

2011 AS 1321-A

1. Müşteri gereksinimlerini tanımlamak, bunları doğru biçimde karşılayacak işletme sunumlarını ortaya koymak ve bu gereksinimleri kârlı bir şekilde tatmin etmekten sorumlu olan yönetim sürecine ne ad verilir?

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

2. Pazarlamayla ilgili aşağıdaki ifadelerden hangisi yanlıştır?

- A) Pazarlama, birbirinden farklı pek çok faaliyetin bütünü ya da sistemidir.
- B) Pazarlama, işletmenin rakiplerine karşı üstünlük sağlamasında pazar ve müşteri payını artırma amacını güder.
- C) Pazarlama, bir ürünün sadece reklam ve satışıyla ilgilidir.
- D) Pazarlama, işletmeler tarafından arzu edilen pazar fırsatlarının tanımlanmasını olanaklı kılar.
- E) Pazarlama, gereksinimlerin karşılanmasına yöneliktir.

3. Üretime yönelik pazarlama anlayışıyla ilgili aşağıdaki ifadelerden hangisi yanlıştır?

- A) Üretime yönelik pazarlama anlayışı, ürün kıtlığının söz konusu olduğu, tüketicilerin istek ve ihtiyaçlarının göz önüne alınmadığı dönemlerde geçerlidir.
- B) Üretime yönelik pazarlama anlayışını kabul eden işletmeler, tüketicilerin ucuz ürünlere yöneleceklerini kabul eder, bundan dolayı da verimliliği artırmaya ve talebe ulaşmaya çalışır.
- C) Üretim temelli düşünce, işletmelerin en eski anlayışlarından biridir.
- D) Üretime yönelik pazarlama anlayışı, işletmede üretimin en önemli ve tüm faaliyetlerin odak noktası olduğu, işletmeyi mühendis ve diğer teknik personelin yönettiği bir dönemin anlayışıdır.
- E) Üretime yönelik pazarlama anlayışında, tüketicilerin tercih yapma imkanları vardır ve bu konuda da oldukça bilinçlidirler.

- 4. I. Reklam
- II. Kişisel satış
- III. Hizmet düzeyi
- IV. Lojistik

Yukarıdakilerden hangileri pazarlama karması elemanlarından biri olan tutundurma kavramıyla ilgilidir?

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

5. Gereksinimlerle ilgili aşağıdaki ifadelerden hangisi doğrudur?

- A) Gereksinimler ve gereksinimlerin tatminine yarayan araçlar birbirinin yerine ikame edilemezler
- B) Gereksinimler karşılandıkça şiddetleri artar.
- C) Bütün gereksinimler aynı ölçüde vazgeçilmezdir.
- D) İnsanların gidermek istedikleri sınırlı sayıda gereksinimleri vardır.
- E) Başlangıçta zorunlu olmayan gereksinimler, zamanla zorunlu hale gelebilir.

6. Pazarlama planlaması sürecinin ilk aşaması aşağıdakilerden hangisidir?

- A) İşletme ve pazarlama amaçlarının belirlenmesi
- B) Pazarlama stratejisi alternatiflerinin değerlendirilmesi
- C) Pazarlama karmasının programlanması
- D) Durum analizinin yapılması
- E) Uygun pazarlama stratejisinin seçilmesi

A

2011 AS 1321-A

7. I. Her stratejik iş birimi, tek bir iştir.
- II. Her stratejik iş biriminin ayrı bir misyonu vardır.
- III. Stratejik iş birimi, bir veya birbirleriyle ilişkili işletme bölümü, bir bölümdeki ürün sayısı, dizisi veya bazen de bir ürün veya markadır.
- IV. Stratejik iş birimlerinin toplamı, bir işletmenin portföyünü oluşturur.
- V. Her stratejik iş biriminin kendi rakipleri vardır.

Stratejik iş birimleriyle ilgili yukarıdaki ifadelerden hangileri doğrudur?

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

8. **Reklam ve diğer pazarlama bileşenleri yoluyla hedef tüketicinin beyninde, mamul türüyle ilgili özel bir yerin oluşturulmasına ne ad verilir?**

- A) Pazarlama denetimi
- B) Pazarlama karması
- C) Mamul konumlandırma
- D) Mamul programı
- E) Pazar fırsatı

9. **Araştırmacı dışındaki bir kişi ve kuruluşça, belli bir amaç için geçmişte toplanmış verilere ne ad verilir?**

- A) Birinci dereceden veriler
- B) İkinci dereceden veriler
- C) Efektif veriler
- D) Aktif veriler
- E) Etkin veriler

10. **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) Ana kütlenin tanımlanması

11. I. Guttman kümülatif ölçeği
- II. Likert toplama ölçeği
- III. Thurstone'nun eşit görünen aralıklar ölçeği
- IV. Cümle tamamlama testi

Yukarıdakilerden hangileri tek boyutlu ölçekleme yöntemlerindedir?

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

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

- A) Reklam araştırması
- B) Mamul araştırması
- C) Ambalajlama araştırması
- D) Fiyatlandırma araştırması
- E) Dış pazar araştırması

13. I. Sübjektif yöntem
- II. Rasyo yöntemi
- III. Amaç ve görev yöntemi
- IV. Projeksiyon yöntemi

Yukarıdakilerden hangileri reklam bütçesinin belirlenmesinde kullanılan yöntemlerdendir?

