

PAZARLAMA YÖNETİMİ AUZEF FİNAL 2021

ORTAK DERS

Soru 1

Aşağıdakilerden hangisi pazar bölümlendirmenin yararlarından biri değildir?

- A) Tüketicilerin psikolojik yapıları belirlenmiş olur.
- B) Pazarlama yönetiminde etkinlik sağlanmış olur.
- C) Pazardaki gelişmeler daha iyi izlenir.
- D) İşletme en kârlı pazar bölümüne yönelir.
- E) Tüketici ihtiyaçları daha iyi karşılanır.

Soru 2

“ _____, işletmelerin ya da pazarlamacıların, tüketicileri satın alma kararına neyin/nelerin yönlendirdiğine yönelik doğru bakış açısından uzak olmalarını, yani tüketici ihtiyaçlarını gözden kaçırmalarını ifade eden bir kavramdır.”

Yukarıdaki cümlede boş bırakılan yere aşağıdakilerden hangisi getirilmelidir?

- A) Satış miyopluğu
- B) Toplumsal pazarlama anlayışı
- C) Pazarlama yönetimi
- D) Değer önerisi
- E) Pazarlama miyopluğu

Soru 3

- I. Meslek
- II. Kullanım sıklığı
- III. Sosyal sınıf
- IV. Sadakat durumu
- V. Ürüne karşı tutum
- VI. Beklenen faydalar

Yukarıdaki numaralandırılmış ifadelerden hangileri davranışsal bölümlendirme kriterleri arasında yer almaktadır?

- A) II, III, IV, V
- B) I, II, IV
- C) II ve IV
- D) I, II, III, IV, V, VI
- E) II, IV, V, VI

Soru 4

Ürün odaklı bir firmayı aşağıdaki ifadelerden hangisi en iyi yansıtmaktadır?

- A) Tüm ürünlerimizi avantajlı fiyata 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 5

“Hedeflenen satın alıcıların zihinlerinde, bazı temel faydaları ile bir işletmenin pazarlama önerisi/önerilerine dair özel bir yer yaratılmasına _____ denir.”
Yukarıdaki cümlede boş bırakılan yere aşağıdakilerden hangisi getirilmelidir?

- A) Bölümlendirme
- B) Ulusal çevre
- C) Konumlandırma**
- D) Uluslararası çevre
- E) Hedef Pazar

Soru 6

Aşağıdakilerden hangisi makro pazarlama çevresi unsurları arasında ele alınmaktadır?

- A) Rakipler
- B) Müşteriler
- C) Demografik çevre**
- D) Kamuoyu grupları
- E) Tedarikçiler

Soru 7

Aşağıdakilerden hangisi Michael Porter tarafından öne sürülen “jenerik rekabet stratejileri” arasında yer almaktadır?

- A) Pazara nüfuz etme
- B) Satış geliştirme
- C) Farklılaştırma**
- D) Pazarın kaymağını alma
- E) Pazar geliştirme

Soru 8

Boston Danışma Grubu (BDG) Matrisinde, iş birimleri, konumlarına göre 4 hücreden oluşan alan içerisinde yerleştirilmektedir.

Buna göre aşağıdakilerden hangisi bu matriste bulunan hücreler arasında yer almaz?

