

PAZARLAMA YÖNETİMİ

2009 BS 1321-A

1. I. İki tarafın karşı karşıya gelmesi
II. Her iki tarafın birbirlerine verebileceği değerli bir nesneye sahip olması
III. Her iki tarafın iletişim kurma ve değerli bir nesneyi verme yeteneğinin bulunması
IV. Her iki tarafın birbirinin sunduğunu kabul etmekte veya etmemekte bağımsız olması

Yukarıdakilerden hangileri değişimin gerçekleşmesi için gerekli olan koşullardandır?

- A) Yalnız I
B) Yalnız IV
C) I ve III
D) II, III ve IV
E) I, II, III ve IV

2. **Satışa yönelik pazarlama anlayışıyla ilgili aşağıdaki ifadelerden hangisi yanlıştır?**

- A) Satışa yönelik pazarlama anlayışına sahip olan bir işletme kısa dönemli satış hacmini ve satış sürecinde de müşterileri sadece bireyler olarak ele alır.
B) Satışa yönelik pazarlama anlayışı, işletmeyi katı bir ürün yöneliminden uzaklaştırır.
C) Satışa yönelik pazarlama anlayışına sahip işletmeler, ürünlerin satıldığı değil, satın alındığı kanısındadır.
D) Satışa yönelik pazarlama anlayışına sahip işletmelerin ürün politikaları, işletmenin iyi ürettiğini düşündüğü ürünleri üretme isteği tarafından yönlendirilir.
E) Satışa yönelik pazarlama anlayışının amacı, ürünlerin satın alınmasını sağlamak için müşterilerin aradıkları yararları ön plana çıkarıp onları olumlu yönde etkilemek değil, sadece yüksek satış hacmi yaratmaktır.

3. **İşletmeler durum analizi yaparken aşağıdakilerden hangisinden yararlanırlar?**

- A) SWOT analizinden
B) Fiyat analizinden
C) Üretim analizinden
D) Ürün analizinden
E) İşgücü analizinden

4. I. Demografik faktörler
II. Ekonomik faktörler
III. Teknolojik gelişmeler
IV. Sosyo kültürel değişmeler

Yukarıdakilerden hangileri işletmelerin durum analizi yaparken inceledikleri makro çevresel faktörlerdendir?

- A) Yalnız I
B) Yalnız II
C) I ve II
D) I, II ve III
E) I, II, III ve IV

5. **Aşağıdakilerden hangisi araştırma sürecinin ilk aşamasını oluşturur?**

- A) Örneklemenin yapılması
B) Veri toplama yönteminin seçilmesi
C) Problemin teşhisi ve tanımlanması
D) Araştırma raporunun hazırlanması
E) Veri kaynaklarının belirlenmesi

6. I. Direkt gözlem
II. Odimetre
III. Psiko-Galvanometre
IV. Rol oynama testi

Yukarıdakilerden hangileri gözlem yöntemlerindedir?

- A) Yalnız IV
B) I ve II
C) II ve III
D) I, II ve III
E) II, III ve IV

7. **Aşağıdakilerden hangisi referans gruplarından biri değildir?**

- A) Olumlu gruplar
B) Özlem grupları
C) Üyelik grupları
D) Formel gruplar
E) Normatif gruplar

2009 BS 1321-A

8. Kişilere toplumsal sözleşme sonucu verilmiş ve çoğu kez ayırt edici bir üniforma ile birlikte gelen güce ne ad verilir?

- A) Zorlayıcı güç
- B) Bilgilendirme gücü
- C) Ödül gücü
- D) Yasal güç
- E) Uzman gücü

9.

- I. Dernekler
- II. Sendikalar
- III. Siyasal partiler
- IV. Devlet
- V. Perakendeciler

Yukarıdakilerden hangileri kâr amacı gütmeyen kurumlar pazarı içerisinde yer alırlar?

- A) Yalnız V
- B) I ve IV
- C) II ve V
- D) I, II ve III
- E) III, IV ve V

10. Satın alma merkezinde, satın almaya ilişkin olumlu ya da olumsuz kararı veren, ürünü ve tedarikçiyi seçen ya da onaylayan kişiye ne ad verilir?