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

14. **Aşağıdakilerden hangisi anket formu hazırlama ilkelerinden biri değildir?**

- A) İfade kolaylığı verme
- B) Cevaplayıcıyı şartlandırma
- C) Hataya engel olma
- D) Cevaplama arzusu yaratma
- E) Hatırlatma

2011 AS 1321-A

15. Tüketicilerle ilgili aşağıdaki ifadelerden hangisi **yanlıştır**?

- A) Tüketicilerin satın almaları kendi ihtiyaçları, istekleri ve arzuları içindir.
- B) Her tüketici müşteridir ama her müşteri tüketici değildir.
- C) Tüketiciler kararlarını kendi geliştirdikleri karar kriterlerine göre verirler.
- D) Tüketiciler satın alma davranışlarını kendi iradeleriyle yaparlar.
- E) Tüketiciler, satın alma sonrasını da değerlendirirler.

16.

- I. Kültürel ve sosyal faktörler
- II. Psikolojik faktörler
- III. Kişisel faktörler

Yukarıdakilerden hangileri tüketicilerin satın alma davranışını etkileyen faktörlerdendir?

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

17. Fikir liderleriyle ilgili aşağıdaki ifadelerden hangisi **yanlıştır**?

- A) Fikir liderleri önerdikleri ürünleri sürekli satın alırlar.
- B) Uzman gücüne sahip olduklarından fikir liderleri teknik açıdan ehil ve inandırıcıdır.
- C) Fikir liderleri, tüketicilerin satın alma davranışları ve ürün tercihleri üzerinde önemli etkiye sahiptir.
- D) Belirli ürünler hakkında bilgiye sahip olan ve bu konularda kendilerine danışılan kişilere fikir liderleri denir.
- E) Fikir liderlerinin değerlendirmelerini tarafsız biçimde gerçekleştirdikleri düşünülür.

18. Tüketicinin satın alma karar sürecinin **ilk** aşamasını aşağıdakilerden hangisi oluşturur?

- A) Satın alma öncesinde planlamanın yapılması
- B) Satın alma davranışının gerçekleştirilmesi
- C) Yeniden satın alma ya da tüketimden sonra kişiyi yeniden ürün isteğine yönlendirebilecek satın alma sonrası davranışın sergilenmesi
- D) Gereksinimin veya isteğin gelişmesi ve kişi tarafından bunun algılanması
- E) Satın alma öncesinde konuyla ilgili karar verilmesi

19. I. Özlem grupları
II. Formel gruplar
III. Üyelik grupları
IV. Olumsuz gruplar

Yukarıdakilerden hangileri referans gruplarından?

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

20. Endüstriyel talep ile ilgili aşağıdaki ifadelerden hangisi **yanlıştır**?

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

21. Başka ürünlerin üretiminde ya da üretim eylemlerini yürütmeye kullanarak bir kâr elde etmek amacıyla ürünler satın alan kişilerden oluşan endüstriyel pazar türüne ne ad verilir?

- A) Üreticiler pazarı
- B) Edilgin pazar
- C) Tüketici pazarı
- D) Kâr amacı gütmeyen kurumlar pazarı
- E) Devlet pazarı

2011 AS 1321-A

22. Gereksinimi ilk kez fark eden, satın almayla birlikte çözümlenebilecek esas sorunu tanımlayan satın alma merkezi üyesine ne ad verilir?

- A) Etkileyici
- B) Başlatıcı
- C) Karar verici
- D) Yönlendirici
- E) Alıcı

23. Sürdürücü pazarlama görevi hangi talep türünde uygulanır?

- A) Düzensiz talepte
- B) Aşırı talepte
- C) Negatif talepte
- D) Tam talepte
- E) Gizli talepte

24. Bir işletmenin, mevcut pazar payı ile potansiyel pazar payını karşılaştırmasına ne ad verilir?

- A) İşletmenin satın alma gücü indeksi
- B) Pazar bölüm araştırması
- C) İşletmenin pazar payı indeksi
- D) İşletmenin verim indeksi
- E) İşletmenin kalite analizi

25. Pazar bölümlenme sürecinin ilk aşaması aşağıdakilerden hangisidir?

- A) Pazar bölümlenme temelini tanımlama
- B) Olası pazar payını tahmin etme
- C) Amaçları tanımlama
- D) Pazar potansiyelini tanımlama
- E) Her bir bölüm için ilgili müşteri profilini geliştirme

26. Azalan talepte uygulanan pazarlama görevi aşağıdakilerden hangisidir?

- A) Yaratıcı pazarlama
- B) Sürdürücü pazarlama
- C) Uyumlaştırıcı pazarlama
- D) Dönüştürücü pazarlama
- E) Harekete geçirici pazarlama

- 27. I. Yaşam sigortası
- II. Kefen
- III. DNA testi
- IV. Dergi
- V. Kibrit

Yukarıdakilerden hangileri aranmayan ürünlerdendir?

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

- 28. I. Yasalara uyum gösterme
- II. Alıcılara bilgi sağlama
- III. Aracılara bilgi sağlama
- IV. Tutundurmayı destekleme

Yukarıdakilerden hangileri etiketlemenin işlevlerindedir?

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

29. Aşağıdakilerden hangisi iyi bir markanın sahip olması gereken özelliklerden biri değildir?

- A) Yabancı dillere kolayca çevrilebilmesi
- B) Kısa ve kolay söylenebilmesi
- C) Milli duyguları yansıtmaması
- D) Kolayca anımsanması
- E) Ürünün yararları ve nitelikleri konusunda fikir vermesi

30. Aşağıdakilerden hangisi dayanıklı üründür?

- A) Cep telefonu
- B) Elma
- C) Motor yağı
- D) Ekmek
- E) Parfüm