

2010 AS 1321-A

1. Kişilerin ve örgütlerin amaçlarına uygun değişimi sağlamak üzere malların, hizmetlerin ve düşüncelerin yaratılmasını, fiyatlandırılmasını, dağıtımını ve tutundurma çabalarını planlama ve uygulama sürecine ne ad verilir?

- A) Kişisel satış
- B) Pazarlama
- C) Reklam
- D) Duyurum
- E) Halkla ilişkiler

2. Müşterilerin pasif olduğunu ve işletme onun ilgisini çekmek için yeterince çaba göstermedikçe, müşterinin herhangi bir satın almada bulunamayacağını ileri süren pazarlama anlayışı aşağıdakilerden hangisidir?

- A) Satışa yönelik pazarlama anlayışı
- B) Rekabete yönelik pazarlama anlayışı
- C) Çağdaş pazarlama anlayışı
- D) Toplumsal pazarlama anlayışı
- E) Ürüne yönelik pazarlama anlayışı

3. Tüketicilerin ve diğer kurumsal müşterilerin gereksinimlerini karşılayacak belirli ürünler için satın almaya yönelik gösterdikleri isteklilik durumu ve satın alma yeteneğine ne ad verilir?

- A) Talep
- B) Algı
- C) GÜdü
- D) İhtiyaç
- E) Değişim

4. I. Müşteriler
II. Rakipler
III. Aracılar
IV. Tedarikçiler

Yukarıdakilerden hangileri işletmelerin SWOT analizi yaparken inceledikleri mikro çevresel faktörlerdendir?

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

5. İşletmelerin ya da diğer kâr amaçlı olmayan örgütlerin potansiyel ve mevcut müşterilerine arz ettikleri tüm sunumlara ne ad verilir?

- A) Barkod
- B) Patent
- C) Marka
- D) Ürün
- E) Ambalaj

6. Aşağıdakilerden hangisi işletmelerin uygulayabileceği farklılaştırma stratejilerinden biri değildir?

- A) Kullanılan teknolojiyi yenilemek ve değiştirmek
- B) Müşteri hizmetlerinde farklılık yaratmak
- C) Pazara sunulan mamul ve hizmetlerde farklılık yaratmak
- D) Rekabet etmek için taklit ürünler yaparak satmak
- E) Marka ismi veya tasarımda yenilikler yapmak

7. Pazarlama planlaması sürecinin ilk aşaması aşağıdakilerden hangisidir?

- A) İşletme ve pazarlama amaçlarının belirlenmesi
- B) Durum analizinin yapılması
- C) Pazarlama stratejisi alternatiflerinin değerlendirilmesi ve uygun pazarlama stratejisinin seçilmesi
- D) Hazırlanan pazarlama karnası programlarının koordinasyonunun sağlanması
- E) Pazarlama karnasının programlanması

8. Bir mamul için hazırlanan yazılı pazarlama planının ilk bölümünü aşağıdakilerden hangisi oluşturur?

- A) Fırsat ve tehdit analizi
- B) Yönetici özeti ve içindekiler bölümü
- C) Pazarlama stratejisi
- D) Eylem programları
- E) Beklenen kâr/zarar durumu

2010 AS 1321-A

9. I. Toplam maliyet liderliği stratejisi
II. Farklılaştırma stratejisi
III. Odaklanma stratejisi

Yukarıdakilerden hangileri Michael Porter'ın işletmeler için önerdiği pazarlama stratejilerindedir?

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

10. Boston Danışmanlık Şirketi tarafından geliştirilen pazar payı/büyüme matrisinde yüksek büyüme hızı ve yüksek pazar payına sahip işler veya mamullere ne ad verilir?

- A) Soru işaretleri
B) Nakit yutucular
C) Yıldızlar
D) Nakde aç olanlar
E) Nakit inekleri

11. Araştırma sürecinin ilk aşaması aşağıdakilerden hangisidir?

- A) Problemin teşhisi ve tanımlanması
B) Veri kaynaklarının belirlenmesi
C) Araştırma raporunun hazırlanması
D) Örnekleme yapılması
E) Verilerin analizinin ve yorumunun yapılması

12. Örnekleme yönteminin ilk aşaması aşağıdakilerden hangisidir?

