

AUZEF PAZARLAMA YÖNETİMİ 30.04.2023 VİZE SORULARI

Soru 1

Aşağıdakilerden hangisi makro çevre unsurları arasında gösterilemez?

- A) Tedarikçiler
- B) Politik durum
- C) Demografik özellikler
- D) Teknolojik durum
- E) Yasal düzenlemeler

Soru 2

General Electric Portföy Matrisinde, hem rekabet gücünün, hem de pazarın çekiciliğinin yüksek olduğu SİB'ler için işletmelerin atacağı aşağıdaki adımlardan hangisi doğrudur?

- A) Daha seçici yatırımlarda bulunmak
- B) Gelecek için büyüme amaçlı yatırımlarda bulunmak
- C) Daha çok üstün özellikler üzerine yoğunlaşmak
- D) Kısa süreli kazançlar elde etmek
- E) Yatırımları azaltmak

Soru 3

Bu yöntemde belirli bir kullanıcı kimliği ya da kullanıcı tipine vurgu yapılır. Çoğu marka, her biri farklı kullanıcı tiplerine yönelik farklı ürün konseptleri ya da ürün hatları tasarlamaktadır.

Aşağıdakilerden hangisi yukarıda açıklaması verilen konumlandırmada kullanılan yöntemdir?

- A) Ürün sınıfını vurgulayan konumlandırma
- B) Rakipler ile kıyaslayıcı konumlandırma
- C) Ürünün kullanımını vurgulayan konumlandırma
- D) Kalite ve fiyatı vurgulayan konumlandırma
- E) Ürünü kullananları vurgulayan konumlandırma

Soru 4

“

....., pazarlamacılar tarafından tüketici ihtiyaç ve isteklerini karşılamak amacıyla onlara sunulan, somut veya soyut her türlü öneriyi ifade etmek amacıyla kullanılan bir kavramdır.

”

Yukarıdaki cümlede boş bırakılan yere aşağıdakilerden hangisi getirilmelidir?

- A) İstek
- B) Ürün
- C) İhtiyaç
- D) Değer
- E) Fayda

Soru 5

Michael Porter'a göre pazarın çekiciliğini belirleyen beş güç arasında aşağıdakilerden hangisi bulunmaz?

- A) Görece pazar büyüklüğü
- B) Pazara girebilecek yeni rakiplerin tehdidi
- C) Müşterilerin pazarlık gücü
- D) Mevcut rakipler ve rekabetin şiddeti
- E) İkame malların tehdidi

Soru 6

Tüketicilerin istek ve ihtiyaçlarına önem verilen ve bu istek ve ihtiyaçların daha iyi analiz edilmesi ile birlikte, tüketicilere rakiplerine kıyasla daha verimli ve üstün performansa sahip ürünler sunulabileceği inancına sahip olan anlayış aşağıdakilerden hangisidir?

A) Pazarlama anlayışı

B) Ürün anlayışı

C) İlişkisel pazarlama anlayışı

D) Üretim anlayışı

E) Satış anlayışı

Soru 7

Tüketicilerin sıklıkla ve fazla bir çaba harcamadan satın aldığı; satın alırken yat, model, renk, şekil, biçim vb. açısından ürünleri herhangi bir karşılaştırmaya tabi tutmadığı, genellikle düşük maliyetli ürünlere ne ad verilir?

A) Aranmayan ürün

B) Özellikli ürün

C) Beğenmeli ürün

D) Somut ürün

E) Kolayda ürün

Soru 8

Satın alıcıların demografik, psikografik ya da davranışsal özelliklerindeki farklılıkları temel alarak, onların mal ya da hizmetlere dair tercihlerinin de farklılıklar göstereceği varsayımıyla belirli tüketici gruplarının belirlenmesi sürecine ne ad verilir?

A) Değer önerisi

B) Planlama

C) Bölümlendirme

D) Hedef pazar

E) Konumlandırma

Soru 9

Aşağıdakilerden hangisi işletmenin mikro çevre unsurları arasında yer almaz?

A) Teknolojiler

B) Aracı kuruluşlar

C) Tedarikçiler

D) Rakipler

E) Örgüt

Soru 10

Aşağıdakilerden hangisi 4P olarak ele alınan pazarlama karması elemanlarından biri değildir?

A) Dağıtım

B) Fiyat

C) Ürün

D) Tutundurma

E) Süreç

Soru 11

“Boston Danışma Grubu (BDG) Matrisinde, dikey eksen, yatay eksen ise kriterlerini temsil eder.”

Yukarıdaki cümlede boş bırakılan yerlere sırasıyla aşağıdakilerden hangisi getirilmelidir?

- A) pazar büyüklüğü - görece pazar payı
- B) pazar büyüme hızı - görece pazar payı**
- C) pazar büyüme hızı - rekabet gücü
- D) görece pazar payı - pazar çekiciliği
- E) görece pazar payı - pazar büyüme hızı

Soru 12

Aşağıdakilerden hangisi kurumsal başarılanlama süreci basamaklarından biri değildir?

- A) Kurum misyonunun tanımlanması
- B) İşletmenin kurulması**
- C) Stratejik işletme birimlerinin belirlenmesi
- D) Her bir iş birimine kaynak tahsis edilmesi
- E) Büyüme fırsatlarının değerlendirilmesi

Soru 13

“

..... işletmenin, bir ürün hattındaki her bir ürün için sahip olduğu ürün çeşididir.”

