خالی ابتدا باید فاعل و سپس فعل ing بیاید. حتی می‌توان در این مورد کلمه one را حذف کرد و یا قبل از each حرف with آورد. یعنی به صورت زیر:

....as coffee houses continue to pop up on every corner, **(with) each (one) sporting** beans

مثال بیشتر:

Passengers traveled in a variety of stagecoaches, the best of which had four benches, **each holding** three persons.

۴- گزینه «۳» این دستگاه از فلز ساخته شده و تقریباً به اندازه یک جعبه کفش است.

توضیح: در مبحث کوتاه کردن گزاره‌های وصفی و بدل، شبیه به این تست به وفور آورده‌ایم. در واقع این تست در ابتدا به صورت زیر بوده:

This mechanism, **which is made of metal**, is approximately the size of a shoebox.

اکنون می‌توانیم با حذف which یک عبارت وصفی بسازیم:

This mechanism, **made of metal**, is approximately the size of a shoebox.

عبارت وصفی بالا را می‌توانیم به قبل فاعل ببریم:

Made of metal, this mechanism is approximately the size of a shoebox.

۵- گزینه «۲» در پروسه‌ی زمین‌سازی، یک محیط خشن و نامناسب به محیطی زیست‌پذیر تبدیل می‌شود.

توضیح: در گزینه‌ی (۳)، عبارت that of one نادرست است. در صورت سوال، دو تا فعل می‌بینیم. یکی فعل transform که فعل گزاره وصفی است و دیگری فعل call که فعل اصلی صورت سوال است. با این حساب می‌توانیم گزینه (۴) را هم حذف کنیم چون is sustained به عنوان فعل اصلی به کار رفته؛ در حالی که می‌دانیم هر جمله باید فقط و فقط یک فعل اصلی داشته باشد. و نهایتاً گزینه (۱) جمله را ناقص می‌کند.



۶- گزینه «۴» زمانی که شخصی دارای عفونت باشد و باکتری مقاوم در شکم او خانه کند، تنها دو راه پیش روی خود دارد: یا در خانه بماند و یا اینکه از دیگران کمک بگیرد.

توضیح: اساساً در زبان انگلیسی choice یا حق انتخاب را با or نشان می‌دهند یا با either ...or نه با whether ...or (چه ... چه). دوماً چون قبل از جای خالی از دو نقطه استفاده شده، دیگر نیازی به کاربرد whether نیست (علت نادرست بودن گزینه ۲). همچنین وقتی دو ساختار با حرف ربط همپایه‌ساز or به هم وصل می‌شوند، باید ساختار موازی رعایت شود اما در گزینه (۳)، looking با stay موازی نیست. گزینه (۱) هم به این دلیل نادرست است که you ضمیر مناسبی برای اسم a person نیست. در واقع گزینه (۱) در صورتی صحیح است که به جای you از he/she استفاده شود.

۷- گزینه «۳» شرکت کردن در یک فعالیت سخت و به‌طور بالقوه خطرناک باعث بهبود شرایط فیزیکی بدن و بهبود سرعت تفکر و واکنش انسان می‌شود. توضیح: گزینه ۴) به این دلیل رد می‌شود که بعد از in addition to اگر قرار باشد فعل بیاید، باید به صورت اسم جراند (فعل ing) باشد، یعنی improving. گزینه ۲) نمونه بارزی از حشو است چون which و it را با هم به کار برده. گزینه (۱) هم نادرست است چون باید به صورت which improves باشد. گزینه (۳) کاملاً صحیح است که در اینجا قبل as well as (علاوه بر، و) عبارت enhanced physical conditioning را داریم که با improved speed of thought می‌تواند جفت خوبی بسازد.

۸- گزینه «۱» این منطقه در سال ۱۹۰۰ دارای ساختمان‌های مسکونی و صنعتی بود، اما در سال ۱۹۳۵ دیگر یک منطقه صنعتی به شمار نمی‌آمد. توضیح: به خاطر کاربرد but در صورت سؤال، به فعل نیاز داریم نه مصدر با to (رد گزینه ۳). همچنین industrial features به فعل were نیاز دارد نه was (رد گزینه ۴). نهایتاً اینکه چون نویسنده از واقعیتی صورت گرفته خبر دارد، نیازی به ساختار آینده در گذشته نیست (رد گزینه ۲).

بخش دوم: واژگان

دستورالعمل: در سؤالات زیر، از بین گزینه‌های (۱)، (۲)، (۳) و (۴) پاسخی را انتخاب کنید که به بهترین نحو جای خالی را پر کند. آنگاه پاسخ‌تان را روی پاسخنامه علامت بزنید.

۹- گزینه «۴» تخریب خانه‌های ردیف دوم در خیابان بیلی و انتقال خط راه‌آهن، فضای مناسبی را برای ساخت پارک و شهرسازی فراهم کرد. (۱) نقص، کمبود (۲) علامت‌گذاری، تعیین مرز (۳) منع، بازداری (۴) تخریب

۱۰- گزینه «۲» مربی معلومات زیادی از آن رشته‌ی ورزشی دارد و ما طوری به او احترام می‌گذاریم که شایسته آن باشد. (۱) افشا کردن (۲) شایسته بودن (۳) پخش کردن، پراکندن (۴) به یاد آوردن، یادآوری کردن

۱۱- گزینه «۳» این ویروس تا زمان فعال شدن، در بافت‌های عصبی غیرفعال باقی می‌ماند. (۱) ذاتی، درونی (۲) مضر، زیان‌بار (۳) خاموش، نهفته، غیرفعال (۴) گوناگون

۱۲- گزینه «۱» رئیس شرکت از من خواسته برای کاهش هزینه‌ها، عناوین شغلی غیر ضروری را حذف کنم. (۱) ضروری، جدایی‌ناپذیر (۲) نامعلوم، تعیین نشده (۳) ناسازگار، نامناسب (۴) خالی از تبعیض، آشفته، بی‌ملاحظه

۱۳- گزینه «۲» فاکتورهای ژنتیکی طول عمر در خانواده هانک قوی هستند زیرا اکثر اعضای خانواده او بیش از نود سال عمر می‌کنند. (۱) موفقیت، شکوفایی (۲) طول عمر، عمر طولانی (۳) آگاهی، ادراک (۴) پیش‌بینی، انتظار

۱۴- گزینه «۴» میزان هوای خروجی از دریچه بسیار ناچیز بوده و برای خنک کردن اتاق کافی نیست. (۱) استثنائی، فوق‌العاده (۲) دنیوی (۳) مهم، خطریر (۴) ناچیز، جزئی

۱۵- گزینه «۱» دستگاه گرم‌کن فنجان باعث می‌شود که نوشیدنی شما حداقل یک ساعت دمای خود را حفظ کند. (۱) حفظ کردن (۲) وارونه کردن (۳) چرخاندن، چرخیدن (۴) پس‌روی کردن

۱۶- گزینه «۳» حضار در زمان تنفس (فاصله بین دو اجرا)، به علت تسلط پایین گُلن به گیتار، اجرای تکنوازی او را ترک کردند. (۱) تأثیر، برخورد (۲) پذیرش، قبول (۳) خبرگی، تسلط (۴) اجرا، عملکرد

۱۷- گزینه «۲» جدول‌های این روزنامه قطعاً قابل حل هستند، هر چند هر چه به آخر هفته نزدیک‌تر می‌شویم، پیچیدگی جدول‌ها بیشتر شده طوری که جدول روز شنبه بسیار دشوار می‌باشد.

(۱) منقطع (۲) قابل حل، حل‌شدنی (۳) ملموس (۴) سخت، دشوار

سؤالات علوم ورزشی - مدیریت ورزشی

مجموعه دروس تخصصی (آمار، سنجش و اندازه‌گیری در تربیت بدنی، مدیریت رویدادها و اماکن و تأسیسات ورزشی، اصول و مبانی مدیریت در سازمان ورزشی، بازاریابی ورزشی)

کله ۱- اگر ضریب تمیز یک امتحان صفر شده باشد، سطح دشواری چه وضعیتی می‌تواند داشته باشد؟

- (۱) از صفر تا صد متغیر است. (۲) حتماً ۵۰ درصد است. (۳) حتماً صفر است. (۴) حتماً صد است.