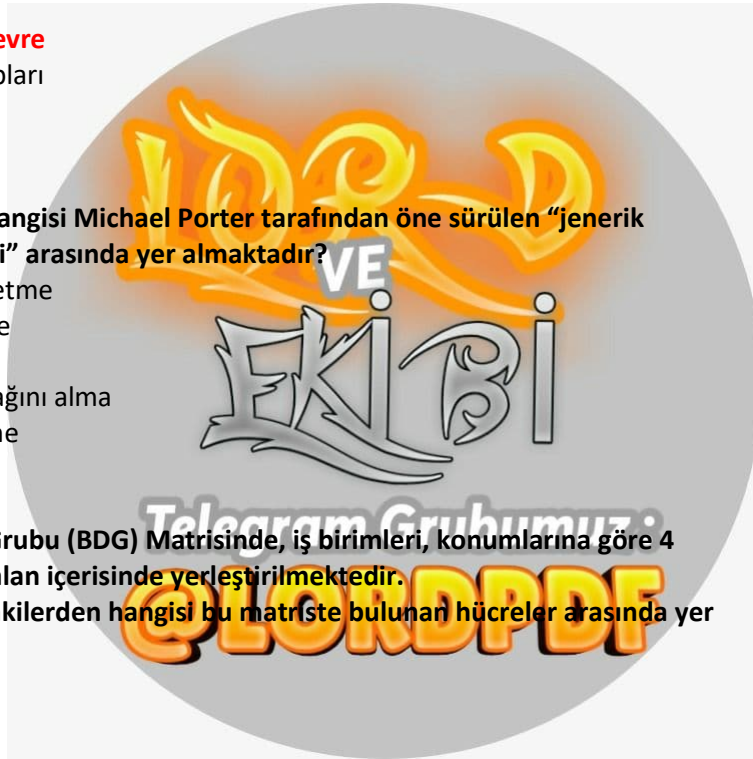
- A) Köpekler
- B) Yıldızlar
- C) Ördekler**
- D) Soru işaretleri
- E) Nakit inekleri

Soru 9

“_____, algıladıkları somut/soyut faydalar ve maliyetlere dair tüketicilerin kıyaslamalarını ifade eder.”

Yukarıdaki cümlede boş bırakılan yere aşağıdakilerden hangisi getirilmelidir?

- A) Değer**
- B) İstek
- C) Talep
- D) Fayda
- E) İhtiyaç



Soru 10

Toplam gelirdeki değişikliklere göre, talebin fiyat elastikiyeti hakkında aşağıdakilerden hangisi söylenemez?

- A) Fiyatlar düşer, gelir düşerse talep inelastiktir.
- B) Fiyatlar düşer, gelir artar ise talep elastiktir.
- C) Fiyatlar yükselir ve gelir artarsa talep inelastiktir.
- D) Fiyatlar düşer, gelir artar ise talep inelastiktir.**
- E) Fiyatlar yükselir ve gelir düşerse talep elastiktir.

Soru 11

Aşağıdakilerden hangisi, işletmelerin olgunlaşma evresindeki bir ürünü için izleyebileceği stratejilerden biri değildir?

- A) Üretimi durdurmak**
- B) Ürün ya da markanın farklılığını vurgulamak
- C) Faydaları vurgulayan tutundurma çalışmaları yapmak
- D) Marka bağlılığı yaratmak
- E) Yeni kullanıcılar ya da kullanım alanları ile ürün ya da pazarı farklılaştırmak

Soru 12

_____ stratejisini işletmeler, belirli bir kâr hedefleri var ise uygular. Bu kâr amacına ulaşabilmek için işletme, beklenen toplam kârı birim maliyet üzerine dağıtarak yani, satılan her birim başına sabit bir kâr yüzdesi ekleyerek fiyatı belirler.

Yukarıdaki cümlede boş bırakılan yere aşağıdakilerden hangisi getirilmelidir?

- A) Hedef kâr fiyatlandırması**
- B) Sepet fiyatlandırma
- C) Hedef getiri oranı fiyatlandırması
- D) Psikolojik fiyatlandırma
- E) Maksimum kâr fiyatlandırması

Soru 13

_____, fiyattaki azalış ya da artışlara rağmen ürüne yönelik talebin önemli ölçüde değişmediği durumlarda söz konusudur.

Yukarıdaki cümlede boş bırakılan yere aşağıdakilerden hangisi getirilmelidir?

- A) Birim elastik talep
- B) Sabit talep
- C) Elastik talep
- D) Başa-baş noktası
- E) İnelastik talep**

Soru 14

_____, belirli bir zaman aralığında işletmenin belirlediği farklı fiyat düzeylerinde satın alınabilecek toplam ürün adedini göster.

