

Pazarlama Yönetimi 2006 Büt

1. Müşterinin pasif olduğunu, işletmenin onun ilgisini çekmedikçe satın alma davranışında bulunmayacağını ileri süren pazarlama anlayışı aşağıdakilerden hangisidir?

- A) Toplumsal pazarlama anlayışı
- B) Müşteri odaklı anlayış
- C) Rakip odaklı anlayış
- D) Üretim anlayışı
- E) Satışa yönelik anlayış

2. Aşağıdakilerden hangisi pazarlama yöneticisinin kontrolünde olmayan faktörlerden biridir?

- A) Tutundurma çabaları
- B) Ürünün fiyatlandırılması
- C) Tüketici davranışları
- D) Dağıtım kanalları
- E) Ürün planlama ve geliştirme

3. Bir işletmenin güçlü ve zayıf yönlerinin belirlenip, dış çevredeki fırsat ve tehditlerin ortaya çıkarılması amacıyla yapılan analize ne ad verilir?

- A) Swot analizi
- B) Finansal analiz
- C) Teknik analiz
- D) Pims analizi
- E) Tüketici analizi

4. Aşağıdakilerden hangisi pazarlama planlaması sürecinde ver almaz?

- A) Stratejik iş birimlerinin seçilmesi
- B) Durum analizinin yapılması
- C) İşletme ve pazarlama amaçlarının belirlenmesi
- D) Pazarlama karmasının programlanması
- E) Strateji alternatiflerinin belirlenmesi ve uygun stratejinin seçilmesi

5. Televizyon açıldığında bir araç yardımıyla seyredilen kanalların otomatik olarak kayıtlara geçtiği ve amacı televizyon reklamlarının etkinliğini ölçmek olan gözlem yöntemi aşağıdakilerden hangisidir?

- A) Direkt gözlem
- B) Psiko-galva no metre
- C) Gizlenmiş göz kamerası
- D) Odimetre
- E) Projeksiyon

6. Aşağıdakilerden hangisi pazarlama araştırmasının konuları arasında ver almaz?

- A) İşletme kaynakları
- B) Dağıtım
- C) Tüketiciler
- D) Mal ve hizmetler
- E) Tutundurma

7. Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisine göre bireyin iyi düzeyde eğitim almak istemesi aşağıdaki ihtiyaç türlerinden hangisine örnektir?

- A) Güvenlik ihtiyacı
- B) Kendini gerçekleştirme ihtiyacı
- C) Ait olma ihtiyacı
- D) Saygınlık ihtiyacı
- E) Fizyolojik ihtiyacı

8. Endüstriyel ürün sınıflandırmalarına göre aşağıdakilerden hangisi sermaye ürünleri kapsamında yer alır?

- A) Aksesuar donanımı
- B) Hammaddeler
- C) Arazi
- D) Süreç materyalleri
- E) Teçhizat

9. Aşağıdakilerden hangisi endüstriyel pazarların özelliklerinden biri değildir?

- A) Satın alma sürecinin daha biçimsel olması
- B) Çok sayıda küçük alıcılardan oluşması
- C) Müşterilerin bölgesel olarak yoğunlaşmış olması
- D) Herhangi bir donanımın tümüyle satın alınması yerine kiralanmasının tercih edilebilmesi
- E) Talebin, tüketiciler pazarındaki talep değişikliklerine bağlı olarak dalgalı olabilmesi

10. Aşağıdakilerden hangisi pazar alanı analizinin amaçları arasında ver almaz?

- A) Satış kotalarının ve satış performansı ölçütlerinin belirlenmesi
- B) Tutundurma eylemlerini yoğunlaştırabilecek şekilde en verimli pazarlara yönelmesi
- C) Satış elemanlarının satış yetenekleri doğrultusunda bölgelere atanması
- D) Üretilen mamulün tüketicilerin istediği kalitede olup olmadığının kontrol edilmesi
- E) Dağıtım organizasyonunun üstünlüklerinin ve zayıflıklarının ortaya çıkarılması

11. Talebi belirleyen önemli bir etken olan arz ve talep arasındaki dengeyi oluşturmakla birlikte taleple çoğunlukla ters ve doğrusal olmayan fonksiyonel ilişkide bulunan unsura ne ad verilir?

- A) Tüketici geliri
- B) Fiyat
- C) Dağıtım
- D) Stok
- E) İkame ürün

12. Bir cep telefonuna internete bağlanma ve wap işlevlerinin kazandırılması yeni ürün kavramlarından hangisine örnektir?

- A) Tümüyle yeni ürünler

- B) Yeniden düzenlenmiş ürünler
- C) Ürün türlerinin geliştirilmesiyle elde edilen ürünler
- D) İşlevi geliştirilmiş ürünler
- E) Yeni işlevler eklenmiş ürünler

13. Satıcıların mal ve hizmetlerini rakiplerinden ayırt etmek için kullandıkları ad, terim, biçim, simge, işaret yada bunların bileşimine ne ad verilir?

