

1. Bir toplumun temel değerleri, algıları, tercihleri ve davranışları çevrenin parçalarıdır.
Yukarıdaki cümlede boş bırakılan yere aşağıdakilerden hangisi getirilmelidir?
 - A) politik
 - B) ekonomik
 - C) demografik
 - D) doğal
 - E) sosyokültürel
2. Müşteri ilişkileri yönetimi aşağıdaki anlayışlardan hangisi ile daha çok ilişkilidir?
 - A) Müşteri deneyimi yönetimi
 - B) Satış anlayışı
 - C) Toplumsal pazarlama yaklaşımı
 - D) Üretim anlayışı
 - E) Kâr amacı olmayan yaklaşım
3. Tüketici pazarının oluşabilmesi için bazı şartlar gereklidir. Aşağıdakilerden hangisi bu şartlar içinde yer almaz?
 - A) İstek ve ihtiyacı giderme hevesi olmalı
 - B) Satıcı ve tüketici mutlaka birbirini tanımalı
 - C) Ortak istek ve ihtiyacı paylaşan insanlar olmalı
 - D) Satın alma gücüne sahip olmalı (para)
 - E) Satın alma gücünü kullanma yetkisine sahip olmalı
4. Aşağıda yer alan fayda türlerinden hangisi pazarlama fonksiyonu tarafından sağlanamaz?
 - A) Yer faydası
 - B) Mülkiyet faydası
 - C) Sorumluluk faydası
 - D) Şekil faydası
 - E) Zaman faydası
5. Aşağıdakilerden hangisi doğal çevre sorunlarından biri değildir?
 - A) Doğal kaynakların verimsiz kullanımı
 - B) Enerji maliyetlerini artırıcı üretim süreçleri
 - C) Üretim için gerekli hammadde yetersizliği
 - D) Pazarlama faaliyetlerinin çevre kirliliğine yol açması
 - E) Plansız bir şekilde sürekli artan nüfus
6. Aşağıdakilerden hangisi endüstriyel satın alma karar sürecinde yer alan aşamalardan biri değildir?
 - A) Ürün niteliklerinin belirlenmesi
 - B) Tedarikçi seçimi
 - C) Performansın değerlendirilmesi
 - D) Reklam
 - E) İhtiyaçların genel olarak açıklanması
7. Aşağıdakilerden hangisi tüketicilerin karar alma aşamalarından biri değildir?
 - A) Alternatifleri değerlendirme
 - B) Karar - Ürün seçimi
 - C) Satın alma sonrası çıktılar
 - D) Üründe arıza tespiti
 - E) Problem tanımlama
8. Aşağıdakilerden hangisi satış anlayışının özellikle vurguladığı hususlardan biri değildir?
 - A) Satış teknikleri
 - B) Satış becerileri
 - C) Satış hacmi
 - D) Kısa dönemde kârlılık
 - E) Müşteri ihtiyaçları
9. Tüketici pazarlarının coğrafi kriterlere göre bölündüğü bir durumda aşağıdaki değişkenlerden hangisi yanlıs sınıflandırılmış olur?
 - A) Şehir
 - B) Bölge
 - C) Cinsiyet
 - D) İklim
 - E) Ülke
10. Toplam pazarı (heterojen), benzer istek, ihtiyaç, nitelik ve davranışlara sahip daha homojen pazar dilimlerine ayırmaya ne denir?
 - A) Pazara odaklanma
 - B) Pazar bölümlendirme
 - C) Pazar hedefleme
 - D) Pazar seçme
 - E) Pazar belirleme
11. İşletmelerin, sadece tüketicilerin istek ve ihtiyaçlarını işletmenin amaçları ile karşılamaya çalışmayan, bunun yanı sıra bireylerin ve toplumun uzun dönemli en iyi yararlarını korumayı ve geliştirmeyi de vurgulayan pazarlama anlayışı aşağıdakilerden hangisidir?
 - A) Ürün anlayışı
 - B) Toplumsal pazarlama anlayışı
 - C) Modern pazarlama anlayışı
 - D) Satış anlayışı
 - E) Üretim anlayışı
12. Tüketicilerin satın alma gücünü ve harcama kalıplarını etkileyen faktörlerden oluşan çevre aşağıdakilerden hangisidir?
 - A) Kültürel
 - B) Ekonomik
 - C) Teknolojik
 - D) Siyasi
 - E) Doğal
13. Aşağıdakilerden hangisi endüstriyel pazarın özelliklerinden biri değildir?
 - A) Yakın satıcı-müşteri ilişkisi
 - B) Düşük rekabet yoğunluğu
 - C) Profesyonel satın alma
 - D) Az miktarda satın alım yapan çok sayıda alıcı
 - E) Nihai tüketiciye göre türetilmiş talep