Yukarıdaki cümlede boş bırakılan yere aşağıdakilerden hangisi getirilmelidir?

- A) Fiyat eğrisi
- B) Ürün hayat eğrisi
- C) Talep eğrisi**
- D) Maliyet eğrisi
- E) Arz eğrisi

Soru 15

Aşağıdakilerden hangisi fiyatlandırma kararlarını etkileyen dışsal unsurlardan biri değildir?

- A) Dağıtım kanalları
- B) Politik ve yasal yapılanmalar
- C) Maliyetler**
- D) Pazar ve talebin yapısı
- E) Rakipler

Soru 16

I. Test pazarlaması

II. Yeni ürün fikirlerinin geliştirilmesi

III. Pazarlama stratejisi geliştirme

IV. İş Analizi

V. Konsept geliştirme ve test etme

VI. Fikirlerin değerlendirilmesi

VII. Ticarileştirme

VIII. Ürün geliştirme

Yukarıdaki "yeni ürün geliştirme" sürecinin aşamaları aşağıdakilerden hangisinde doğru şekilde sıralanmıştır?

- A) IV, III, V, VI, II, I, VII, VIII
- B) IV, III, VII, VIII, V, VI, II, I
- C) II, VI, V, III, IV, VIII, I, VII**
- D) II, I, IV, III, V, VII, VIII, VI
- E) II, III, IV, VI, V, I, VII, VIII

Soru 17

_____ stratejisinde, fiyata az duyarlı pazarlarda ve pazara ilk giren işletmeler söz konusu olduğunda, ürüne yüksek fiyat koyarak yüksek oranda kâr sağlanması amaçlanmaktadır.

Yukarıdaki cümlede boş bırakılan yere aşağıdakilerden hangisi getirilmelidir?

- A) Psikolojik fiyatlandırma
- B) Dinamik fiyatlandırma
- C) Pazarın kaymağını alma**
- D) Pazara nüfuz etme
- E) Sepet fiyatlandırma

Soru 18

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

Yukarıdaki cümlede boş bırakılan yerlere sırasıyla aşağıdakilerden hangisi getirilmelidir?

- A) Pazar büyüme hızı - Görece pazar payı**
- B) Pazar büyüme hızı - Rekabet gücü
- C) Görece pazar payı - Pazar çekiciliği
- D) Görece pazar payı - Pazar büyüme hızı
- E) Pazar büyüklüğü - Görece pazar payı

Soru 19

Sattığı tüm mallar için %10 kâr marjı getirecek şekilde fiyat belirleyen işletmenin, öncelikli fiyatlandırma amacı aşağıdakilerden hangisidir?

- A) Kâr amacı
- B) Müşteri tatmini amacı
- C) Rekabet amacı
- D) Satış/pazar payı amacı
- E) Prestij amacı

Soru 20

“Yeni açılan bir restoranın, ziyaretçi sayısını artırmak için yıllık üyelik ücretlerini düşük tutup, belki de daha az bir kârlılık oranı ile ilk etapta daha fazla kişiye hizmet vermeye yoğunlaşması” aşağıdaki fiyatlandırma amaçlarından hangisine bir örnektir?

- A) Rekabet amacı
- B) Müşteri tatmini amacı
- C) Satış/pazar payı amacı
- D) Kâr amacı
- E) Prestij amacı

Soru 21

Bir pazarlama yöneticisinin, işletmenin satın alma birim müdürü ile iletişimi ve yaptığı görüşmeler hangi çevre unsurları dâhilinde ele alınır?

- A) Sosyal çevre
- B) Makro çevre
- C) Mikro çevre
- D) Ulusal çevre
- E) Uluslararası çevre

Soru 22

_____, fiyat değişikliği olduğunda, tüketicilerin daha fazla ya da az satın alması halinde mevcuttur.

Yukarıdaki cümlede boş bırakılan yere aşağıdakilerden hangisi getirilmelidir?

