

2011 BS 1321-A

- I. Reklam
- II. Kişisel satış
- III. Ödeme koşulları ve dönemleri
- IV. Dağıtım kanalları

Yukarıdakilerden hangileri pazarlama karması elemanlarından biri olan tutundurma kavramıyla ilgilidir?

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

2. **Hedeflenen satışlara göre gerçekleşen satışların ölçülmesini ve değerlendirmesini içeren analize ne ad verilir?**

- A) Fiyat analizi
- B) Pazar payı analizi
- C) Dağıtım analizi
- D) Satış analizi
- E) Mamul analizi

3. **Karar vericiye sürekli bilgi toplayan, depolayan, analiz eden ve ihtiyaç duyulduğunda sunan yöntemler bütününe ne ad verilir?**

- A) Ürün yaklaşımı
- B) Kurumsal yaklaşım
- C) Edilgen sistem
- D) Üretimsel karar mekanizması
- E) Pazarlama bilgi sistemi

4. **Bir ürün ya da hizmetin diğer alternatiflerine benzer biçimde performans göstermemesi riskine ne ad verilir?**

- A) Sosyal risk
- B) Demode olma riski
- C) Finansal risk
- D) Psikolojik risk
- E) Performans riski

5. **Endüstriyel satın alma davranışlarını açıklayan tüm modellerin temel aldığı ve genel yaklaşım olarak da ifade edilen endüstriyel müşteri davranış modeli aşağıdakilerden hangisidir?**

- A) Choffray-Lilien Modeli
- B) Sheth Modeli
- C) Anderson-Chambers Modeli
- D) Webster-Wind Modeli
- E) Doyle Modeli

6. **Geliştirici pazarlama görevi aşağıdaki talep türlerinin hangisinde kullanılır?**

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

7. **Aşağıdakilerden hangileri profesyonel hizmet sunan kişilerden biri değildir?**

- A) Odacı
- B) Avukat
- C) Doktor
- D) Muhasebeci
- E) Hemşire

8. **Aşağıdakilerden hangisi dayanıklı ürünlerden biridir?**

- A) Benzin
- B) Süt ürünleri
- C) Bilgisayar
- D) Parfüm
- E) Elma

9. **I. Aynı malı daha ucuz fiyatla pazara sunmak
II. Pazara yeni mallar sunmak
III. Pazara taklit mallar ve markalar sürmek
IV. Pazara, benzerlerine göre farklı olan mallar sürmek**

Yukarıdakilerden hangileri işletmelerin diğer işletmelerle rekabet edebilmesinin yollarındandır?

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

2011 BS 1321-A

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

Yukarıdakilerden hangileri fiyat kararları alınırken işletmenin 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

11. **Aşağıdakilerden hangisi fiziksel dağıtım faaliyetleri arasında yer almaz?**

- A) Stok yönetimi
B) İadelerin yönetimi
C) Tesis ve depo kuruluş yeri seçimi
D) Personel seçimi
E) Atık ve hurdaların değerlendirilmesi

12. **Geleneksel pazarlama kanallarıyla ilgili aşağıdaki ifadelerden hangisi yanlıştır?**

- A) Geleneksel pazarlama kanallarının diğer bir adı da bağımsız dağıtım kanallarıdır.
B) Geleneksel pazarlama kanal yapılarında üretici, toptancı, perakendeci ve tüketici arasında sağlıklı ve kalıcı ilişkilerin kurulması oldukça kolaydır ve kısa sürede bu ilişki sağlanır.
C) Geleneksel pazarlama kanallarında yer alan üyeler arasında oldukça gevşek ilişkiler söz konusudur.
D) Pazardaki hızlı değişime ayak uydurma konusunda geleneksel pazarlama kanallarının başarılı oldukları söylenebilir.
E) Hazır giyim, mutfak gereçleri, işlenmiş gıda maddeleri gibi ürünler çoğunlukla geleneksel kanallar aracılığıyla tüketicilere dağıtılır.

