

## Pazarlama Yönetimi 2007 Final

1. Fiyatların genel arz ve talebe göre oluştuğu, işletmelerin fiyat belirleyici değil, fiyat kabullenici olduğu pazar türü aşağıdakilerden hangisidir?

- A) Tam rekabet
- B) Tekel
- C) Oligopol
- D) Monopol
- E) Eksik rekabet

2. Tüketici kişiliklerinin değişik kategoriler altında toplanması pazarlamanın hangi işlevini kolaylaştırır?

- A) Yeni ürün geliştirme
- B) Pazar bölümlendirme
- C) Satış kararları
- D) Pazar ölçümü
- E) Pazarlama kanallarının seçimi

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

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

4. Pazarda arz ve talep arasındaki dengeyi oluşturan ve çoğunlukla kararsızlık gösteren unsur aşağıdakilerden hangisidir?

- A) Fiyat
- B) Stoklar
- C) Dağıtım
- D) Kalite
- E) Reklam

5. Stratejik planlamanın amacı aşağıdakilerden hangisidir?

- A) Yıllık planda satış personelinin hangi kaynaklardan sağlanacağını belirlemesidir.
- B) Özel reklam kampanyalarının yürütülmesidir.
- C) İşletmenin amaçlarını gerçekleştirmesi için gerekli olan eylemlerin uygulanmasıdır.
- D) İşletmenin güçlü ticari alanlar bulup geliştirmesi, zayıf olanları elemesidir.
- E) Satış bölgelerinin yeniden örgütlendirilmesidir.

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

- A) Tutunurma
- B) Amaca yönelik pazarlama
- C) Sponsorluk
- D) Doğrudan pazarlama
- E) Satışlara göre pazarlama

7. Ürünlerin çok bulunduğu yerlerden az bulundukları yerlere taşınmasıyla elde edilen faydaya ne ad verilir?

- A) Maliyet faydası
- B) Mülkiyet faydası
- C) Şekil faydası
- D) Yer faydası
- E) Zaman faydası

8. Toptancı düzeyinde, bir şehirde ya da 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) Sınırlı dağıtım
- C) Çok kanallı dağıtım
- D) Seçimli dağıtım
- E) Yoğun dağıtım

9. Aşağıdakilerden hangisi tutundurma karması elemanlarından biri değildir?

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

10. Aşağıdakilerden hangisi endüstriyel pazar türleri arasında ver almaz?

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

11. Gazetede bir köşe yazarının belli bir şirket hakkında olumlu bir yazı yazması aşağıdakilerden hangisine örnektir?

- A) İkna etme
- B) Satış geliştirme
- C) Reklam
- D) Kişisel satış
- E) Duyurum

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

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

13. Aşağıdakilerden hangisi psikolojik fiyat politikaları arasında yer almaz?

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

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

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

15. Aşağıdakilerden hangisi dayanıklı ürünler arasında yer almaz?

- A) Buzdolapları
- B) Motor yağları
- C) Bilgisayarlar
- D) Otomobiller
- E) Cep telefonları

16. Firmanın ücretli satış temsilcilerinin, aday müşteriler arasında sipariş almasına, müşteri tatminine ve satış sonrası hizmet ve ilişkilere dayanan doğrudan iletişime ne ad verilir?

- A) Reklam
- B) Kişisel satış
- C) Satış tutundurma
- D) Fiziksel dağıtım
- E) Duyurum

17. İşletmelerin sosyal sorunları ele almaları ve ürünlerinin gelirleriyle bu sorunların çözümüne katkıda bulunurken kendilerine olumlu imaj geliştirerek marka bağımlılığı yaratmaları aşağıdakilerden hangisinin kapsamında yer alır?

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

18. Aşağıdakilerden hangisi veritabanlı pazarlamanın iş süreçlerinden biri değildir?

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

19. Bir tek olarak yada çok özelleştirilmiş olarak üretilen ve belirli bir tüketici kümesinin özel istek ve gereksinimlerini karşılayan, alıcıların elde etmek için

zaman ve para harcamayı göze aldığı ürün türlerine ne ad verilir?

- A) Aranmayan ürünler
- B) Özellikli ürünler
- C) Donatım ürünleri
- D) Kolayda ürünler
- E) Beğenmeli ürünler

20. Malların ve hizmetlerin son tüketicilere satılması işlemine ne ad verilir?

- A) Tezgahta satış
- B) Makinede satış
- C) Reklamli satış
- D) Perakendecilik
- E) Toptancılık

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

22. Odimetre aşağıdaki veri toplama yöntemlerinden hangisinde kullanılır?

- A) Gözlem
- B) Anket
- C) Ölçekleme
- D) Deney
- E) Projeksiyon

23. Aşağıdakilerden hangisi endüstriyel ürünler arasında yer alır?

- A) Özellikli ürünler
- B) Kolayda ürünler
- C) Donatım ürünleri
- D) Aranmayan ürünler
- E) Beğenmeli ürünler

24. Aşağıdakilerden hangisi perakendecilerin sınıflandırılmasında, sunulan ürünlere göre perakendeci türleri arasında ver almaz?

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

25. Aşağıdakilerden hangisi reklam medyası değildir?

- A) Dergi
- B) Televizyon
- C) Gazete
- D) Radyo
- E) Telefon

26. Satın alma merkezinde bir ürün yada hizmetin satın alınmasıyla çözümlenebilecek bir sorun yada ihtiyacı tanımlayan kişiye ne ad verilir?

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

27. Aşağıdakilerden hangisi pazarlamada yeni yaklaşımın özelliklerinden biri değildir?

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

28. Müşterilerin satılan üründen ne kadar satın alabileceği, nerede, nasıl, ne zaman ve kimler tarafından kullanılacağı gibi konuların araştırıldığı kişisel satış süreci aşaması aşağıdakilerden hangisidir?

- A) Ziyaret öncesi planlama
- B) Satış sunuşu
- C) İtirazların karşılanması
- D) Satışın kapanması
- E) İzleme

29. Aşağıdakilerden hangisi firmaların kullandığı satış gücü örgüt yapılarından biri değildir?

- A) Müşteri temelli satış gücü yapısı
- B) Ürün temelli satış gücü yapısı
- C) İşlevsel satış gücü yapısı
- D) Coğrafi temelli satış gücü yapısı
- E) Rekabet odaklı satış gücü yapısı

30. Aşağıdakilerden hangisi pazarlama kanalında toptancının yerine getirdiği işlevlerden biri değildir?

- A) Risk üstlenmek
- B) Ürünleri teslim etmek
- C) Finansal destek sağlamak
- D) Müşterilerin gereksinimlerini öngörmek
- E) Üretilen ürünleri markalamak

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