کله ۲- در جامعه‌ای نرمال برای برآورد میانگین جامعه از روی نمونه، اگر میانگین وزن در نمونه تصادفی ۲۵ تایی برابر با ۶۷ کیلوگرم و ضریب تغییرات وزن ۱۵ درصد باشد، با احتمال ۶۸ درصد میانگین نمونه به‌طور تقریبی در چه دامنه‌ای از میانگین جامعه قرار دارد؟

- (۱) ۶۳ - ۷۱ (۲) ۶۴ - ۷۰ (۳) ۶۵ - ۶۹ (۴) ۶۶ - ۶۸

کله ۳- مجموع حاصل ضرب نمرات استاندارد طول قد ایستاده (Z_x) و رکورد پرش ارتفاع (Z_y) ۱۰ نفر از برترین‌های جهان ($\sum Z_x Z_y = 7/55$) است. میزان همپوشانی این دو متغیر چند درصد است؟

- (۱) ۷۰ (۲) ۷۵ (۳) ۸۰ (۴) ۸۵

کله ۴- میانگین نمرات آزمون میان ترم درس فیزیولوژی دانشجویان ۱۶ است. در صورتی که در آزمون ماه بعد نمره ثلث کلاس ۶/۰ میانگین افزایش و نیمی از کلاس ۲/۰ میانگین کاهش یابد، میانگین جدید کدام است؟

- (۱) ۱۷/۳ (۲) ۱۷ (۳) ۱۶/۳ (۴) ۱۶/۱

کله ۵- میانگین وزن داوطلبان ورود به رشته تربیت بدنی در یک نمونه آماری ۱۰۰ نفری برابر با ۷۰ کیلوگرم و میانگین رکورد بارفیکس آنها ۲۴ تکرار است. اگر ضریب همبستگی بین وزن و بارفیکس $-0/45$ و مقدار شیب خط $b = -0/6$ باشد، رکورد بارفیکس داوطلبی که وزنش ۸۰ کیلوگرم است، چقدر پیش‌بینی می‌شود؟

- (۱) ۲۱ (۲) ۲۰ (۳) ۱۹ (۴) ۱۸

کله ۶- یک گروه ۱۰ نفری در آزمون چابکی دو مرتبه شرکت کردند. اگر مجموع تفاضل رکوردهای دو مرتبه ۵۰ و خطای استاندارد تفاضل ۵ باشد، ارزش t وابسته چند است؟

- (۱) ۱۰ (۲) ۵ (۳) ۱ (۴) ۰/۵

کله ۷- در استفاده از آزمون آماری آنوای دوراهه، در چه صورتی مفروضه متعامد بودن برقرار خواهد شد؟

- (۱) نمونه باید وابسته باشد.
(۲) واریانس‌های جامعه باید متفاوت باشد.
(۳) اندازه نمونه در همه خانه‌ها برابر باشد.
(۴) جامعه‌هایی که نمونه‌ها از آن انتخاب شده‌اند باید توزیع دوجمله‌ای داشته باشند.

کله ۸- اگر برای آزمون زمان واکنش ۱۶ ژیمناست و ۱۴ دوندۀ از نسبت t استفاده شود، درجه آزادی آن کدام است؟

- (۱) ۲ (۲) ۲۸ (۳) ۲۹ (۴) ۳۰

کله ۹- در یک گروه ۲۰۰ نفری با فرض طبیعی بودن توزیع متغیر در جامعه، حدوداً چند نفر در محدوده یک واحد بالاتر از میانگین و دو واحد پایین‌تر از میانگین قرار دارند؟

- (۱) ۸۴ (۲) ۹۵ (۳) ۱۶۴ (۴) ۱۹۶

کله ۱۰- اگر پاسخ‌ها در قالب تکرار در یک مقیاس ۷ ارزشی به دست آیند، کدام آزمون برای مقایسه پاسخ‌های زنان و مردان در مورد اینکه «آیا تمرینات اسپارک برای کودکان مفید است.» استفاده می‌شود؟

- (۱) خی دو (۲) تی زوجی (۳) آنوا یک راهه (۴) تی دو نمونه مستقل

کله ۱۱- در توزیع اعداد فرد بین ۲۰ تا ۹۰، عدد ۵۵ سه بار و مابقی اعداد یک بار، تکرار شده است. میانگین، میانه و نما به ترتیب (از راست به چپ)، کدام است؟

- (۱) ۵۵ - ۵۵ - ۵۵ (۲) ۵۵ - ۵۵/۵ - ۵۵ (۳) ۵۵ - ۵۵ - نداریم (۴) ۵۵/۵ - ۵۵ - نداریم



کله ۱۲- قبل از برگزاری مسابقات شیرجه، برای داوران کلاس‌های آموزشی برای تعیین روش دقیق نمره‌دهی برگزار می‌شود. این کار برای بالا بردن کدام ویژگی آزمون است؟

- (۱) روایی (۲) عینیت (۳) هنجار (۴) پایایی

کله ۱۳- در معادله پیش‌بینی قدرت بدنی از روی وزن دانش‌آموزان، عرض از مبدأ برابر با ۱۲ و شیب خط برابر با ۲ است. در صورتی که وزن یک دانش‌آموز برابر ۶۰ باشد، قدرت بدنی او چقدر است؟

- (۱) ۷۴ (۲) ۸۴ (۳) ۱۲۰ (۴) ۱۳۲

کله ۱۴- اگر در درس سنجش و اندازه‌گیری با فرض طبیعی بودن توزیع نمرات، میانگین نمرات ۱۴ و واریانس ۴ باشد، دامنه نمرات یک واحد پایین‌تر از میانگین تا ۱/۵ واحد بالاتر از میانگین کدام است؟

- (۱) ۹-۱۱/۵ (۲) ۱۲-۱۷ (۳) ۱۳-۱۵/۵ (۴) ۱۰-۲۰

کله ۱۵- متغیری که میزان و یا جهت رابطه بین متغیر مستقل و وابسته را تحت تأثیر قرار می‌دهد، چه نام دارد؟

- (۱) پیش‌بین (۲) کنترل (۳) تعدیل‌کننده (۴) میانجی

کله ۱۶- اگر ضریب پایایی (reliability) یک پرسشنامه برابر با ۰/۷۵ باشد، ضریب همبستگی بین دو نیمه پرسشنامه کدام است؟

- (۱) ۰/۳۸ (۲) ۰/۵۶ (۳) ۰/۶۰ (۴) ۰/۷۵

کله ۱۷- خطای استاندارد میانگین به صورت تعریف می‌شود.

- (۱) خطا در محاسبه میانگین (۲) تفاوت در میانگین نمونه و جمعیت
(۳) خطا در اندازه‌گیری داده‌هایی که میانگین از آن به دست می‌آید. (۴) اختلاف در میانگین بین نمونه‌های گرفته شده از جمعیت مشابه

کله ۱۸- همبستگی جزئی (تفکیکی) با داده‌هایی محاسبه می‌شوند که در اندازه‌گیری شده باشند.

- (۱) مقیاس فاصله‌ای (۲) مقیاس ترتیبی (۳) مقیاس اسمی (۴) در هر مقیاسی

کله ۱۹- میانگین رکورد دوی سرعت در یک گروه ۳۰ نفره با توزیع طبیعی برابر با ۲۰ ثانیه و واریانس برابر با ۴ است. علی با رکورد ۲۲ ثانیه، از چند درصد گروه عملکرد بهتری داشته است؟

- (۱) ۲/۲۸ (۲) ۱۵/۸۷ (۳) ۸۴/۱۳ (۴) ۹۷/۷۲

کله ۲۰- در آزمون میدانی «رست» (RASTW) برای سنجش و برآورد توان، به ترتیب (از راست به چپ) تعداد تکرارها و طول مسافت دویدن چند متر است؟

- (۱) ۳۰، ۶ (۲) ۳۵، ۶ (۳) ۴۰، ۴ (۴) ۴۵، ۴

کله ۲۱- تدوین گزارشی جامع از اطلاعات و آمار مربوط به مسابقات، وظیفه کدام یک از بخش‌های برگزاری مسابقات است؟

- (۱) کمیته ارزیابی (۲) کمیته امور فنی (۳) کمیته روابط عمومی (۴) دبیرکل اجرایی

کله ۲۲- در مراسم افتتاحیه بازی‌های المپیک آتن، موقعیت تیم میزبان در رژه چگونه بود؟

- (۱) اولین تیم (۲) آخرین تیم
(۳) بر اساس حروف الفبای انگلیسی (۴) بر اساس حروف الفبای یونانی

کله ۲۳- کدام یک از موارد زیر جزو ویژگی‌های یک سیستم نظارت و کنترل مؤثر در رویداد محسوب نمی‌شود؟

- (۱) مبتنی بر اهداف رویداد بودن (۲) مقرون به صرفه بودن (۳) به موقع بودن (۴) کمی بودن

کله ۲۴- در الگوی برنامه‌ریزی رویدادهای ورزشی مسترمن، اولین گام بلافاصله بعد از تعیین هدف کدام است؟

- (۱) پیگیری پیشرفت اقدامات (۲) تخصیص منابع (۳) مفهوم‌یابی (۴) برنامه‌ریزی اجرایی

کله ۲۵- در یک دوره مسابقات، با شرکت ۲۲ تیم به صورت دوره‌ای و در ۴ گروه، تعداد بازی‌های انجام‌شده در مرحله دوره‌ای چقدر است؟

- (۱) ۴۰ (۲) ۴۵ (۳) ۵۰ (۴) ۵۵

کله ۲۶- کدام دو وظیفه یک مدیر رویداد ورزشی را می‌توان به منزله دو تیغه یک قیچی تشبیه کرد؟

- (۱) برنامه‌ریزی و کنترل (۲) برنامه‌ریزی و سازماندهی (۳) سازماندهی و نظارت (۴) سازماندهی و بودجه‌بندی

پاسخنامه علوم ورزشی - مدیریت ورزشی

مجموعه دروس تخصصی (آمار، سنجش و اندازه‌گیری در تربیت بدنی، مدیریت رویدادها و اماکن و تأسیسات ورزشی، اصول و مبانی مدیریت در سازمان ورزشی، بازاریابی ورزشی)

۱- گزینه «۱» با توجه به معادله ضریب تمیز داریم:

$$۱۰۰ \times \frac{\text{تعداد پاسخ صحیح گروه ضعیف} - \text{تعداد پاسخ صحیح گروه قوی}}{\text{تعداد یک گروه}} = \text{ضریب تمیز}$$

ضریب تمیز در صورتی صفر می‌شود که تعداد پاسخ صحیح گروه قوی و ضعیف برابر باشند. حال ممکن است تمامی افراد گروه قوی و ضعیف به سؤال پاسخ صحیح داده باشند یا ممکن است هیچ‌کدام از افراد گروه قوی و ضعیف به سؤال پاسخ صحیح نداده باشند. با توجه به فرمول ضریب دشواری داریم:

$$۱۰۰ \times \frac{\text{تعداد پاسخ صحیح گروه ضعیف} + \text{تعداد پاسخ افراد گروه قوی}}{\text{تعداد کل افراد}} = \text{ضریب دشواری}$$

اگر تمامی افراد گروه قوی و ضعیف به سؤال پاسخ صحیح داده باشند، ضریب دشواری برابر با صفر است. بنابراین اگر ضریب تمیز صفر باشد، سطح دشواری از صفر تا صد متغیر است.