- A) Karar verici
- B) Yönlendirici
- C) Etkileyici
- D) Alıcı
- E) Kullanıcı

11. Endüstriyel pazarlarla ilgili aşağıdaki ifadelerden hangisi yanlıştır?

- A) Endüstriyel pazardaki talep elastiktir.
- B) Endüstriyel pazar, daha az sayıda ancak büyük alıcılardan oluşur.
- C) Endüstriyel alıcılann talebi son kullanıcıların talebinden doğar.
- D) Endüstriyel müşteriler bölgesel olarak yoğunlaşmışlardır.
- E) Endüstriyel pazardaki talep, tüketici talebindeki değişimlere bağlı olarak dalgalı olabilir.

12. Tüketicinin, toplumun fiziksel ya da ruh sağlığını tehdit eden ürün ve hizmetlere karşı olan talebine ne ad verilir?

- A) Düzensiz talep
- B) Tam talep
- C) Azalan talep
- D) Sağlıklı olmayan talep
- E) Aşırı talep

13. Geliştirici pazarlama görevi aşağıdaki talep türlerinin hangisinde kullanılır?

- A) Negatif talepte
- B) Sıfır talepte
- C) Gizli talepte
- D) Azalan talepte
- E) Düzensiz talepte

14.

- I. Sigara
- II. Gazete
- III. Sakız
- IV. Piyano
- V. Mobilya

Yukarıdakilerden hangileri kolayda ürünlerdendir?

- A) Yalnız IV
- B) I ve III
- C) III ve IV
- D) I, II ve III
- E) II, IV ve V

15.

- I. Kâr amaçlı olan hizmetler
- II. Kişi ağırlıklı hizmetler
- III. Donanım ağırlıklı hizmetler
- IV. Karma hizmetler
- V. Müşteriyle düşük derecede bağımlı hizmetler

Yukarıdakiler hangileri kullanıcılar açısından sınıflandırılan hizmet çeşitlerindedir?

- A) Yalnız IV
- B) I ve III
- C) III ve V
- D) I, II ve III
- E) II, IV ve V

2009 BS 1321-A

16.

- I. Maliyet giderleri
- II. Talep
- III. Pazardaki rekabet
- IV. Devlet
- V. Fiyatlandırma amaçları

Yukarıdakilerden hangileri işletmenin fiyat kararlarını alırken göz önünde bulundurması gereken başlıca etkenlerdendir?

- A) Yalnız III
- B) I ve II
- C) I, II ve IV
- D) I, II, III ve IV
- E) I, II, III, IV ve V

17. Aşağıdakilerden hangisi değişken maliyetlerdendir?

- A) Fabrika binasının kirası
- B) Tahvillere yapılan faiz ödemeleri
- C) Büroların kiralara
- D) İşçilik ücretleri
- E) Makine ve donanımın amortisman giderleri

18.

- I. Taşıma
- II. Stok yönetimi
- III. Depolama ve ambalajlama
- IV. Malzeme aktarımı
- V. Müşteri hizmet düzeyi ve sipariş işleme

Yukarıdakilerden hangileri fiziksel dağıtım işlevlerini oluşturan temel öğelerdendir?

- A) Yalnız IV
- B) I ve II
- C) II ve III
- D) I, II, III ve IV
- E) I, II, III, IV ve V

19. Aşağıdakilerden hangisi yoğun dağıtım gerektiren ürünlerden biri değildir?

- A) Gazete
- B) Kibrit
- C) Ofis ekipmanı
- D) Sabun
- E) Şekerleme

20.

- I. Genel mağazalar
- II. Özel mağazalar
- III. Bölümlü mağazalar
- IV. Kent ana ticaret merkezlerindeki mağazalar

Yukarıdakilerden hangileri sunulan ürünlere göre sınıflandırılan perakendeci kurumlardandır?

