

Pazarlama Yönetimi 2006 Final

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

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

2. Stratejik planda belirtilen eylemlerin uygulanmasına odaklanan pazarlama planlaması türü aşağıdakilerden hangisidir?

- A) Satış planlaması
- B) Taktik planlama
- C) Fonksiyonel planlama
- D) Proje planlaması
- E) Denetim planlaması

3. Pazarlama problemlerinin teşhisi ve çözümü ile ilgili olarak karar vericiye yardımcı olmak amacıyla verilerin sistematik ve objektif olarak toplanması, analiz edilmesi ve yorumlanması sürecine ne ad verilir?

- A) Veri araştırması
- B) Tüketici araştırması
- C) AR-GE araştırması
- D) Problem araştırması
- E) Pazarlama araştırması

4. Tesadüfi olmayan örnekleme yöntemleri arasında en çok kullanılan yöntem aşağıdakilerden hangisidir?

- A) Kontenjan örneklemesi
- B) Deney yöntemine göre örnekleme
- C) Zümrelere göre örnekleme
- D) Alanlara göre örnekleme
- E) Kümelere göre örnekleme

5. Kişinin hayranlık duyduğu kişi ve grupların tüketim davranışlarını kopya etmesi sonucu oluşan güce ne ad verilir?

- A) Referans gücü
- B) Bilgilendirme gücü
- C) Yasal güç
- D) Uzman gücü
- E) Ödül gücü

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

- A) Düşük ilişki kuramı
- B) Bilişsel uyumsuzluk kuramı
- C) Bilişsel tutarlılık kuramı
- D) Öz-algılama kuramı
- E) Denge kuramı

7. Aşağıdakilerden hangisi endüstriyel pazarların özelliklerinden biri değildir?

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

8. Dernek, sendika ve siyasi partiler aşağıdaki pazar türlerinden hangisinin kapsamında yer alır?

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

9. Tüketiciler tarafından özlemi çekilen ancak çoğu kez ortaya konamayan istek ve arzuların toplandığı talep türüne ne ad verilir?

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

10. Aşağıdakilerden hangisi işletmenin pazar payını belirleme yöntemleri arasında ver almaz?

- A) Satın alma eğilimi araştırmaları
- B) Simülasyon yöntemi
- C) İstatistiksel ayıklama tekniği
- D) Zincirleme oran yöntemi
- E) İlişki lendirilen mallar etüdü

11. İşletmenin ürettiği mal dizisinin sayısına ne ad verilir?

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

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

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

13. 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

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

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

15. 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

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

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

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

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

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

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

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

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

E) Vitrin

20. Aşağıdakilerden hangisi tutundurma karması elemanlarından biri değildir?

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

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

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

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

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

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

- A) Maliyetine satış
- B) Elden satış
- C) Teknik satış
- D) Yaratıcı satış
- E) Ticari 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 Mk, işlem aşağıdakilerden hangisidir?

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

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

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

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

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

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 veritabanlı pazarlamanın iş süreçlerinden biri değildir?

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

30. Aşağıdakilerden hangisi işlemsel pazarlamanın özelliklerinden biridir?

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

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