

Pazarlama Yönetimi 2007 Büt

1. Aşağıdakilerden hangisi dayanıklı ürünlere örnektir?

- A) Kağıt mendil
- B) Süt ürünleri
- C) Motor yağı
- D) Cep telefonları
- E) Benzin

2. Aşağıdakilerden hangisi endüstriyel satın alma yöntemlerinden biri değildir?

- A) Tanımlama
- B) Tetkik
- C) Makinede satış
- D) Örneklendirme
- E) Müzakere edilmiş sözleşmeler

3. Aşağıdakilerden hangisi işletmelerin uygulayabileceği farklılaştırma stratejilerinden biri değildir?

- A) Marka, isim ve tasarımında yenilikler yapmak
- B) Pazara sunulan mallarda farklılık yaratmak
- C) Müşteri hizmetlerinde farklılık yaratmak
- D) Rekabet etmek için taklit ürünler yaparak satmak
- E) Kullanılan teknolojiyi değiştirmek veya yenilemek

4. 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

5. Aşağıdakilerden hangisi talebi etkileyen faktörlerden biri değildir?

- A) Sosyal ve kültürel faktörler
- B) İkame ve tamamlayıcı ürünler
- C) Tüketici beğeni ve tercihleri
- D) Pazardaki işletmelerin organizasyon yapısı
- E) Tüketici gelirleri

6. Aşağıdakilerden hangisi kişilerin ürünler, hizmetler ve düşünceler hakkında takındıkları tavırlar ya da bunlar hakkında aldıkları kararlar doğrultusunda pazarın ne şekilde bölümlendirildiğini gösterir?

- A) Tüketici psikografikleri
- B) Satın alma gücü indeksi
- C) Kalite indeksi
- D) Bölgesel talep fonksiyonu
- E) Standartlaştırma derecesi

7. Aşağıdakilerden hangisi anket formu hazırlama ilkelerinden biri değildir?

- A) Soruların açık olması
- B) Sorularda hatırlatma özelliğinin bulunması
- C) Formun cevaplama arzusu yaratması
- D) Resim ve şekiller yardımıyla ifade kolaylığı sağlanması
- E) Soruların genellikle cevaplayıcıyı şartlandırması

8. Aşağıdakilerden hangisi pazarlama yönetiminin fonksiyonlarından biri değildir?

- A) Üretimde kullanılacak teknolojinin seçilmesi
- B) Dağıtım kanallarının seçilmesi
- C) Ürünün fiyatlandırılması
- D) Ürünün tutundurulması
- E) Ürünün standartlaştırılması ve derecelenmesi

9. Bölgelerde gerçekleşen perakende satışların ulusal düzeydeki değerlere bölünmesi ile elde edilen indekse ne ad verilir?

- A) Satış noktası analizi
- B) Kalite indeksi
- C) Satın alma gücü indeksi
- D) Satış faaliyeti indeksi
- E) Depo mal çıkış verileri

10. Aşağıdakilerden hangisi fiziksel dağıtım işlevleri arasında ver almaz?

- A) Fiyatlama
- B) Stok yönetimi
- C) Depolama
- D) Taşıma
- E) Ambalajlama

11. İşletmenin ürettiği mal dizisinin sayısına ne ad verilir?

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

12. Toptancılar ve perakendeciler endüstriyel pazar türlerinden hangisinin kapsamında yer alır?

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

13. Toptancı kuruluşların finansal performanslarını ölçmede kullanılan unsurlar aşağıdakilerden hangisinde birlikte, doğru olarak verilmiştir?

- A) Stok değeri - kâr marjı
- B) Ürün çeşitleri - stok devir hızı
- C) Pazar payı - kâr marjı

D) Faaliyet gelirleri - stok devir hızı
E) Kâr marjı - stok devir hızı

14. İşletmelerin maliyetler yerine alıcıların algıladıkları değeri temel aldıkları fiyatlandırma sistemi aşağıdakilerden hangisidir?

- A) Ürüne dayalı fiyatlandırma
- B) Dağıtım kanalına dayalı fiyatlandırma
- C) Rekabete dayalı fiyatlandırma
- D) Talebe dayalı fiyatlandırma
- E) Dönemsel fiyatlandırma

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

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

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

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

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

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

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

- A) Kodlama
- B) Kaynak
- C) Kanal
- D) Alıcı
- E) Geribesleme

19. 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

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

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

21. Herhangi bir teorik temele dayanmayan, yöneticilerin deneyimlerine ve sezgilerine göre belirlenen bütçe oluşturma yaklaşımı aşağıdakilerden hangisidir?

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

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

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

23. 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 indirimi ve avantajlı ambalaj
- E) Armağan

24. Bire-bir pazarlamanın ilk basamağı aşağıdakilerden hangisidir?

- A) Müşterileri farklılaştırmak
- B) Müşterileri tanımak
- C) Ürünü yada hizmeti müşterinin ihtiyacına uygun hale getirmek
- D) Sürekli müşteri ilişkisi oluşturmak
- E) Müşteriler ile etkileşime girmek

25. Aşağıdakilerden hangisi satış tutundurma faaliyetlerinin artmasının nedenlerinden biri değildir?

- A) Tüketicilerin fiyat duyarlılığının artması
- B) Tüketicilerin promosyon beklentisi ve talebinin artması
- C) Rakiplerin pazardan çekilmesi
- D) Gücün üreticilerden perakendecilere geçmiş olması
- E) İşletmelerin kısa sürede sonuç almak istemesi

26. 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

27. Aşağıdakilerden hangisi veritabanlı pazarlama kullanımını gerektiren nedenlerden biri değildir?

- A) Rekabetin pazar payı kapmayı güçleştirmesi
- B) Pazarlamanın önemli yatırım alanı olması
- C) Kitlesel pazarlamanın beklenenden daha uzun ömürlü olması
- D) Müşterilerin daha kusursuz hizmet beklemesi
- E) Müşteriye göre uyumlaştırılmış pazarlama çabalarına gerek duyulması

28. Aşağıdakilerden hangisi işlemsel pazarlamanın özelliklerinden biridir?

- A) Müşteriyi elde etme üzerine odaklanması
- B) Tek bir satış üzerine odaklanması
- C) Müşteri bağlılığının yüksek olması
- D) Ürün faydaları üzerine odaklanması
- E) Uzun dönemli ölçeğe sahip olması

29. Aşağıdakilerden hangisi kişisel satışın üstünlüklerinden biri değildir?

- A) Maliyetin düşük olması
- B) Bilginin kapsamının genişletilebilmesi
- C) Verilen bilgi miktarının fazla olması
- D) Etkileşimin yüz yüze sağlanması
- E) Anında geribildirim oluşması

30. Bir işletmeden bir başka işletmeye, belirli ayrıcalıkların belirli bir zaman dilimi içinde ve belirli bir iş kolunda kullanım hakkının verilmesine ne ad verilir?

- A) İşletmeler arası yönetim sözleşmesi
- B) Franchising sistemi
- C) İşletmenin dış pazarda doğrudan yatırım yapması
- D) İşletmeler arası ortak girişim
- E) İşletmeler arası stratejik birleşmeler

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