۲- گزینه «۳»

$$\bar{X} = \text{خطای استاندارد میانگین} \quad Sd = \text{انحراف معیار} \quad n = ۲۵ \quad CV = ۱۵ \quad (\text{ضریب تغییرات}) \quad \bar{X} = ۶۷ \quad \text{میانگین}$$

$$CV = \frac{Sd}{\bar{X}} \times ۱۰۰ \Rightarrow ۱۵ = \frac{Sd}{۶۷} \times ۱۰۰ \Rightarrow Sd = \frac{۱۵ \times ۶۷}{۱۰۰} \approx ۱۰ \quad S_{\bar{X}} = \frac{Sd}{\sqrt{n}} = \frac{۱۰}{\sqrt{۲۵}} = \frac{۱۰}{۵} = ۲$$

$$\bar{X} \pm ۱(S_{\bar{X}}) \begin{cases} ۶۷ + ۱(۲) = ۶۹ \\ ۶۷ - ۱(۲) = ۶۵ \end{cases}$$

میانگین جامعه با ۶۸ درصد اطمینان بین ۶۵ - ۶۹ قرار دارد.

۳- هیچ‌کدام از گزینه‌ها صحیح نیست. برای به دست آوردن میزان همپوشانی دو متغیر باید از ضریب تعیین استفاده کرد.

$$V = \text{ضریب تعیین} \quad r_{xy} = \text{ضریب همبستگی بین دو متغیر}$$

$$V = (r_{xy})^2 \times ۱۰۰ \quad r_{xy} = \frac{\sum Z_x Z_y}{N} = \frac{۷ / ۵۵}{۱۰} = ۰ / ۷۵۵ \quad V = (۰ / ۷۵۵)^2 \times ۱۰۰ \approx ۵۷\%$$

میزان همپوشانی بین دو متغیر برابر با ۵۷ درصد می‌باشد.

سازمان سنجش گزینه (۱) را به عنوان پاسخ صحیح اعلام کرده است؛ اما با توجه به توضیحات فوق، هیچ‌کدام از گزینه‌ها صحیح نیست.

۴- گزینه «۴» با توجه به ویژگی میانگین داریم: هرگاه عددی به داده‌ها اضافه یا کم شود، در میانگین نیز همان داده اضافه یا کم می‌شود.

$$\frac{۱}{۳} \times ۰ / ۶ \Rightarrow \frac{۰ / ۶}{۳} = ۰ / ۲ \quad \text{به میانگین کل کلاس اضافه شده است.}$$

$$\frac{۱}{۲} \times (-۰ / ۲) = \frac{-۰ / ۲}{۲} = -۰ / ۱ \quad \text{از میانگین کلاس کم شده است.}$$

$$۱۶ + ۰ / ۲ - ۰ / ۱ = ۱۶ / ۱$$

با توجه به موارد بالا، میانگین جدید برابر است با:

۵- گزینه «۴» با توجه به معادله پیش‌بینی داریم:

$$y = a + bx$$

a: عرض از مبدأ (محل تلاقی خط رگرسیون با محور y)، b: شیب رگرسیون
ابتدا باید عرض از مبدأ را پیدا کنیم:

$$\bar{y} = a + b\bar{x}$$

$$۲۴ = a + (-۰ / ۶)(۷۰) \Rightarrow ۲۴ = a - ۴۲ \Rightarrow a = ۴۲ + ۲۴ = ۶۶$$

$$۶۶ + (-۰ / ۶)(۸۰) \Rightarrow ۶۶ - ۴۸ = ۱۸$$

حال رکورد بارفیکس فرد را محاسبه می‌کنیم:

رکورد بارفیکس فردی که دارای وزن ۸۰ کیلوگرم باشد، برابر با ۱۸ است.

- ضریب همبستگی به عنوان اطلاعات اضافی می‌باشد و تأثیری در این زمینه ندارد.



$$t = \frac{\bar{D}}{S_{\bar{D}}}$$

۶- گزینه «۳» با توجه به فرمول t وابسته داریم:

$\bar{D}$ = میانگین اختلاف بین نمره‌ها، $S_{\bar{D}}$ = خطای استاندارد تفاضل، D = تفاضل رکوردها، n = مجموع افراد

$$\bar{D} = \frac{\varepsilon D}{n} = \frac{50}{10} = 5 \Rightarrow t = \frac{5}{5} = 1$$

ارزش t وابسته برابر با ۱ می‌باشد.

۷- گزینه «۳» آنالیز واریانس دو طرفه (آنوای دوراهه)، تفاوت‌های میانگین بین گروه‌هایی را که در بین دو متغیر مستقل (عامل) تقسیم شده‌اند، مقایسه می‌کند. هدف اولیه آنوای دوراهه، فهمیدن این است که آیا اثر متقابل بین دو متغیر مستقل بر روی متغیر وابسته معنی‌دار است یا نه؟
- در آرایه‌شناسی یک طبقه‌بندی متعامد است که در هیچ موردی، هیچ عضوی در بیش از یک گروه عضو نباشد، این به معنی منحصر به فرد بودن متقابل طبقه‌بندی‌ها و عضوها است.

- از مفروضه‌های آنوای دوراهه متعامد بودن است، یعنی هر نمونه در این آزمون باید در یک گروه قرار گیرد (اعضا نباید در همه گروه‌ها باشند، بلکه هر کس باید در یک گروه باشد، چون قرار است گروه‌ها با هم مقایسه شوند و نباید اعضای مشترکی داشته باشند).
بنابراین در استفاده از آزمون آماری آنوای دوراهه، در صورتی که اندازه نمونه در همه خانه‌ها برابر باشد، مفروضه متعامد بودن برقرار است.

۸- گزینه «۲» چون گروه ژیمناستیک و دهنده از هم مستقل هستند، بنابراین درجه آزادی t مستقل را باید محاسبه نماییم:

$$d.f = n_1 + n_2 - 2 \Rightarrow d.f = 16 + 14 - 2 = 28$$

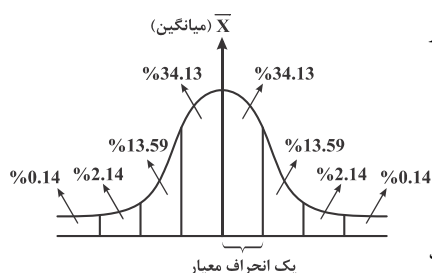
$d.f$ = درجه آزادی

درجه آزادی برابر با ۲۸ می‌باشد.

۹- گزینه «۳» در یک توزیع نرمال داریم:

در یک گروه با فرض طبیعی (نرمال) بودن توزیع متغیر جامعه، حدوداً ۳۴/۱۳٪ افراد، یک واحد بالاتر از $\bar{X}$ (میانگین) و حدوداً ۴۷/۷۲٪ افراد، دو واحد پایین‌تر از میانگین قرار دارند که در مجموع برابر است با:

$$34/13 + 47/72 = 81/85$$



$$\text{تعداد نفرات گروه} \uparrow \quad \text{تعداد افرادی که در این محدوده قرار دارند} = \frac{81/85 \times 200}{100} = \frac{16370}{100} = 164 \text{ نفر}$$

۱۰- گزینه «۱»

- انواع آزمون خی‌دو: (۱) آزمون خی‌دو برای نیکویی برازش و (۲) آزمون خی‌دو برای نیکویی استقلال
- مفروضه‌های آزمون خی‌دو: (۱) نمونه‌گیری باید به صورت تصادفی باشد، (۲) مشاهدات باید به صورت مستقل باشد و (۳) داده‌ها مقیاس اسمی باشد.
- هنگامی که پژوهشگر بخواهد معنی‌داری تفاوت بین متغیرهای طبقه‌ای را با یکدیگر بررسی کند، از آزمون خی‌دو برای استقلال استفاده می‌کند.
- در سؤال دو گروه مستقل داریم که پاسخ‌ها را در مقیاس اسمی انجام داده‌اند. پس بهترین آزمون، آزمون خی‌دو است.

