

Pazarlama Yönetimi 2008 Büt

1. İhtiyacını karşılayacak belirli bir mal yada hizmet için tüketicinin satın almaya yönelik isteğine veya yeteneğine ne ad verilir?

- A) Gereksinim
- B) Güdü
- C) Değişim
- D) Talep
- E) Algı

2. İşletmenin amaçları ve yetenekleri ile değişen çevre koşullarına stratejik uyumun sağlanması ve sürdürülmesi sürecine ne ad verilir?

- A) Taktik planlama
- B) Proje planlaması
- C) Stratejik planlama
- D) Yıllık planlama
- E) Fonksiyonel planlama

3. Aşağıdakilerden hangisi reklam araştırması kapsamında ver almaz?

- A) Reklam bütçesinin belirlenmesi
- B) Fiyatlamaya karşı tüketici tepkilerinin belirlenmesi
- C) Medya araştırmasının yapılması
- D) Mesaj araştırmasının yapılması
- E) Reklam etkinliğinin ölçülmesi

4. Bir ürünü satın alıp kullanmadıkça o ürüne karşı olumlu bir tutumun geliştirilemeyeceğini savunan tüketici tutumları kuramı aşağıdakilerden hangisidir?

- A) Bilişsel tutarlılık kuramı
- B) Deneysel etki kuramı
- C) Denge kuramı
- D) Bilişsel uyumsuzluk kuramı
- E) Öz-algılama kuramı

5. Dernek, sendika ve siyasal partiler aşağıdaki pazar türlerinden hangisinin kapsamında yer alır?

- A) Devlet pazarı
- B) Tüketiciler pazarı
- C) Üreticiler pazarı
- D) Aracılar pazarı
- E) Kurumlar pazarı

6. Aşağıdaki talep türlerinden hangisi tüketicilerin çoğunluğunun belirli bir ürüne karşı besledikleri isteksizliği yansıtır?

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

7. İşletmenin ürettiği tüm ürün çeşitlerinin sayısına ne ad verilir?

- A) Ürün karmasının eni

- B) Ürün karmasının büyüklüğü
- C) Ürün karmasının derinliği
- D) Ürün karmasının boyu
- E) Ürün karmasının tutarlılığı

8. Aşağıdakilerden hangisi tüketim malları kapsamında ver almaz?

- A) Aranmayan mallar
- B) Özellikli mallar
- C) Donatım malları
- D) Kolayda mallar
- E) Beğenmeli mallar

9. Aşağıdakilerden hangisi maliyete dayalı fiyatlandırma sistemlerinden biri değildir?

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

10. Belirli bir yerde ve zamanda yada değişik yerlerde ve zamanlarda pazarda uygulanan fiyata ne ad verilir?

- A) Kuramsal fiyat
- B) Gerçek fiyat
- C) Aidat
- D) Ücret
- E) Komisyon

11. Girişimin üst yöneticilerinin, üretimlerini pazarlarda kârla satmak için yer verdikleri, fiyatla ilgili tüm düşüncelere ne ad verilir?

- A) Finansman politikası
- B) Pazarlama politikası
- C) Dağıtım politikası
- D) Üretim politikası
- E) Fiyatlandırma politikası

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

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

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

14. Aşağıdakilerden hangisi dağıtım kanalı üyelerinin seçiminde kullanılan kriterlerden biri değildir?

- A) Satış performansları
- B) Pazar kapsamaları
- C) Ürün dizileri
- D) Kredi ve finans koşulları
- E) Eğitim durumları

15. Üretici adına ürün yada hizmet pazarlamak yada diğer işlevleri yerine getirmek için yasal yetkiye sahip olan aracılar ne ad verilir?

- A) Perakendeci
- B) Distribütör
- C) Acente
- D) Toptancı
- E) Yardımcı aracı

16. Aşağıdakilerden hangisi yerleşim yerine göre sınıflandırılan perakendeci türlerinden biridir?

- A) Tam hizmet sunan perakendeciler
- B) Ticaret merkezindeki mağazalar
- C) Zincir mağazalar
- D) Özel mağazalar
- E) Bağımsız mağazalar

17. Aşağıdakilerden hangisi sunulan ürünlere göre sınıflandırılan perakendeci türlerinden biri değildir?

- A) Sınırlı türde ürün satan mağazalar
- B) Genel mağazalar
- C) Özel mağazalar
- D) Zincir mağazalar
- E) Bölümlü mağazalar

18. Aşağıdakilerden hangisi perakendecinin müşterilere sunacağı hizmetleri belirlemede göz önünde tutacağı faktörlerden biri değildir?