14. Müşterinin bir ürünü elinde bulundurmak ve kullanmaktan kazandığı değer ile ürünü elde etmek için harcadığı değer arasındaki farka ne ad verilir?

- A) Müşteri isteği
- B) Müşteri beklentisi
- C) Müşteri değeri
- D) Müşteri sadakati
- E) Müşteri tatmini

15. Pazarlama ile ilgili aşağıdaki bilgilerden hangisi yanlıştır?

- A) Tüketicilere sadece ürün/hizmet ve/veya fikirleri satmakla ilgilenir.
- B) Ürün, fiyat, dağıtım ve tutundurma kararlarını içerir.
- C) Üretim öncesinden başlayıp, satış sonrasına kadar ilerleyen bir süreci kapsar.
- D) Hem bireyler hem de organizasyonlar tarafından gerçekleştirilebilir.
- E) Bir işlem/etkileşim aracılığıyla etkilenen herkese değer sunar.

16. Tüketicilerin satın alma sürecinde “ailem, arkadaşlarım ne düşünüyor” diye belirsizlik içinde bulunması ne tür bir risk algılamasıdır?

- A) Zaman riski
- B) Performans riski
- C) Psikolojik risk
- D) Sosyal risk
- E) Fiziksel risk

17. Aşağıdakilerden hangisi pazarlamanın temel yönlerinden biri değildir?

- A) Pazarlama bir değişime ihtiyaç duymaz.
- B) Pazarlama değer oluşturmaya yardım eder.
- C) Pazarlama ürün, fiyat, dağıtım ve tutundurma kararlarını içermektedir.
- D) Pazarlama pek çok ortamda/koşulda meydana gelir.
- E) Pazarlama tüketicilerin istek ve ihtiyaçlarını tatmin eder.

18. Müşterinin işletmeden yaşamı boyunca yaptığı alımlar için harcadığı paralardan; işletmenin sunduğu mal, hizmet ve müşteri tutmak için harcadığı paraların çıkarılmasıyla elde edilen rakama ne ad verilir?

- A) Pazarın büyüklüğü
- B) Toplam müşteri büyüklüğü
- C) Toplam müşteri değeri
- D) Müşteri sadakati ölçüsü
- E) Müşteri yaşam boyu değeri

19. Aşağıdakilerden hangisi örgütsel pazarlarda yer alan örgütsel alıcılardan biri değildir?

- A) Nihai tüketiciler
- B) Üretici işletmeler
- C) Devlet
- D) Kurumlar
- E) Aracı işletmeler

20. Aşağıdaki ifadelerden hangisi pazarlama sürecini tanımlaması bakımından yanlıştır?

- A) Ürün bazlı pazarlama stratejileri tasarlamak
- B) Pazarı, müşteri istek ve ihtiyaçlarını anlamak
- C) Kârlı ilişkiler geliştirmek ve müşteri tatmini sağlamak
- D) Üstün değer sağlayan bir pazarlama programı düzenlemek
- E) Kâr elde etmek ve nitelikli müşteri kazanmak için müşteri değerlerini yakalamak