۱۱- گزینه «۱» در توزیع مربوطه چون عدد ۵۵، سه بار تکرار شده است، نما برابر با ۵۵ می‌باشد.

برای محاسبه میانگین داریم، هنگامی که اعداد توزیع دارای فواصل یکسان هستند (مثل اعداد فرد یا زوج) کوچک‌ترین عدد را با بزرگ‌ترین عدد جمع

$$\bar{X} = \frac{21 + 89}{2} = \frac{110}{2} = 55$$

می‌کنیم و آن‌ها را تقسیم بر دو می‌کنیم.

میانگین اولیه

$$\bar{X} = \frac{55 + 55 + 55}{3} = 55$$

چون عدد ۵۵ دارای سه تکرار بود داریم:

میانگین همان ۵۵ می‌باشد. چون عدد ۵۵ در وسط توزیع (اعداد فرد بین ۲۰ تا ۹۰) قرار دارد و دارای تکرار نیز می‌باشد. از فرمول زیر جهت محاسبه میانه استفاده می‌کنیم.

$$\text{فاصله تا جایگاه میانه} \quad \text{حد پایین داده میانه} = \text{میانه} + \frac{1/5}{\text{تعداد داده تکراری}} = 54/5 + \frac{1/5}{3} \Rightarrow 54/5 + 0/5 = 55$$

۱۲- گزینه «۲» عینیت را می‌توان توافق نزدیک بین دو یا چند داور در دادن نمره به هر آزمودنی تعریف کرد. در این مورد می‌توانند داوران ژیمناستیک یا وقت نگه‌داران دوی ۱۰۰ متر باشند. عواملی که بر عینیت تأثیر می‌گذارد دو عامل هستند: عامل اول مشخص بودن روش نمره‌گذاری و دیگری درجه‌ای که داور می‌تواند نمره دقیقی بدهد. بنابراین برای بالا بودن عینیت آزمون، قبل از برگزاری مسابقه شیرجه، برای داوران کلاس‌های آموزشی برای تعیین روش دقیق نمره‌دهی برگزار می‌شود.

۱۳- گزینه «۴» با توجه به معادله پیش‌بینی داریم:

$$y = a + bx \quad (\text{وزن}) \Rightarrow y = 12 + (2)(60) = 12 + 120 = 132$$

a = عرض از مبدأ، b = شیب خط

بنابراین قدرت بدنی دانش‌آموز برابر با ۱۳۲ می‌باشد.

۱۴- گزینه «۲» در یک توزیع طبیعی، هر واحد برابر با یک انحراف معیار می‌باشد. ابتدا باید واریانس را به انحراف معیار تبدیل کنیم:

$$\text{انحراف معیار} = \sqrt{\text{واریانس}} = \sqrt{4} = 2$$

$\bar{X}$ = میانگین

$$\text{دامنه نمرات} = \begin{cases} \bar{X} + 1/5 \text{ (واحد)} \\ \bar{X} - 1 \text{ (واحد)} \end{cases} \Rightarrow \begin{cases} (14) + (1/5)(2) = 14 + 3 = 17 \\ (14) - (1)(2) = 14 - 2 = 12 \end{cases}$$

دامنه نمرات برابر با ۱۷-۱۲ می‌باشد.

۱۵- گزینه «۳» متغیر تعدیل‌کننده، متغیر مستقلی است که نقش ثانویه دارد. این متغیر، دومین متغیر مستقلی است که به خاطر تعیین تأثیر آن در رابطه بین متغیرهای مستقل و وابسته، انتخاب شده و مورد تجزیه و تحلیل قرار می‌گیرد.

بنابراین متغیری که میزان و جهت رابطه بین متغیر مستقل و وابسته را تحت تأثیر قرار می‌دهد، متغیر تعدیل‌کننده است.

متغیر کنترل: متغیری است که در پژوهش کنترل می‌کند تا از تأثیر و سوگیری بر متغیرهای دیگر جلوگیری شود.

۱۶- گزینه «۳» با توجه به فرمول ضریب پایایی داریم:

$$\text{ضریب پایایی} = \frac{2 \times r_{xy}}{1 + r_{xy}}$$

r_{xy} : ضریب همبستگی بین دو نیمه پرسشنامه

بنابراین داریم:

$$0/75 = \frac{2(r_{xy})}{1 + r_{xy}} \Rightarrow 0/75 + 0/75r_{xy} = 2r_{xy} \Rightarrow 0/75 = 2r_{xy} - 0/75r_{xy} \Rightarrow 0/75 = 1/25r_{xy} \Rightarrow r_{xy} = \frac{0/75}{1/25} = 0/6$$

۱۷- گزینه «۴» انحراف استاندارد توزیع نظری میانگین‌ها شاخصی است که به وسیله خطای نمونه‌گیری اندازه‌گیری می‌شود و آن را خطای استاندارد میانگین می‌نامند. برای برآورد میزان نزدیکی میانگین نمونه به میانگین جمعیت از آمارهای به نام خطای استاندارد میانگین استفاده می‌شود که فرمول آن برابر است با:

$$S_{\bar{X}}: \text{خطای استاندارد میانگین}, S_X: \text{انحراف استاندارد نمونه}, n: \text{اندازه یا حجم نمونه}$$

$$S_{\bar{X}} = \frac{S_X}{\sqrt{n}}$$

بنابراین خطای استاندارد میانگین به صورت اختلاف در میانگین بین نمونه‌های گرفته شده از جمعیت مشابه تعریف می‌شود.

۱۸- گزینه «۱» همبستگی جزئی یا تفکیکی، نوعی همبستگی است که ضمن محاسبه میزان روابط خطی بین دو متغیر، اثر سایر متغیرها را کنترل می‌کند. این ضریب، میزان همبستگی بین یک متغیر مستقل با متغیر وابسته را پس از حذف میزان همبستگی بین این دو متغیر با یک یا چند متغیر مستقل دیگر نشان می‌دهد. همبستگی جزئی، با داده‌هایی محاسبه می‌شوند که در مقیاس فاصله‌ای اندازه‌گیری شده باشند.

۱۹- گزینه «۲» با توجه به فرمول نمره Z داریم: (چون داده‌ها از نوع نزولی می‌باشد، از این فرمول استفاده می‌شود).

$$Z = \frac{\bar{X} - X}{Sd} \quad \bar{X} = \text{میانگین}, X = \text{نمره فرد}, Sd = \text{انحراف معیار}$$

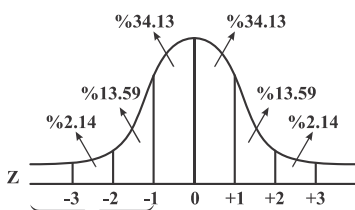
$$Sd = \sqrt{s} = \sqrt{4} = 2$$

ابتدا واریانس را تبدیل به انحراف معیار می‌کنیم:

$$Z = \frac{20 - 22}{2} = \frac{-2}{2} = -1$$

حال داریم:

فردی که نمره Z او برابر با -۱ شود، از ۸۷ / ۱۵ درصد افراد عملکرد بهتری دارد.



۲۰- گزینه «۲» تست رست (RAST) از تست‌های میدانی مؤثر برای ارزیابی توان بی‌هوازی افراد می‌باشد. این تست به صورت میدانی اجرا می‌شود. این تست در ۶ تکرار ۳۵ متری با حداکثر سرعت و ۱۰ ثانیه استراحت بین دویدن‌ها اجرا می‌شود و رکورد هر یک از دوهای ۳۵ متر باید به صورت جداگانه در محاسبه‌گر قرار گیرد.

۲۱- گزینه «۱» در سازماندهی یک رویداد بین‌المللی ورزشی وظایف کمیته ارزیابی عبارت است از:

- تدوین گزارش جامعی از اطلاعات و آمار پس از اتمام بازی‌ها
- طراحی نرم‌افزار رایانه‌ای و بانک اطلاعاتی مشخصات شرکت کنندگان
- تهیه پرسش‌نامه نظرسنجی در خصوص عملکرد بخش‌های مختلف ستاد برگزاری
- ایجاد تسهیلات برای تحقیقات محققان در خصوص بازی‌ها
- ارائه بازخورد روزانه از نتایج پرسش‌نامه نظرسنجی به ستاد برگزاری و مسئولان مربوط
- طراحی و اجرای سایت رایانه‌ای ویژه بازی‌ها

۲۲- گزینه «۲» ترتیب رژه در کلیه المپیک‌ها، بازی‌های دانشجویی و بازی‌های قاره‌ای و المپیادها و بازی‌های منطقه‌ای بر مبنای حروف الفبای انگلیسی و یا حروف الفبای کشور میزبان انجام می‌شود و کشور میزبان آخرین تیمی است که رژه می‌رود. بنابراین در المپیک آتن، موقعیت تیم میزبان در رژه به‌عنوان آخرین تیم بود.