- A) Rakipler tarafından sunulan hizmet düzeyi
- B) Tüketicilerin beklentileri
- C) Sunulan ürünlerin türü
- D) Müşterinin iş hacmi
- E) Mağazanın türü, büyüklüğü

19. Yılbaşı, bayramlarda vb. önemli günlerde mağaza kapanış saatlerini uzatarak müşterilere hizmet vermeleri, perakendecilerin tüketiciye sundukları faydalardan hangisine ait bir örnektir?

- A) Şekil faydasına
- B) Zaman faydasına
- C) Fiyat faydasına
- D) Yer faydasına
- E) Sahiplik faydasına

20. Tüketiciyi bilgilendirme, etkileme, ikna ve teşvik etme amacıyla oluşturulan iletişim yöntemlerine ne ad verilir?

- A) Satışlara göre pazarlama
- B) Doğrudan pazarlama

- C) Tutun durma
D) Sponsorluk
E) Amaca yönelik pazarlama

21. A markalı bir diş macununun üstün yönleri konusunda bilgi veren bir diş hekimi, tanıtımını yaptığı marka iletişim sürecinin hangi elemanını ifade eder?

- A) Kanal
B) Geri besleme
C) Kaynak
D) Kodlama
E) Alıcı

22. Aşağıdakilerden hangisi iletişim modelinin unsurlarından biri değildir?

- A) Gürültü
B) Dağıtım kanalı
C) Kaynak yada gönderici
D) Kodlama/mesaj
E) İletişim kanalı

23. Aşağıdakilerden hangisi müşteri temelli örgüt yapısının üstün yönüdür?
A) Organizasyonda kimin kimden sorumlu olduğu konusunda açıklık vardır.
B) Ürünlerde ve gerekli satış süreçlerinde uzmanlaşma sağlar.

- C) Seyahat zamanının az olması nedeniyle maliyetler düşüktür.
D) Satış çabasının daha iyi kontrolü söz konusudur.
E) Müşteri ihtiyaçları daha iyi kavranır.

24. Aşağıdakilerden hangisi kişisel satış sürecinde alıcılardan gelen itirazları karşılama yöntemlerinden biri değildir?
A) Müşterilerin diğer satış temsilcilerine yönlendirilmesi
B) Alıcının duygularının dinlenmesi
C) Önyargısız itiraz konularının paylaşılması
D) Sorularla gerçek durumun açıklığa kavuşturulması
E) Seçenekler sunularak problemin çözülmesi

25. Bir reklam mesajının sunulmasında, ürünü normal ortamında deneyen sıradan insanların kullanılması aşağıdaki reklam tarzlarından hangisine ait bir örnektir?

- A) Yaşamdan kesite
B) Yaşam biçimine
C) Tanıklığa
D) Bilimsel kanıta
E) Fanteziye

26. Aşağıdakilerden hangisi medya seçiminde izlenecek temel adımlardan biri değildir?
A) Spesifik medya araçları arasında seçim yapmak
B) Hedef kitleye karar vermek

- C) Ulaşma, sıklık ve etkiye karar vermek
D) Zamanlamaya karar vermek
E) Temel medya çeşitleri arasında seçim yapmak

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

- A) Peşin ödeme
B) Akreditifle ödeme
C) Poliçe karşılığı ödeme
D) Konsinye ödeme
E) Erken ödeme

28. Aşağıdakilerden hangisi ilişkisel pazarlamanın özelliklerinden biri değildir?

- A) Müşteri bağlılığı yüksektir.
B) Müşteri ilişkisi çok düşük düzeydedir.
C) Uzun dönemli ölçeğe sahiptir.
D) Müşteriyi elde tutma üzerinde odaklaşır.
E) Kalite, işletmedeki herkesi ilgilendirir.

29. Aşağıdakilerden hangisi işlemsel pazarlamanın özelliklerinden biri değildir?

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

30. İşletme amaçlarına ulaşmayı sağlayacak değişimi gerçekleştirmek üzere malların, hizmetlerin, fikirlerin geliştirilmesi, fiyatlandırılması ve dağıtılmasına ilişkin olarak birden çok ülkede yapılan planlama ve uygulama sürecine ne ad verilir?

- A) Uluslararası pazarlama
B) Ortaklaşa yatırım
C) Uluslararası taşıma
D) Gümrükleme
E) Üretim anlaşması

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