- A) Kalite
- B) Marka
- C) Etiket
- D) Ambalaj
- E) Görünüm

14. Aşağıdakilerden hangisi psikolojik fiyat politikaları arasında ver almaz?

- A) Çekici fiyatlar
- B) Kalanlı fiyatlama
- C) Prestij fiyatlar
- D) Özel fiyatlar
- E) Güvenceli fiyatlar

15. Yeni bir ürünün pazarı ele geçirmesi yada güçlü bir pazar payına sahip olması amacıyla uygulanan fiyat politikası aşağıdakilerden hangisidir?

- A) Prestij fiyat
- B) Garantili fiyat
- C) Alışılmış fiyat
- D) Düşük fiyat
- E) Farklı fiyat

16. Toptancı düzeyinde, bir şehirde yada bölgede tek bir toptancıya distribütörlük verilmesiyle, perakende düzeyinde ise ürünün nihai tüketicilere satış hakkının sadece bir mağazaya verilmesiyle gerçekleştirilen dağıtım türüne ne ad verilir?

- A) Esnek dağıtım
- B) Yoğun dağıtım
- C) Seçimli dağıtım
- D) Çok kanallı dağıtım
- E) Sınırlı dağıtım

17. Aşağıdakilerden hangisi pazarlama kanallarında meydana gelen akışlardan biri değildir?

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

18. Aşağıdakilerden hangisi perakendecilerin sınıflandırmasında sunulan ürünlere göre perakendeci türleri arasında ver almaz?

- A) Sınırlı türde ürün satan mağazalar
- B) Genel mağazalar
- C) Bölümlü mağazalar

- D) Zincir mağazalar
E) Özel mağazalar

19. Aşağıdakilerden hangisi sınırlı hizmet sunan toptancılar arasında ver almaz?

- A) Öde-götür toptancıları
B) Araçlı toptancılar
C) Masabaşı toptancıları
D) Posta siparişiyle çalışan toptancılar
E) Özellikle ürün satan toptancılar

20. Aşağıdakilerden hangisi mağaza atmosferini oluşturan iç fiziksel unsurlardan biri değildir?

- A) Renkler
B) Isıtma
C) Vitrin
D) Aydınlatma
E) Temizlik

21. Aşağıdakilerden hangisi tutundurma karması elemanlarından biri değildir?

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

22. Yazılı, sözlü yada görsel öğelerin kullanılarak hedef kitleye yönelik mesajın tasarlanması ve üretilmesi iletişim sürecinin hangi unsurunu tanımlamaktadır?

- A) Kodlama
B) Geribesleme
C) Tepki
D) Çözümleme
E) Tecrübe alanı

23. Profesyonel danışmanlık içeren ağır makine ve bilgisayar alanlarında yoğunlukla kullanılan ve genellikle mühendisler aracılığı ile gerçekleştirilen satış türü aşağıdakilerden hangisidir?

- A) Ticari satış
B) Teknik satış
C) Yaratıcı satış
D) Elden satış
E) Maliyetine satış

24. Aşağıdakilerden hangisi satışçıların eğitim programlarında yer alan konulardan biri değildir?

- A) İletişim kurma becerileri
B) Satılan ürünlerin özellikleri
C) Rapor hazırlama
D) Birim üretim maliyetleri
E) Rakiplerin stratejileri

25. Reklam kampanyası düzenleneceği zaman yapılması gereken ilk işlem aşağıdakilerden hangisidir?

- A) Reklam amaçlarının oluşturulması

- B) Reklam bütçesinin belirlenmesi
C) Reklam stratejisinin geliştirilmesi
D) Kullanılacak mesaj ve medyaya karar verilmesi
E) Reklam kampanyasının etkinliğinin değerlendirilmesi

26. Üzerinde belirli bir değer yazan ve belirtilen ürünü satın aldığı anda tüketiciye o değer kadar parasal tasarruf sağlayan satış tutundurma aracına ne ad verilir?

- A) Ticari iskonto
B) Para iadesi
C) Kupon
D) Fiyat indirim ve avantajlı ambalaj
E) Armağan

27. Aşağıdakilerden hangisi uluslararası pazarlara giriş şekillerinden biri değildir?

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

28. Rakiplerin pazara girişinden önce satışlardan yüksek gelir elde etme temeline dayanan fiyatlandırma stratejisi aşağıdakilerden hangisidir?

- A) Rakiplerin pazardan dışlanması
B) Talebin yaygınlaştırılması
C) Büyük pazar bölümlerini ele geçirme
D) Pazarın kaymağını alma
E) Pazara nüfuz etme

29. Aşağıdakilerden hangisi pazarlamada yeni yaklaşımın özelliklerinden biri değildir?

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

30. Aşağıdakilerden hangisi veritabanlı pazarlamanın iş süreçlerinden biri değildir?

- A) Denetim
B) Planlama
C) Farklılaştırma
D) Uygulama
E) Analiz

1. E
2. C
3. A
4. A
5. D
6. A
7. B
8. C
9. B
10. D
11. B
12. E
13. B
14. E
15. D
16. E
17. A
18. D
19. E
20. C
21. D
22. A
23. B
24. D
25. A
26. C
27. C
28. D
29. B
30. C