۲۳- گزینه «۴» کنترل و نظارت، فرایندی است برای اطمینان پیدا کردن از اینکه فعالیت‌های انجام شده با فعالیت‌های برنامه‌ریزی شده مطابقت داشته باشد. از ویژگی‌های یک سیستم نظارت و کنترل مؤثر در رویداد ورزشی می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

مقرون به صرفه بودن، مبتنی بر اهداف رویداد بودن، به موقع بودن

۲۴- گزینه «۳» با توجه به الگوی برنامه‌ریزی رویدادهای ورزشی داریم:

- ۱- تعیین هدف، ۲- مفهوم‌یابی، ۳- امکان‌سنجی، ۴- اقدام، ۵- برنامه‌ریزی برای اجرای رویداد، ۶- اجرای رویداد، ۷- تحویل امکانات و تجهیزات
- ۸- ارزشیابی، ۹- بازخورد

۲۵- گزینه «۳» در یک دوره مسابقات با شرکت ۲۲ تیم، برای اینکه ۴ گروه داشته باشیم، باید دو گروه ۵ تیمی و دو گروه ۶ تیمی داشته باشیم، بنابراین باید تعداد بازی‌های هر گروه را حساب کرده و با هم جمع کنیم.

فرمول محاسبه تعداد بازی‌ها در جدول دوره‌ای:

$$N = \text{تعداد تیم در هر گروه} \quad \text{تعداد بازی‌ها} = \frac{N(N-1)}{2}$$

$$\text{تعداد بازی‌ها در گروه ۵ تیمی:} \quad \text{تعداد بازی‌ها} = \frac{5(5-1)}{2} = \frac{5 \times 4}{2} = 10$$

$$\text{تعداد بازی‌ها در گروه ۶ تیمی:} \quad \text{تعداد بازی‌ها} = \frac{6(6-1)}{2} = \frac{6 \times 5}{2} = 15$$

$$10 + 10 = 20 \quad \text{دو گروه ۵ تیمی داریم، پس تعداد بازی‌های این دو گروه برابر است با:}$$

$$15 + 15 = 30 \quad \text{دو گروه ۶ تیمی داریم، پس تعداد بازی‌های این دو گروه برابر است با:}$$

$$\text{پس در مجموع، } 20 + 30 = 50 \text{ بازی داریم.}$$

۲۶- گزینه «۱» کنترل فرایندی است که از طریق آن مدیران اطمینان حاصل می‌کنند که عملکرد سازمان با فعالیت‌های برنامه‌ریزی شده تطبیق دارد. در برنامه‌ریزی فعالیت‌های یک سازمان، هدف‌های اساسی و روش‌های دست یافتن به آنها مشخص می‌شوند. فرایند کنترل، میزان پیشرفت به سوی هدف‌ها را می‌سنجد و مدیران را قادر می‌سازد تا انحرافات برنامه‌ها را کشف کنند و اقدام اصلاحی به‌عمل آورند.

برای اینکه دو وظیفه به‌طور مؤثر انجام شود، باید با هم ارتباط برقرار کنند. از این‌رو کونتز، ادانل و وایهریخ، برنامه‌ریزی و کنترل را به دو تیغه یک قیچی تشبیه می‌کنند، به این معنی که قیچی فقط با دو تیغه برنده می‌تواند کار کند.



۴۴- در کدام نظریه انگیزشی، به فرایند انگیزشی توجه نشده است؟

- (۱) انتظار و احتمال (۲) سلسله‌مراتب نیازها (۳) اسناد (۴) برابری

۴۵- کدام مورد، در خصوص برنامه‌ریزی شبکه‌ای درست است؟

- (۱) فعالیت مجازی فاقد زمان و هزینه است.
(۲) طول خط نقطه‌چین، متأثر از طول زمان انجام آن است.
(۳) هر فعالیت به‌صورت نقطه‌چین ترسیم می‌شود.
(۴) تکرار شماره رویداد، حاکی از اهمیت رویداد است.

۴۶- نظریه رهبری فیدلر، جزو کدام یک از نظریه‌های رهبری است؟

- (۱) فرایندی (۲) اقتضایی (۳) رفتار رهبری (۴) ویژگی‌های رهبر

۴۷- کدام یک از رویکردهای اثربخشی سازمانی، به‌دنبال بررسی روابط بین داده‌ها و ستاده‌ها است؟

- (۱) نیل به هدف (۲) ذی‌نفعان استراتژیک (۳) سیستمی (۴) ارزش‌های رقابتی

۴۸- کدام مورد، اصل محوری در ایجاد یک سازمان یادگیرنده ورزشی است؟

- (۱) ارتقای حرفه‌گرایی (۲) تخصص‌گرایی بالا (۳) ایجاد چشم‌انداز مشترک (۴) آموزش متناسب با شغل

۴۹- محیط یک سازمان ورزشی پویا و ساده است. پیچیدگی و رسمیت آن به ترتیب چگونه است؟

- (۱) زیاد - کم (۲) کم - زیاد (۳) زیاد - زیاد (۴) کم - کم

۵۰- مصداق قانون پارکینسون در یک سازمان ورزشی، کدام است؟

- (۱) از خودبیگانگی انسان در سازمان
(۲) من آگاه و من ناآگاه در ارتباط با خود و دیگران
(۳) رشد و گسترش سازمان بدون توجه به ماهیت کار
(۴) ارتقا براساس شایستگی تا حد رسیدن به بی‌کفایتی

۵۱- ساختار سازمانی نهادهایی مانند دانشگاه‌ها، دارای کدام نوع بوروکراسی است؟

- (۱) حرفه‌ای (۲) ساده (۳) بخشی (۴) ماشینی

۵۲- زمانی که بین کارکنان یک سازمان ورزشی، امکان تماس‌های آسان وجود نداشته باشد، کدام نقش مدیریتی، اهمیت بیشتری پیدا می‌کند؟

- (۱) مذاکره‌کننده (۲) اشاعه‌دهنده (۳) سخنگو (۴) رابط

۵۳- مدل ویژگی‌های شغل، جزو کدام رویکرد طراحی شغل است؟

- (۱) مدیریت علمی (۲) سیستمی (۳) ارگونومیک (۴) انگیزشی

۵۴- در تحلیل محیط بازاریابی ورزشی، کدام عامل به‌عنوان یک فرصت خارجی در نظر گرفته می‌شود؟

- (۱) عملکرد تیم در مسابقات اخیر
(۲) بودجه بازاریابی سازمان
(۳) تعداد فالوورهای شبکه‌های اجتماعی
(۴) وجود بازارهای جدید در مناطق جغرافیایی

۵۵- در کدام مرحله از چرخه عمر محصولات ورزشی، درآمد و سود به حداکثر رسیده و سپس کاهش می‌یابد؟

- (۱) معرفی (۲) بلوغ (۳) رشد (۴) ایده

۵۶- کدام مورد، از ویژگی‌های اصلی خدمات ورزشی یک باشگاه ورزشی است؟

- (۱) متغیر بودن (۲) ملموس بودن (۳) قابل تفکیک بودن (۴) قابل نگهداری بودن

۵۷- کدام مورد، تعریف درستی از «عرض آمیخته محصول» است؟

- (۱) انواع و رسته‌هایی از یک محصول خاص که عرضه می‌شود.
(۲) تعداد و انواع محصولاتی که در هر خط تولید می‌شود.
(۳) تعداد خطوط تولید که توسط سازمان اداره می‌شود.
(۴) چگونگی ارتباط بین خطوط تولید

۵۸- کدام شیوه زیر، تقسیم‌بندی بازارهای جهانی با توجه به خصوصیات رفتاری است؟

- (۱) توجه به گرایش‌ها و ارزش‌های زندگی
(۲) توجه به تعداد دفعات خرید و مقدار مصرف
(۳) توجه به سن، جنسیت، درآمد و تحصیلات
(۴) توجه به مقدار عددی سود در معادله ارزش - سود

۵۹- کدام موارد، جزو P ۱۰ جدید آمیخته بازاریابی است؟

- (۱) زمان - ادغام (۲) سکون - گزینش (۳) مهارت - آب‌وهوا (۴) بسته‌بندی - قدرت سیاسی

کله ۶۰- کدام مورد، در تصمیمات راجع به ترکیب ترفیع اثر ندارد؟

- (۱) آگهی (۲) ماهیت محصول (۳) چرخه عمر محصول (۴) میزان پول در دسترس

کله ۶۱- کدام مورد، از استراتژی‌های رقابتی مایکل پورتر نیست؟

- (۱) تمایز (۲) تمرکز (۳) تشابه (۴) رهبری در کاهش هزینه‌ها

کله ۶۲- منظور از تصویر سازمان به نحوی که بتواند در ذهنیت گروه‌های هدف، ذهنیت ارزشمند و متمایزی را ایجاد کند، چیست؟

- (۱) بخش‌بندی برند (۲) شناسایی برند (۳) مفهوم مطلوب برند (۴) جایگاه‌سازی برند

کله ۶۳- هنگامی که منابع سازمان محدود است، کدام راهبرد بازاریابی ورزشی استفاده می‌شود؟

- (۱) تفکیکی (۲) تمرکزی (۳) کنترلی (۴) انعطافی

کله ۶۴- منظور از چهار سی (C) در بازاریابی ورزشی چیست؟

- (۱) رقبا - شرکت - مکان - فروش (۲) محصول - قیمت - مکان - ترویج
(۳) مشتری - رقبا - شرکت - جو (۴) مشتری - تبلیغ - فروش - قیمت