13. **Toptancıların işlevleriyle ilgili aşağıdaki ifadelerden hangisi yanlıştır?**

- A) Mağaza düzeninde, planlamada, tasarımda, malzeme spesifikasyonlarında perakendecilere yardımcı olurlar.
B) Yeni ürünler, rakiplerin fiyatları ve faaliyetleri hakkında perakendecileri bilgilendirirler.
C) Ticari kredi açma, konsinye satış yapma yoluyla perakendecilere finansal yardımda bulunurlar.
D) Üreticilerin doğrudan satış yapmalarından doğacak çabalarını ve maliyetlerini artırırlar.
E) Çeşitli tedarik kaynaklarından aldıkları ürünlerle geniş bir ürün çeşidi sunarlar.

14. I. Değişim sürecinde verimliliği artırırlar.
II. Yığın üretimi küçük parçalara bölüp, ürün demetleri oluştururlar.
III. Değişim işlemlerini rutin hale getirirler.
IV. Tüketicinin araştırma sürecini kolaylaştırırlar.

Aracılarla ilgili yukarıdaki ifadelerden hangileri doğrudur?

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

15. **Kolaylık mağazalarıyla ilgili aşağıdaki ifadelerden hangisi yanlıştır?**

- A) Self servise dayalıdır ve çalışan sayısı azdır.
B) Tüketicilere daha yakın yerlerde kurulan mağazalardır.
C) Mağazalarda bulunan çeşit sayısı oldukça fazladır.
D) Gıda ürünlerinin ağırlıkta olduğu mağazalardır.
E) Satış alanları 100-300 m² arasındadır.

16. **Reklamla ilgili aşağıdaki ifadelerden hangisi yanlıştır?**

- A) Reklamda yer ve zaman için ödeme yapılır.
B) Reklamda iyi geri bildirim elde etmek zordur.
C) Reklam çok sayıda insana ulaşmanın etkin bir aracıdır.
D) Reklam, tüketicilerin zihninde güvenilirliği en yüksek olan tutundurma aracıdır.
E) Reklamın mutlak maliyetleri vardır.

İzleyen sayfaya geçiniz.

2011 BS 1321-A

17. **Tutundurma bütçesini belirlemede kullanılan yaklaşımlarla ilgili aşağıdaki ifadelerden hangisi yanlıştır?**

- A) Ayırabildiği kadar bütçeleme yöntemi genellikle sınırlı kaynaklara sahip işletmelerce benimsenir.
- B) Satışların yüzdesi yaklaşımındaki bütçe, deneyimlerden ve sezgilerden oluşur.
- C) En mantıklı bütçe belirleme yöntemi amaç ve görev yöntemidir.
- D) Satışların yüzdesi yaklaşımında bütçe, satış rakamlarından etkilenmektedir.
- E) Keyfi bütçe belirleme yöntemi herhangi bir teorik temele dayandırılmaz.

18. **Aşağıdakilerden hangisi kişisel satış faaliyetlerinin zayıf yönlerinden biridir?**

- A) Ulaşım ve sıklığın az olması
- B) Demonstrasyon yapılabilmesi
- C) Bilgi vermenin kolay olması
- D) Etkileşimin yüz yüze sağlanması
- E) Hedeflenmiş bir mesajın olması

19. **Yaratıcı satışla ilgili aşağıdaki ifadelerden hangisi yanlıştır?**

- A) Yaratıcı satış, bir satışı olmadan aynı miktarlarda satılamayacak, çok rekabetçi pazarlardaki satışları içerir.
- B) Sigorta, reklam hizmetleri, yazılım vb hizmetlerin satışı yaratıcı satışa örnek olarak verilebilir.
- C) Yaratıcı satış profesyonel danışmanlık içerir ve çelik, kimyasallar, ağır makine ve bilgisayar gibi alanlarda kullanılır.
- D) Yaratıcı satış görevi, satışçının yeni bir ürün, hizmet için mevcut ve muhtemel müşteriler arasında talebi dürtmesine dayalıdır.
- E) Yaratıcı satış, satışın geliştirilmesini ve satışın korunmasını içerir.