- A) Yalnız III
- B) I ve II
- C) I, II ve III
- D) II, III ve IV
- E) I, II, III ve IV

21. Ürünlerin ve hizmetlerin nihai tüketicilere pazarlanmasıyla ilgili eylemler bütününe ne ad verilir?

- A) Perakendecilik
- B) Tezgahta satış
- C) Reklamlı satış
- D) Toptancılık
- E) Makinede satış

22. Aşağıdakilerden hangisi tutundurma karması araçlarından biri değildir?

- A) Satış tutundurma
- B) Fiyatlandırma
- C) Kişisel satış
- D) Halkla ilişkiler
- E) Reklam

23. Herhangi bir teorik temele dayanmayan, yöneticilerin deneyimlerine ve sezgilerine göre belirlenen bütçe oluşturma yaklaşımına ne ad verilir?

- A) Ayırabildiği kadar bütçeleme yöntemi
- B) Keyfi bütçe belirleme yöntemi
- C) Rekabetçi eşitlik modeli
- D) Amaç ve görev yöntemi
- E) Satışların yüzdesi yaklaşımı

2009 BS 1321-A

24.

- I. Paket sunuş
- II. Organize sunuş
- III. Kişiyeye özel sunuş

Yukarıdakilerden hangileri işletmelerin satış sunuşlarında izleyebileceği yollardandır?

- A) Yalnız I
- B) Yalnız III
- C) I ve II
- D) II ve III
- E) I, II ve III

25. Aşağıdakilerden hangisi kişisel satış sürecinde alıcılardan gelen itirazları karşılama yöntemlerinden biri değildir?

- A) Alıcının duygularının dinlenmesi
- B) Müşterilerin diğery satış temsilcilerine yönlendirilmesi
- C) Önyargısız itiraz konularının paylaşılması
- D) Seçenekler sunularak problemin çözülmesi
- E) Sorularla gerçek durumun açıklığa kavuşturulması

26. Aşağıdakilerden hangisi bire-bir pazarlamanın özelliklerinden değildir?

- A) Tüm çalışanların kalite üzerine odaklanmalarını sağlaması
- B) Müşteri beklentilerini karşılması
- C) Kısa dönemli bir bakış açısı oluşması
- D) Sürekli bir müşteri ilişkisi oluşması
- E) Müşteri sadakati yaratması

27. İşletmelerin sosyal sorunları ele almaları ve ürünlerinin gelirleriyle bu sorunların çözümüne katkıda bulunurken kendilerine olumlu imaj geliştirerek marka bağımlılığı yaratmaları aşağıdakilerden hangisiyle ilgilidir?

- A) Radikal pazarlamayla
- B) Amaca yönelik pazarlamayla
- C) Deneyimsel pazarlamayla
- D) İzine dayalı pazarlamayla
- E) İlişkisel pazarlamayla

28. Aşağıdakilerden hangisi satış tutundurma faaliyetlerinin artmasının nedenlerinden biri değildir?

- A) Markalar arası benzerlikler arttıkça marka bağımlılığının azalması
- B) Rakiplerin pazardan çekilmesi
- C) Tüketicilerin promosyon beklentilerinin artması
- D) Gücün üreticilerden perakendecilere geçmesi
- E) Tüketicilerin fiyat duyarlılıklarının artmasının ekonomik teşviklere olan ilgilerini artırması

29. Aşağıdakilerden hangisi uluslararası pazarlara giriş şekillerinden biri değildir?

- A) İşletmenin dış ülkedeki bir işletmeye döviz vermesi
- B) İşletmenin dış ülkedeki bir işletmeyle ortak girişimde bulunması
- C) İşletmenin doğrudan dış ülkede yatırım yapması
- D) İşletmenin dış ülkedeki bir işletmeye lisans vermesi
- E) İşletmenin dolaylı ihracat yapması

30. Ana işletmeden bir diğery işletmeye belirli ayrıcalıkların belirli bir zaman dilimi içinde ve belirli bir iş kolunda kullanım hakkının verilmesine ne ad verilir?

- A) Yönetim sözleşmesi
- B) Franchising
- C) Doğrudan yatırım
- D) Dolaylı ihracat
- E) Stratejik birleşme