کله ۶۵- کدام مورد، جزو عوامل آمیخته بازاریابی خدمات نیست؟

- (۱) قدرت (۲) کارکنان (۳) فرایندها (۴) شواهد فیزیکی

کله ۶۶- فلسفه بازاریابی اجتماعی، جزو کدام یک از نسل‌های بازاریابی است؟

- (۱) نسل اول: تولید یا محصول محوری (۲) نسل اول: جهش انسان‌گرایی فردی
(۳) نسل دوم: مشتری محوری (۴) نسل سوم: انسان محوری جمعی

کله ۶۷- وقتی عده زیادی از مردم نیاز شدید مشتری به محصول یا خدمات خاصی دارند که فعلاً وجود ندارد، بیانگر چه نوع تقاضایی در بازار است؟

- (۱) پنهان (۲) نامنظم (۳) تنزلی (۴) بیش از حد

کله ۶۸- مدل «AIDA»، چگونه مدلی است و برای سنجش کدام مورد استفاده می‌شود؟

- (۱) چندوجهی - رفتار مصرف‌کننده (۲) سلسله‌مراتبی - رفتار مصرف‌کننده
(۳) سلسله‌مراتبی - تقاضا (۴) چندوجهی - تقاضا

کله ۶۹- در کدام استراتژی، محصولات جدید اما مرتبط با کالاها و خدمات شرکت به بازار ارائه می‌شود؟

- (۱) متنوع‌سازی چندبعدی (۲) متنوع‌سازی دوتبعدی (۳) متنوع‌سازی تمرکزی (۴) متنوع‌سازی افقی

کله ۷۰- در بازاریابی ورزشی، کدام معیار در تحلیل بازار هدف (Target Market Analysis)، اهمیت بیشتری دارد؟

- (۱) جمعیت‌شناسی (۲) تبلیغات (۳) درآمد تیم (۴) رویدادهای برگزار شده

۴۶- گزینه «۲» نظریه فیدلر یکی از مشهورترین نظریه‌های رهبری اقتضایی (Contingency Theory) است. طبق این نظریه، موفقیت رهبری بستگی به تناسب بین سبک رهبری فرد و میزان کنترل یا نفوذی دارد که موقعیت برای او فراهم می‌کند. فیدلر بر این باور است که سبک رهبری افراد نسبتاً ثابت است و در شرایط مختلف نمی‌توان آن را به راحتی تغییر داد، بنابراین باید رهبران را متناسب با شرایط محیطی منصوب کرد. او از شاخص LPC (Least Preferred Coworker) برای تعیین سبک رهبری (وظیفه‌مدار یا رابطه‌مدار) استفاده کرد.

۴۷- گزینه «۳» رویکرد سیستمی به اثربخشی سازمانی سازمان را همچون یک سیستم باز در نظر می‌گیرد که داده‌هایی را از محیط دریافت کرده و پس از پردازش، آن‌ها را به ستاده تبدیل می‌کند. این رویکرد بر تعامل بین سازمان و محیط، کارایی فرایندهای درون‌سازمانی و دستیابی به تعادل در ورودی و خروجی‌ها تأکید دارد. در این مدل، نه تنها تحقق اهداف بلکه استفاده بهینه از منابع، هماهنگی اجزای سازمان و سازگاری با محیط اهمیت دارد.

۴۸- گزینه «۳» در سازمان‌های یادگیرنده، تمرکز اصلی بر یادگیری مداوم، تحول فردی و هم‌سویی اهداف افراد با اهداف سازمان است. یکی از اصول بنیادین سازمان یادگیرنده از نگاه پیتر سنگه، «ایجاد چشم‌انداز مشترک» است. این اصل به هم‌سویی کارکنان در دستیابی به اهداف بلندمدت کمک می‌کند. چشم‌انداز مشترک باعث افزایش انگیزش درونی، تعهد به یادگیری و تقویت فرهنگ سازمانی پویا می‌شود. سایر گزینه‌ها نیز نقش دارند، اما «چشم‌انداز مشترک» به عنوان پیوندی کلیدی برای هم‌افزایی در یادگیری فردی و گروهی مطرح است.

۴۹- گزینه «۴» در نظریه‌های طراحی سازمان، سادگی به معنای تنوع کم در فعالیت‌ها و تخصص‌ها و پویایی به معنای تغییرات سریع در محیط سازمان است. وقتی سازمانی محیطی پویا و ساده دارد، یعنی با تغییرات زیادی مواجه است اما ساختارهای پیچیده یا تخصص‌های متنوع ندارد. در این حالت، برای واکنش سریع به تغییرات، سازمان باید رسمیت پایین (انعطاف‌پذیری بالا) داشته باشد. همچنین به دلیل سادگی، پیچیدگی ساختاری کمی نیز خواهد داشت. بنابراین، پاسخ صحیح «کم - کم» است.

۵۰- گزینه «۳» قانون پارکینسون بیان می‌کند که «کار همیشه به اندازه زمانی که برای انجام آن اختصاص داده می‌شود، گسترش می‌یابد». به عبارت دیگر، سازمان‌ها به طور معمول به رشد و توسعه خود ادامه می‌دهند حتی زمانی که نیاز واقعی به گسترش وجود ندارد. این قانون در سازمان‌های بزرگ نیز قابل مشاهده است، جایی که گاهی اوقات رشد و گسترش بدون توجه به نیاز واقعی و بدون اینکه به بهبود عملکرد یا کارایی کمک کند، رخ می‌دهد. در سازمان‌های ورزشی نیز ممکن است این وضعیت اتفاق بیفتد، به طوری که سازمان بدون در نظر گرفتن ماهیت یا نیازهای واقعی آن، برای گسترش در تلاش است.

۵۱- گزینه «۱» در بسیاری از نهادهای آموزشی مانند دانشگاه‌ها، نوع ساختار سازمانی بوروکراسی حرفه‌ای است. این نوع بوروکراسی به این معناست که در این نهادها، کارکنان و اعضای سازمان (مثل اساتید و پژوهشگران) نیاز به تخصص‌های خاص و آموزش‌های حرفه‌ای دارند و اغلب در تصمیم‌گیری‌ها و فرایندهای کاری از آگاهی و مهارت‌های تخصصی خود بهره می‌برند. این نوع بوروکراسی معمولاً با تأکید بر استقلال و تخصص اعضای سازمان همراه است و برخلاف بوروکراسی‌های ماشینی یا بخشی که بیشتر روی قوانین و ساختارهای سختگیرانه تمرکز دارند، در بوروکراسی حرفه‌ای، افراد بر اساس تخصص خود مسئولیت‌ها را انجام می‌دهند. در نتیجه، دانشگاه‌ها و نهادهای مشابه که نیاز به دانش تخصصی و حرفه‌ای دارند، بیشتر به ساختار بوروکراسی حرفه‌ای نزدیک هستند.

۵۲- گزینه «۲» در مواقعی که کارکنان یک سازمان ورزشی به راحتی قادر به برقراری تماس‌های مستقیم نیستند، نقش «اشاعه‌دهنده» اهمیت پیدا می‌کند. در این شرایط، اطلاعات باید به شکلی مؤثر و سریع بین اعضای مختلف سازمان منتقل شود. اشاعه‌دهنده به عنوان فردی که وظیفه انتقال اطلاعات و اخبار مهم را به دیگران دارد، نقش کلیدی در بهبود فرایندهای ارتباطی ایفا می‌کند. این نقش به ویژه در سازمان‌هایی که ساختار پیچیده یا پراکندگی جغرافیایی دارند، اهمیت زیادی پیدا می‌کند تا از طریق آن، اعضا از جدیدترین اطلاعات مطلع شوند.

۵۳- گزینه «۴» مدل ویژگی‌های شغل (Job Characteristics Model) توسط هاکمن و اولدهام ارائه شده و یکی از معروف‌ترین مدل‌ها در حوزه طراحی شغل است که در رویکرد انگیزشی قرار می‌گیرد. این مدل بر این باور است که طراحی مناسب شغل می‌تواند انگیزه درونی کارکنان را افزایش دهد. پنج ویژگی اصلی در این مدل عبارت‌اند از: ۱- تنوع مهارت: استفاده از مهارت‌های مختلف در انجام وظایف. ۲- هویت شغل: میزان درک فرد از کامل بودن کار انجام‌شده. ۳- اهمیت شغل: درک از تأثیرگذاری شغل بر دیگران. ۴- استقلال و اختیار: آزادی در تصمیم‌گیری در مورد کار. ۵- بازخورد: دریافت اطلاعات روشن درباره عملکرد. این عوامل باعث افزایش انگیزش، رضایت شغلی و عملکرد بهتر کارکنان می‌شود. برخلاف رویکرد مدیریت علمی که بیشتر بر کارایی و تقسیم وظایف تمرکز دارد، رویکرد انگیزشی به جنبه‌های انسانی و روانی کار توجه دارد.