Yukarıdaki cümlede boş bırakılan yere aşağıdakilerden hangisi getirilmelidir?

- A) Ürün karmasının uzunluğu
- B) Ürün hattının uyumu
- C) Ürün karmasının derinliği**
- D) Ürün karmasının uyumu
- E) Ürün karmasının genişliği

Soru 14

İşletmelerin; üretim, dağıtım vb. maliyetlerin azaltılmasını hedefleyerek tüm harcamaların mümkün olan en düşük düzeyde tutulmasını ve yatlarının da rakiplerden daha düşük düzeylerde olmasını sağlamayı amaçladığı jenerik rekabet stratejisi aşağıdakilerden hangisidir?

- A) Farklılaştırma
- B) Odaklanma
- C) Pazar geliştirme
- D) Ürün geliştirme
- E) Maliyet liderliği**

Soru 15

İşletmenin tüm pazarlama kaynaklarının tek bir pazar bölümüne odaklanması ve küçük bir tüketici potansiyeli ile iletişim hâlinde olunmasıyla tüketici ihtiyaçlarını karşılama seviyesinin daha üstün olduğu hedef pazar stratejisi aşağıdakilerden hangisidir?

- A) Kitlesel pazarlama
- B) Farklılaştırılmamış pazarlama
- C) Farklılaştırılmış pazarlama
- D) Bölümlenmiş pazar
- E) Yoğunlaştırılmış pazarlama**

Soru 16

Aşağıdakilerden hangisi konumlandırma süreci aşamalarından biri değildir?

- A) İşletme ya da markanın muhtemel rekabet avantaj kaynağının belirlenmesi
- B) Rakiplerin konumlandırma stratejilerinin taklit edilmesi**
- C) Belirlenen özelliklerden hangilerinin uygulanacağına karar verilmesi
- D) Belirlenen özelliklerden hangilerinin seçileceğine karar verilmesi
- E) Seçilen konumlandırma stratejisinin uygulanması

Soru 17

İşletmelerin; tedarikçilerini, araçlarını ya da rakip işletmeleri satın alarak ya da onlarla birleşerek stratejik açıklarını kapamalarını ifade eden büyüme stratejileri aşağıdakilerden hangisidir?

- A) Entegre büyüme stratejileri**
- B) Yoğun büyüme stratejileri
- C) Ürün geliştirme stratejileri
- D) Çeşitlendirerek büyüme stratejileri
- E) Pazar geliştirme stratejileri

Soru 18

“

....., tüketicilerin zihninde ürüne ait, ona özel bir yer yaratmaktır. Seçilen pazar bölümündeki tüketicilere, işletmenin sunduğu mal ya da hizmetin onlar için en uygun olduğunu, diğer tüketicilerin ihtiyaçlarını ise karşılayamayacağını anlatan süreçtir.

”

Yukarıdaki cümlede boş bırakılan yere aşağıdakilerden hangisi getirilmelidir?

- A) Kimlik
- B) Algılama
- C) Kişilik
- D) Konumlandırma**
- E) İmaj

Soru 19

“Bir işletmenin, müşterileri ile başarılı ilişkiler kurmasını ve bu durumun sürekliliğini sağlayacak vasıalarını etkileyen etmenler ve güçler olarak adlandırılmaktadır.

”

Yukarıdaki cümlede boş bırakılan yere aşağıdakilerden hangisi getirilmelidir?

- A) Teknolojik çevre
- B) Politik çevre
- C) Sosyal çevre
- D) Dağıtım çevresi
- E) Pazarlama çevresi**

Soru 20

Ürün odaklı bir firmayı aşağıdaki ifadelerden hangisi en iyi yansıtmaktadır?

- A) Tüm ürünlerimizi avantajlıyata satan lider bir satış organizasyonuna sahibiz.
- B) Satış sadece pazarlamanın bir bileşenidir.
- C) Bizim temel fonksiyonumuz mümkün olan en yüksek kalitede ürünler üretmektir.**
- D) Tüketici odaklı bir şirketiz.
- E) Müşterilerimize %100 memnuniyet garantisi veriyoruz, memnun olmazlarsa paralarını iade ediyoruz

Soru 21

Pazar büyüme hızı yüksek, ancak görece pazar payı düşük olan SİB'ler, Boston Danışma Grubu (BDG) Matrisinde hangi hücrede (alanda) yer alır?

- A) Köpekler
- B) Yutucular
- C) Soru işaretleri**
- D) Nakit inekleri
- E) Yıldızlar

Soru 22

Eğer bir SİB'in, pazar payının oldukça yüksek ve yer aldığı pazarın büyüme hızının ortalamasının altında olduğu; ayrıca sağladığı getirilerin kendi satışlarını ve pazar payını korumak için kullanıldığı biliniyor ise bu SİB, Boston Danışma Grubu (BDG) Matrisinde aşağıdaki hangi hücrede (alanda) yer almaktadır?

- A) Köpekler
- B) Nakit inekleri**
- C) Yutucular
- D) Yıldızlar
- E) Soru işaretleri

Soru 23

“

....., işletmenin hizmet etmek istediği, benzer ihtiyaçlara ve karakteristik özelliklere sahip tüketicilerden oluşur.

”

Yukarıdaki cümlede boş bırakılan yere aşağıdakilerden hangisi getirilmelidir?

- A) Hedef pazar**
- B) İşletme birimi
- C) Niş pazar
- D) Müşteri değeri
- E) Pazar bölümü