

2011 YS 1321-A

- I. Fiyat düzeyi
- II. İskontolar
- III. Lojistik
- IV. Hizmet düzeyi

**Yukarıdakilerden hangileri pazarlama karması elemanlarından biri olan fiyat kavramıyla ilgilidir?**

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

- I. Stratejik iş birimi
- II. Pazar payı/ Büyüme matrisi
- III. Mamul / Pazar fırsat matrisi

**Yukarıdakilerden hangileri pazarlama planlamasında kullanılan araçlardır?**

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

3. Pazarlama kararlarının alınması sürecinde belirli verinin iç ve dış kaynaklardan sürekli olarak toplanması ve derlenmesi için insan, makine ve yöntemlerden oluşan sürece ne ad verilir?

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

4. Kişinin hayranlık duyduğu kişi ve grupların tüketim davranışlarını kopya etmesi sonucu oluşan güce ne ad verilir?

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

5. Endüstriyel satın alma sürecinin ilk aşaması aşağıdakilerden hangisidir?

- A) Tedarikçilerin tanımlanması
- B) Alternatiflerin değerlendirilmesi
- C) Ürüne ilişkin niteliklerin belirlenmesi
- D) Gereksinimlerin farkına varılması
- E) Tekliflerin alınması

6. Her bölgede kişi başına düşen perakende satışların, ulusal düzeydeki değerlerle karşılaştırılmalarının ölçümüne ne ad verilir?

- A) Üretim analizi
- B) Satın alma gücü indeksi
- C) Satış faaliyeti indeksi
- D) Kalite indeksi
- E) Depo mal çıkışı verisi

7. I. Ayırt edici olması  
II. Yabancı dillere kolayca çevrilebilmesi  
III. Kolayca anımsanması  
IV. Ürünün yararları ve nitelikleri konusunda fikir vermesi

**Yukarıdakilerden hangileri iyi bir markanın sahip olması gereken özelliklerdendir?**

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

8. Maliyeti temel alan yöntemlerin en gelişmiş ve en çok kullanılanı aşağıdakilerden hangisidir?

- A) Marjinal maliyetlere dayanan sistem
- B) Değişken maliyetlere dayanan sistem
- C) Maliyet-artı sistemi
- D) Belirli bir kâr hedefine dayanan sistem
- E) Başa baş analizine dayanan sistem

2011 YS 1321-A

9. I. Kârılık  
II. Satış  
III. Ürünü konumlandırma  
IV. İşletmenin yaşamını sürdürme

**Yukarıdakilerden hangileri fiyatlandırmanın amaçlarındandır?**

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

10. **Aşağıdakilerden hangisi değişken maliyetlerdendir?**

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

11. **Aşağıdakilerden hangisi seçimli dağıtım yapılmasını gerektiren ürünlerden biridir?**

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

12. **Pazarlama kanalında meydana gelen akışlardan hangisi ters yönlüdür?**

- A) Tutundurma akışı  
B) Para akışı  
C) Fiziksel akış  
D) Sahiplik akışı  
E) Bilgi akışı

13. **Hammaddelerin, yarı bitmiş ve son kullanıma yönelik ürünlerin, üretim noktalarından tüketim noktalarına kadar etkin bir biçimde akışını planlamak, uygulamak ve denetlemek amacıyla iki ya da daha fazla faaliyetin birbiriyle bütünleştirilmesini açıklayan kavrama ne ad verilir?**

- A) Pazarlama stratejisi  
B) İşletim sistemi  
C) İşletme planı  
D) Ürün konumlandırma  
E) Fiziksel dağıtım

14. I. İmtiyazlı satış  
II. Yetkili satıcılık  
III. Bayilik  
IV. Ayrıcalıklı satış

**Yukarıdakilerden hangileri franchising kavramının yerine kullanılabilir?**

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

15. **Aşağıdakilerden hangisi sahipliğine göre sınıflandırılan perakendeci kurumlardan biri değildir?**

- A) Kolaylık mağazaları  
B) Şube mağazaları  
C) Kooperatifler  
D) Franchise sistemler  
E) Zincir mağazalar

16. **Tüketicilere daha yakın yerlerde kurulan, self servise dayalı çalışan, çeşitleri az olan ve gıda ürünlerinin ağırlıkta olduğu mağaza türlerine ne ad verilir?**

- A) Hipermarket  
B) Süpermarket  
C) Franchise sistemler  
D) Kolaylık mağazaları  
E) Alışveriş merkezi

2011 YS 1321-A

17. Aşağıdakilerden hangisi pazarlama kanalındaki toptancıların yerine getirdikleri işlevlerden biri değildir?

- A) Üretilen ürünleri markalamak
- B) Ürünleri teslim etmek
- C) Stok yaparak müşterilerinin stok tutma gereksinimini hafifletmek
- D) Müşterilerin gereksinimlerini öngörmek
- E) Risk üstlenmek

18. Hedef pazarı ya da izleyiciyi oluşturan, mesajı okuyan, gören, dinleyen ve mesajın kodunu açan kişilere ne ad verilir?