۵۴- گزینه «۴» در تحلیل محیط بازاریابی ورزشی، وقتی که صحبت از فرصت‌های خارجی به میان می‌آید، یکی از عوامل اصلی وجود بازارهای جدید در مناطق جغرافیایی است. این فرصت به این معناست که سازمان‌های ورزشی می‌توانند به مناطق جغرافیایی جدید وارد شوند و مشتریان و مخاطبان جدیدی جذب کنند. با گسترش به بازارهای جدید، آن‌ها قادر به افزایش درآمد و توسعه برند خود خواهند بود. علاوه بر این، در بسیاری از موارد، این گسترش می‌تواند به کاهش وابستگی به بازارهای محدود و ایجاد ثبات بیشتر برای سازمان‌های ورزشی کمک کند. بنابراین، پیدا کردن بازارهای جدید می‌تواند به عنوان یک فرصت طلایی برای رشد و پیشرفت سازمان در نظر گرفته شود.

۵۵- گزینه «۲» در چرخه عمر محصولات ورزشی، مرحله بلوغ مرحله‌ای است که درآمد و سود به حداکثر خود می‌رسد و سپس شروع به کاهش می‌کند. این مرحله معمولاً زمانی رخ می‌دهد که محصول به سطح پذیرش عمومی بالا رسیده و تقاضای آن در بازار به یک ثبات نسبی می‌رسد. در این مرحله، رقابت شدیدتر می‌شود و شرکت‌ها برای حفظ سهم بازار خود ممکن است تخفیف‌ها و قیمت‌گذاری‌های ویژه‌ای ارائه دهند که می‌تواند به کاهش سود در بلندمدت منجر شود. مرحله بلوغ به همراه رکود کم‌کم موجب می‌شود نوآوری‌ها و توسعه محصولات جدید برای ادامه موفقیت ضروری باشند.

۵۶- گزینه «۱» خدمات ورزشی، مانند بسیاری از خدمات دیگر به طور معمول دارای ویژگی «متغیر بودن» هستند. یعنی کیفیت خدمات در هر بار ارائه ممکن است تفاوت‌هایی داشته باشد. برای مثال، ممکن است مربی‌گری در یک روز خاص بسیار با کیفیت باشد و در روز دیگر کمتر مؤثر باشد. این ویژگی از آن جهت برای خدمات ورزشی مهم است که تجربه کاربری می‌تواند تحت تأثیر شرایط مختلف مثل رفتار مربی، تجهیزات یا وضعیت فیزیکی سالن‌ها قرار بگیرد. برخلاف محصولات فیزیکی که ثابت هستند، خدمات به دلیل تعامل انسان‌ها و شرایط مختلف متغیرند. بررسی سایر گزینه‌ها: ملموس بودن: این ویژگی بیشتر مربوط به کالاهای فیزیکی است. خدمات معمولاً ناملموس‌اند. قابلیت تفکیک بودن: خدمات ورزشی نمی‌توانند تفکیک شوند چون به صورت همزمان و در لحظه ارائه می‌شوند. قابل نگهداری بودن: خدمات نمی‌توانند ذخیره یا نگهداری شوند. برخلاف کالاهای فیزیکی که می‌توان آنها را ذخیره کرد، خدمات فوراً به مصرف می‌رسند.

۵۷- گزینه «۳» در بازاریابی، آمیخته محصول (Product Mix) شامل عرض، طول، عمق و سازگاری است: عرض (Width): به تعداد خطوط مختلف محصولات اشاره دارد که یک شرکت تولید می‌کند یا ارائه می‌دهد. مثلاً اگر یک شرکت هم لباس ورزشی، هم کفش و هم مکمل غذایی تولید کند، دارای عرض آمیخته محصول بالا است. طول (Length): تعداد کل محصولات موجود در همه خطوط. عمق (Depth): تعداد مدل‌ها یا نسخه‌های هر محصول در یک خط خاص. سازگاری (Consistency): میزان ارتباط بین خطوط مختلف محصول. بنابراین، «عرض آمیخته محصول» یعنی چند خط تولید متفاوت تحت مدیریت شرکت قرار دارد.

۵۸- گزینه «۲» تقسیم‌بندی بازار (Market Segmentation) در چهار دسته اصلی مطرح می‌شود: ۱- جغرافیایی ۲- جمعیت‌شناختی (دموگرافیک)، مثل سن، جنس و درآمد گزینه (۳) ۳- روان‌شناختی مثل سبک زندگی و ارزش‌ها گزینه (۱) ۴- رفتاری شامل نحوه استفاده از محصول، نرخ مصرف، وفاداری، زمان خرید و مزایای مورد انتظار. گزینه (۲) دقیقاً مربوط به تقسیم‌بندی رفتاری است چون به رفتار مصرف‌کننده توجه دارد (دفعات خرید و مقدار مصرف). گزینه‌های دیگر به سایر انواع تقسیم‌بندی اشاره دارند.

۵۹- گزینه «۴» آمیخته بازاریابی سنتی شامل ۴P (محصول، قیمت، مکان، ترفیع) بود. با گسترش مفاهیم بازاریابی به‌ویژه در حوزه خدمات و بازارهای پیچیده‌تر، مدل‌های جدیدتری با عناصر بیشتر معرفی شدند. یکی از مدل‌های توسعه‌یافته، ۱۰P بازاریابی است که شامل عناصر جدیدی مانند: افراد، فرایندها، شواهد فیزیکی، بسته‌بندی، مشارکت، قدرت سیاسی و... می‌شود. در این بین، بسته‌بندی (Packaging) نقش کلیدی در بازاریابی محصول دارد و قدرت سیاسی (Political Power) نیز در شرایط خاص اقتصادی و بازارها، بر موفقیت بازاریابی تأثیرگذار است. بنابراین، گزینه (۴) به درستی به دو مورد از عناصر جدید در آمیخته بازاریابی اشاره دارد.

۶۰- گزینه «۴» احتمال اشتباه در کلید: با توجه به منطق علمی مدیریت بازاریابی، گزینه (۱) (آگهی) نمی‌تواند پاسخ درست باشد، چون خودش بخشی از ترکیب ترفیع است، نه عاملی بیرونی که اثر نداشته باشد. بنابراین، پاسخ درست گزینه (۴) است. ممکن است در کلید رسمی اشتباه تایپی یا مفهومی رخ داده باشد. تحلیل گزینه‌ها:

۱- آگهی (تبلیغات): تبلیغات جزئی از ترکیب ترفیع است، نه عاملی بیرونی که «اثر نداشته باشد». پس نمی‌تواند گزینه صحیح باشد. اتفاقاً بیشترین ارتباط را با ترکیب ترفیع دارد.

۲- ماهیت محصول: کاملاً مؤثر است؛ مثلاً محصول صنعتی یا مصرفی نوع ابزارهای ترفیعی را تعیین می‌کند.

۳- چرخه عمر محصول: در مراحل مختلف (معرفی، رشد، بلوغ، افول)، نحوه استفاده از ابزارهای ترفیع تغییر می‌کند، پس مؤثر است.

۴- میزان پول در دسترس: این مورد می‌تواند میزان استفاده از اجزای ترفیع را محدود کند، اما ماهیت اجزای ترفیع را تعیین نمی‌کند. از نظر علمی، «پول» عامل اجرایی است نه ساختاری، پس کمترین اثر را دارد.

سازمان سنجش گزینه (۱) را به عنوان پاسخ صحیح اعلام کرده است، اما طبق توضیحات فوق، گزینه (۴) صحیح می‌باشد.

۶۱- گزینه «۳» مایکل پورتر سه استراتژی رقابتی عمومی را برای کسب مزیت رقابتی معرفی می‌کند:

۱- رهبری در هزینه (Cost Leadership): ارائه محصول با کمترین هزینه نسبت به رقیب. ۲- تمایز (Differentiation): ارائه محصولی منحصر به فرد که مشتری حاضر است بابتش بیشتر پرداخت کند. ۳- تمرکز (Focus): تمرکز بر یک بخش خاص از بازار و استفاده از یکی از دو استراتژی بالا در آن بخش. تشابه گزینه (۳) در نظریه پورتر جایی ندارد، بلکه در تضاد با تمایز است.

۶۲- گزینه «۴» جایگاه‌سازی برند (Brand Positioning) به فرآیند ایجاد و تقویت تصویری متمایز و ارزشمند در ذهن مشتریان هدف برای برند گفته می‌شود. هدف این است که برند به گونه‌ای معرفی شود که از سایر رقبا متمایز گردد و موقعیت ویژه‌ای در ذهن مشتریان پیدا کند. این فرآیند بر اساس ویژگی‌های خاص و مزایای برند انجام می‌شود.

۶۳- گزینه «۲» راهبرد تمرکزی (Focus Strategy) زمانی استفاده می‌شود که منابع سازمان محدود و نیاز به تمرکز روی یک بخش خاص از بازار باشد. در این حالت، سازمان تلاش می‌کند تا نیازهای خاص یک گروه یا بخش خاص از بازار را به بهترین شکل ممکن برآورده کند، به جای اینکه منابع خود را بر روی بازارهای گسترده‌تری گسترش دهد. این رویکرد به سازمان این امکان را می‌دهد که با بهره‌برداری از منابع محدود، موقعیت رقابتی قوی‌تری در یک بخش خاص ایجاد کند.