- A) Örnekleme amacının saptanması
B) Örneğin seçileceği ana kütle çerçevesinin belirlenmesi
C) Örnekleme yönteminin seçilmesi
D) Örnek büyüklüğünün belirlenmesi
E) Örneğin seçilmesi

13. I. Direkt gözlem
II. Gizlenmiş göz kamerası
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

14. I. Guttman kümülatif ölçeği
II. Likert toplama ölçeği
III. Thurstone'nun eşit görünen aralıklar ölçeği
IV. Odometre

Yukarıdakilerden hangileri tek boyutlu ölçekleme yöntemlerindedir?

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

15. Yeni mamullerin geliştirilmesi ve mevcut mamullerin tüketiciler tarafından beğenilecek biçimde değiştirilmesi amacıyla yapılan araştırmaya ne ad verilir?

- A) Mamul araştırması
B) Reklam araştırması
C) Dış pazar araştırması
D) Fiyatlama araştırması
E) Satış araştırması

16. Referans grubunun, kişinin öğrenmek istediği bilgilere sahip olması sonucunda ortaya çıkan güce ne ad verilir?

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

2010 AS 1321-A

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

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

18. I. İnfornel gruplar
II. Özlem grupları
III. Üyelik grupları
IV. Olumlu gruplar

Yukarıdakilerden hangileri referans gruplarındandır?

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

19. Endüstriyel pazarlarla ilgili aşağıdaki ifadelerden hangisi yanlıştır?

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

20. I. Tetkik
II. Örneklendirme
III. Tanımlama
IV. Müzakere edilmiş sözleşmeler

Yukarıdakilerden hangileri endüstriyel alıcıların satın almada kullandıkları yöntemlerdendir?

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

21. Satın alma merkezinde bir satın almanın yapıp yapılmayacağına, neyin, kimden satın alınacağına ilişkin bilgiye sahip olan, görüşleri ya da öğütleriyle satın alma kararını etkileyen kişiye ne ad verilir?

- A) Kullanıcı
- B) Alıcı
- C) Etkileyici
- D) Başlatıcı
- E) Yönlendirici

22. Tersine pazarlama görevi aşağıdaki talep türlerinin hangisinde uygulanır?

- A) Sıfır talepte
- B) Sağlıklı olmayan talepte
- C) Tam talepte
- D) Azalan talepte
- E) Negatif talepte

23. I. Demekler
II. Sendikalar
III. Siyasal partiler
IV. İşletmeler
V. Araçlar

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

24. Tüketiciler tarafından özlemi çekilen ancak çoğu kez ortaya konamayan istek ve arzuların toplandığı talep türüne ne ad verilir?

- A) Sağlıklı olmayan talep
- B) Sıfır talep
- C) Gizli talep
- D) Azalan talep
- E) Negatif talep

2010 AS 1321-A

25. Aşağıdaki talep türlerinden hangisi tüketicilerin çoğunluğunun belirli bir ürüne karşı besledikleri isteksizliği ve hatta içten içe bir nefreti yansıtır?

- A) Aşırı talep
- B) Negatif talep
- C) Sıfır talep
- D) Tam talep
- E) Düzensiz talep

26. I. Satın alma gücü indeksi
II. Satış faaliyeti indeksi
III. Kalite indeksi

Yukarıdakilerden hangileri talebin ölçülmesinde ve pazar potansiyelinin belirlenmesinde kullanılan indekslerdendir?

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

27. I. Yaşam sigortası
II. DNA testi
III. Gazete
IV. Pil

Yukarıdakilerden hangileri aranmayan ürünlerdendir?

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

28. Aşağıdakilerden hangisi dayanıklı ürünler arasında yer almaz?

- A) Otomobil
- B) Ekmek
- C) Çamaşır makinesi
- D) Buzdolabı
- E) Cep telefonu

29. I. Kâr amaçlı olmayan hizmetler
II. Donanım ağırlıklı hizmetler
III. Profesyonel hizmetler
IV. Tüketicilere yönelik hizmetler
V. Müşteriyle düşük derecede bağımlı hizmetler

Yukarıdakilerden hangileri kullanıcılar açısından gruplandırılan hizmet çeşitlerindendir?

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

30. Aşağıdakilerden hangisi değişken maliyetlerden biridir?

- A) Fabrika binasının kirası
- B) Tahvillere yapılan faiz ödemeleri
- C) Makine ve donanımın amortisman giderleri
- D) Büroların kiralari
- E) Hammadde harcamaları