- A) Kaynak
- B) Yönlendirici
- C) Başlatıcı
- D) Alıcı
- E) Gönderici

19. Herhangi bir teorik temele davranmayan, yöneticilerin deneyimlerine ve sezgilerine göre belirlenen tutundurma bütçesi oluşturma yaklaşımına ne ad verilir?

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

20. Aşağıdakilerden hangisi tutundurma kavramının özelliklerinden biri değildir?

- A) Sadece tüketicilere yönelik olması
- B) Genellikle bir işletmenin dış çevresiyle olan iletişimini içermesi
- C) Genellikle fiyata dayalı olmayan bir rekabet aracı olması
- D) İletişim kuramına dayanması
- E) İkna edici olması

21. Aşağıdakilerden hangisi satış temsilcilerinin yerine getirdiği satışçılık faaliyetlerinden biri değildir?

- A) Aracıların ürünleri kendi müşterilerine yeniden satmalarına yardımcı olmak
- B) İşletmenin kârlılık oranını hesaplamak
- C) Müşteri problemlerine çözüm sağlamak
- D) Müşterilere hizmet sağlamak
- E) Mevcut ve yeni müşterilere satış yapmak

22. Coğrafi temele göre örgütlenen satış gücü yapısıyla ilgili aşağıdaki ifadelerden hangisi yanlıştır?

- A) Her bir satış bölgesi ayrı bir kâr-zarar merkezi olarak görülür.
- B) Faaliyetlerin kontrolünü sağlayabilmek açısından avantajlıdır.
- C) Yerel koşullara uyum açısından avantajlıdır.
- D) Birbirine benzemeyen, karmaşık ürünlerde uygulaması çok kolaydır çünkü ürünlerle ilgili uzmanlaşma vardır.
- E) Her bir satışçı sınırlı bir coğrafi alandaki müşterilere hizmet verdiğinden seyahat masrafları azdır.

23. I. Yeni ve deneyimsiz satışçılar için faydalıdır.  
II. Firmanın satış ve pazarlama planının sahada yürütülmesini garantiler.  
III. Etkin bir sunuş yoğun araştırmalara dayalı olarak oluşturulmuş olabilir.  
IV. Satışçının sunuş yaparken kullanacağı cümlelerde esneklik vardır ancak firması tarafından hazırlanmış bir kontrol listesi kullanılır.

Organize sunuşla ilgili yukarıdaki ifadelerden hangileri doğrudur?

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

2011 YS 1321-A

24. I. Para iadeleri  
II. Armağan dağıtımı  
III. Örnek ürün dağıtımı  
IV. Fiyat indirimleri

**Yukarıdakilerden hangileri işletmelerin tüketicileri satın almaya ikna etmek için sıkça kullandıkları araçlardandır?**

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

25. Bir basketbol oyuncusunun sevdiği marka sütü reklamlarda çocuklara önermesi, reklam mesajının sunulması için kullanılan tarzlardan hangisine örnektir?

- A) Tanıklığa  
B) Sembol kişiliklere  
C) Bilimsel kanıta  
D) Yaşamdan kesite  
E) Fanteziye

26. İhracatçı açısından herhangi bir risk taşımayan ödeme biçimi aşağıdakilerden hangisidir?

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

27. I. Karşılaştırmalı üstünlüklerden yararlanmak  
II. Rekabet edebilmek veya rekabetten kaçınmak  
III. Vergi avantajları elde etmek  
IV. Ürünün pazarda kalma süresini uzatmak  
V. Kârları korumak veya artırmak

**Yukarıdakilerden hangileri bir işletmenin uluslararası pazarlara girmekle elde edebileceği avantajlardandır?**

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

28. Aşağıdakilerden hangisi uluslararası pazarlara giriş şekillerinden biri değildir?

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

29. I. Analiz  
II. Planlama  
III. Uygulama  
IV. Denetim

**Yukarıdakilerden hangileri veritabanlı pazarlamanın iş süreçlerindedir?**

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

30. Aşağıdakilerden hangisi işlemsel pazarlamanın özelliklerinden biri değildir?

- A) Ürünlerin özellikleri üzerinde durur.  
B) Kısa dönemli ölçüğe sahiptir.  
C) Kalite, öncelikle üretim bölümünü ilgilendirir.  
D) Müşteri ilişkisi düzeyi çok yüksektir.  
E) Müşteri bağlılığı sınırlıdır.