۶۴- گزینه «۳» در مدل ۴Cs که بر مبنای مشتری و نیازهای بازار تمرکز دارد، چهار عنصر کلیدی به شرح زیر هستند:

۱- مشتری (Customer): توجه به نیازها و خواسته‌های مشتریان و تأمین آن‌ها. ۲- رقبا (Competitors): تحلیل رقبا و نحوه عملکرد آن‌ها در بازار. ۳- شرکت (Company): استراتژی و منابع شرکت برای پاسخ به نیازهای بازار و رقبا. ۴- جو (Context): شرایط و عواملی که خارج از کنترل شرکت هستند و می‌توانند بر تصمیمات بازاریابی تأثیر بگذارند، مانند شرایط اقتصادی، فرهنگی، سیاسی و تکنولوژیک. این مدل از بازاریابی بر تحلیل دقیق‌تری از بازار، رقبا و مشتریان تأکید دارد و نسبت به مدل‌های قبلی که بر محصول و قیمت تمرکز داشتند، تمرکز بیشتری بر روی بازار و رفتار مصرف‌کنندگان دارد.

۶۵- گزینه «۱» آمیخته بازاریابی خدمات به مجموعه‌ای از ۷ عامل شناخته‌شده به نام ۷P اشاره دارد که برای بازاریابی خدمات طراحی شده است. این ۷ عامل عبارتند از:

۱- محصول (Product): نوع خدمت یا محصول ارائه‌شده. ۲- قیمت (Price): تعیین قیمت برای خدمت. ۳- مکان (Place): نحوه توزیع خدمت. ۴- ترویج (Promotion): تبلیغات و روش‌های جلب مشتری برای خدمات. ۵- افراد (People): کارکنان و افرادی که در ارائه خدمت نقش دارند. ۶- فرایندها (Processes): نحوه ارائه و فرایندهایی که در خدمت‌دهی اعمال می‌شود. ۷- شواهد فیزیکی (Physical Evidence): ایجاد تصویر و فضای که به مشتری کمک می‌کند تا کیفیت خدمت را ارزیابی کند (مثلاً طراحی داخلی، لوازم جانبی، مستندات و غیره). قدرت هیچ‌گونه ارتباطی با آمیخته بازاریابی خدمات ندارد و از آن به عنوان عامل آمیخته بازاریابی خدمات استفاده نمی‌شود. این عامل جزو یکی از فاکتورهای دیگر در بازاریابی یا مدیریت منابع انسانی نمی‌باشد.

۶۶- گزینه «۴» نسل سوم: انسان‌محوری جمعی: فلسفه بازاریابی اجتماعی به این مفهوم اشاره دارد که سازمان‌ها باید نیازهای مشتریان را به گونه‌ای برآورده کنند که همزمان با منافع جامعه و رفاه اجتماعی هماهنگ باشد. این رویکرد به‌ویژه بر اهمیت مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها تأکید دارد و می‌خواهد اطمینان حاصل کند که بازاریابی نه تنها به نفع مشتری، بلکه به نفع جامعه و محیط زیست نیز باشد. این مفهوم جزء نسل سوم بازاریابی قرار دارد و به انسان‌محوری جمعی اشاره می‌کند. در این نسل، بازاریابی نه تنها به سود مشتریان و شرکت، بلکه به رفاه اجتماعی، بهبود کیفیت زندگی انسان‌ها و مسئولیت‌های اخلاقی در قبال جامعه و محیط زیست توجه می‌کند. در مقابل: نسل اول (محصول‌محوری) بیشتر بر تولید و ارائه محصولات با کیفیت بالا تأکید دارد. نسل دوم (مشتری‌محوری) بر رفع نیازهای مشتریان و جلب رضایت آنان متمرکز است.

۶۷- گزینه «۱» تقاضای پنهان به وضعیتی اطلاق می‌شود که گروهی از مصرف‌کنندگان نیاز به محصول یا خدمت خاصی دارند، اما آن محصول یا خدمت هنوز در بازار موجود نیست. این نوع تقاضا در واقع یک نیاز غیرقابل مشاهده است که وقتی محصول یا خدمت مناسب به بازار عرضه شود، مصرف‌کنندگان به آن پاسخ خواهند داد. به عبارت دیگر، تقاضای پنهان نشان‌دهنده وجود تقاضای بالقوه است که به دلیل کمبود عرضه در حال حاضر فعال نیست. در مقابل: تقاضای نامنظم به وضعیتی اطلاق می‌شود که تقاضا برای محصول در زمان‌های مختلف نامنظم و متغیر است. تقاضای تنزلی به تقاضاهایی گفته می‌شود که در حال کاهش و افت هستند. تقاضای بیش از حد به حالتی اشاره دارد که تقاضا برای محصول بسیار بیشتر از عرضه موجود است.

۶۸- گزینه «۲» مدل AIDA یکی از مدل‌های قدیمی و معروف در بازاریابی است که برای تحلیل رفتار مصرف‌کننده و مراحل تصمیم‌گیری او در خرید استفاده می‌شود. این مدل چهار مرحله اصلی دارد:

- ۱- A - Attention (جلب توجه): در این مرحله، هدف جلب توجه مصرف‌کننده به محصول یا خدمت است.
- ۲- I - Interest (علاقه‌مندی): پس از جلب توجه، هدف ایجاد علاقه و کنجکاوی در مصرف‌کننده است.
- ۳- D - Desire (خواسته): در این مرحله، تمایل مصرف‌کننده برای خرید محصول ایجاد می‌شود.
- ۴- A - Action (عمل): در نهایت، مصرف‌کننده اقدام به خرید یا استفاده از محصول می‌کند. مدل AIDA به صورت سلسله مراتبی طراحی شده است، زیرا مصرف‌کننده معمولاً از یک مرحله به مرحله بعدی می‌رود. این مدل نشان می‌دهد که چگونه توجه، علاقه، خواسته و در نهایت عمل به صورت سلسله‌مراتبی در ذهن مصرف‌کننده شکل می‌گیرد.

۶۹- گزینه «۳» متنوع‌سازی تمرکزی زمانی به کار می‌رود که یک شرکت محصولات جدید را معرفی می‌کند که با توجه به منابع موجود، نیازی به تغییرات زیادی در ساختار یا فرایندهای تولید دارند و به طور ویژه به دنبال بهره‌برداری از توانایی‌ها و مهارت‌های موجود خود هستند. این محصولات جدید در حوزه‌ای مشابه یا نزدیک به محصولات قبلی شرکت قرار دارند. در این استراتژی، شرکت سعی می‌کند محصولات جدید را ارائه دهد که به طور مستقیم مرتبط با کالاها و خدمات قبلی‌اش باشند، اما تغییرات جدیدی در بازار ایجاد کنند. نکته: در متنوع‌سازی تمرکزی، شرکت به جای گسترش در بازارهای غیرمرتبط، تمرکز بیشتری روی توسعه محصولات جدید مرتبط با خط تولید فعلی خود دارد. به عبارت ساده‌تر، در این استراتژی شرکت از ظرفیت‌های موجود برای گسترش محصولات در محدوده فعالیت‌های فعلی استفاده می‌کند، اما با کمی تنوع در آن‌ها. بنابراین، این می‌تواند شامل تغییرات کوچک یا بهبودهای جزئی در محصولات قبلی باشد.

۷۰- گزینه «۱» در بازاریابی ورزشی، شناخت دقیق بازار هدف و تجزیه و تحلیل آن برای تدوین استراتژی‌های مؤثر بسیار اهمیت دارد. یکی از مهم‌ترین معیارها برای تحلیل بازار هدف جمعیت‌شناسی است. این دسته از اطلاعات شامل عواملی مانند سن، جنسیت، وضعیت اجتماعی و اقتصادی، تحصیلات، و مکان جغرافیایی مخاطبان است. جمعیت‌شناسی به بازاریابان کمک می‌کند تا بتوانند گروه‌های هدف خود را شناسایی کرده و با توجه به نیازها و ویژگی‌های خاص آن‌ها، پیشنهادهای مناسب ارائه دهند. این اطلاعات می‌تواند به شرکت‌های ورزشی کمک کند که بدانند کدام گروه‌های سنی، چه جنسیتی یا چه نوع سبک زندگی به ورزش یا تیم خاصی علاقه دارند. بررسی سایر گزینه‌ها: تبلیغات: هرچند تبلیغات به عنوان ابزاری مهم در استراتژی‌های بازاریابی مطرح است، اما خود تبلیغات به تنهایی نمی‌تواند به تحلیل بازار هدف کمک کند. تبلیغات ابزاری برای رسیدن به هدف است و بستگی به این دارد که چه گروهی از جمعیت هدف قرار گرفته‌اند. درآمد تیم: درآمد تیم نشان‌دهنده موفقیت یا مشکلات اقتصادی آن است، اما نمی‌تواند به طور مستقیم تحلیل بازار هدف را شکل دهد. رویدادهای برگزار شده: رویدادها می‌توانند تأثیرگذار باشند، اما اطلاعات جمعیت‌شناسی به مراتب مهم‌تر از درک مخاطبان هدف هستند. رویدادها بخشی از استراتژی بازاریابی هستند که بعد از تحلیل بازار هدف انتخاب می‌شوند. نتیجه‌گیری: در تحلیل بازار هدف، جمعیت‌شناسی اهمیت بیشتری دارد چرا که اطلاعات دقیق در مورد مخاطب و ویژگی‌های آن می‌تواند بازاریابی ورزشی را به طور مؤثری هدایت کند.