20. **Paket sunuşlarla ilgili aşağıdaki ifadelerden hangisi yanlıştır?**

- A) Müşterinin satış sürecine katılımını teşvik eder.
- B) Yeni ve deneyimsiz satışçılar için uygundur.
- C) Satılan ürün sayısının çok olduğu durumlarda uygun değildir.
- D) Firma tarafından hazırlanmıştır.
- E) Her bir müşteri için çok az değiştirilebilen sunuşlardır.

- 21. I. Mevcut ürünlerin satışını artırmak
- II. Rekabetçi pazarlama iletişimine karşılık vermek
- III. Ürün kullanımını artırmak
- IV. Marka bağımlılığını teşvik etmek

Yukarıdakilerden hangileri tüketicilere yönelik satış tutundurma faaliyetlerinin amaçlarındandır?

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

- 22. I. Ulaşma, sıklık ve etkiye karar vermek
- II. Temel medya çeşitleri arasında seçim yapmak
- III. Spesifik medya araçları arasında seçim yapmak
- IV. Zamanlamaya karar vermek

Yukarıdakilerden hangileri medya seçiminde izlenecek temel adımlardandır?

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

23. **Yumuşatıcı reklamındaki oyuncak ayı ya da beyaz eşya reklamındaki robot, reklam mesajının sunulması için kullanılan tarzlardan hangisine ait bir örnektir?**

- A) Sembol kişiliklere
- B) Yaşam biçimine
- C) Fanteziye
- D) Yaşamdan kesite
- E) Tanıklığa

- 24. I. İhracat yapma
- II. Lisans verme
- III. Ortak girişimde bulunma
- IV. Doğrudan dış ülkelerde yatırım yapma

Yukarıdakilerden hangileri işletmelerin uluslararası pazarlara giriş şekillerindedir?

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

2011 BS 1321-A

25. Mal bedelinin ihracat işlemi gerçekleştirilmeden önce efektif, çek, havale ve seyahat çeki ile ödenmesine ne ad verilir?

- A) Vazgeçilebilir akreditif
- B) Peşin ödeme
- C) Vazgeçilemez akreditif
- D) Poliçe karşılığı ödeme
- E) Konsinye satış

26. Aşağıdakilerden hangisi doğal çevre faktörlerinden biri değildir?

- A) İklim
- B) Nüfus
- C) Isı
- D) Nem
- E) Arazi özellikleri

27. Aşağıdakilerden hangisi pazarlamada yeni yaklaşımın özelliklerinden biri değildir?

- A) Günlük işlemlere ve satışlara odaklanılması
- B) Müşterinin elde tutulması ve sadakat yaratılmaya çalışılması
- C) Reklamların ve mesajların izin alınarak müşteriye ulaştırılması
- D) Pazarlama giderlerinin yatırım olarak algılanması
- E) Departmanlar arası müşteri değerinin araştırılması

28. Bazı akaryakıt şirketlerinin dış pazarlarda aynı reklamları arzuya göre farklı oktan ve karışımda benzin satmaları uluslararası ürün planlamasındaki stratejilerden hangisine örnektir?

- A) Hem üründe hem tanıtımda değişiklik yapmaya
- B) Tanıtıma değıştirmeden ürünün şeklini değıştirmeye
- C) Tek ürün üretip, tek tanıtım yapmaya
- D) Yeni ürün üretmeye
- E) Yararlanma şekli değışen tek ürün üretip, farklı tanıtım yapmaya

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

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

30. Aşağıdakilerden hangisi bire-bir pazarlamanın özelliklerinden biri değildir?

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