- A) Birim elastik talep
- B) Elastik talep
- C) İnelastik talep
- D) Başa-baş noktası
- E) Sabit talep

Soru 23

_____, özellikle pahalı ya da sık satın alınmayan ürünlere dair pazarlama mesajlarının, yüz yüze, her bir alıcıyla ayrı ayrı görüşülerek iletilmesini sağlar.

Yukarıdaki cümlede boş bırakılan yere aşağıdakilerden hangisi getirilmelidir?

- A) Dolaylı kanallar
- B) Kişisel olmayan kanallar
- C) Kişisel kanallar
- D) Stratejik kanallar
- E) Medya kanalları

Soru 24

_____, bir mal veya hizmetin satılması ya da bir fikrin desteklenmesini sağlamak amacıyla bilgilendirici ve ikna edici kanalların kurulması için satıcı tarafından başlatılan her türlü çabaların koordinasyonudur.

Yukarıdaki cümlede boş bırakılan yere aşağıdakilerden hangisi getirilmelidir?

- A) Lojistik
- B) Tutundurma**
- C) Planlama
- D) Dağıtım
- E) Fiyatlandırma

Soru 25

_____, ürünün tüketicilerin bulabileceği her yerde satılmasıdır. Bu yöntemi, daha çok bakım ürünleri, şekerleme, içecekler gibi kolayda mal üreten işletmeler tercih etmektedir.

Yukarıdaki cümlede boş bırakılan yere aşağıdakilerden hangisi getirilmelidir?

- A) Özellikli dağıtım
- B) Doğrudan dağıtım
- C) Dolaylı dağıtım
- D) Seçimli dağıtım
- E) Yoğun dağıtım**

Soru 26

İşletmelerin mevcut olan ürün hattına daha yüksek ya da düşük fiyatlı yeni ürünlerin eklenmesi hangi stratejiyi ifade eder?

- A) Ürün hattının uzatılması**
- B) Bölümlendirme
- C) Ürün hattının doldurulması
- D) Yeniden konumlandırma
- E) Ürün geliştirme

Soru 27

Aşağıdakilerden hangisi Michael Porter tarafından, "bir pazar veya pazar bölümünün uzun dönemde kârlılık bakımından çekiciliğini belirlediği öne sürülen temel güçler" arasında yer almaz?

- A) İkame malların tehdidi
- B) Müşterilerin ve tedarikçilerin pazarlık gücü
- C) Pazara girebilecek yeni rakiplerin tehdidi
- D) Devlet politikaları**
- E) Mevcut rakipler ve rekabetin şiddeti

Soru 28

Starbucks işletmesinin, mevcut iş fırsatlarını değerlendirerek Brezilya, Hindistan, Rusya gibi ülkelere açılması hangi büyüme stratejisine örnek olarak gösterilebilir?

- A) Pazara nüfuz etme
- B) Çeşitlendirme
- C) Satış geliştirme
- D) Ürün geliştirme
- E) Pazar geliştirme**

Soru 29

_____, kişisel tüketim ya da kullanım için ürün satın alan en son tüketicilerin dışında, her tür alıcıya, her tür işletmenin yaptığı satış etkinliği olarak tanımlanmaktadır.

Yukarıdaki cümlede boş bırakılan yere aşağıdakilerden hangisi getirilmelidir?

- A) Toptancılık
- B) Acente
- C) Komisyonculuk
- D) Perakendecilik
- E) Tüccarlık

Soru 30

_____, talep edilen ürün miktarındaki değişiklik yüzdesinin, fiyatta gerçekleşen değişikliğin yüzdesine bölünmesi ile saptanır.

Yukarıdaki cümlede boş bırakılan yere aşağıdakilerden hangisi getirilmelidir?

- A) Müşteri değeri
- B) Başa-baş noktası
- C) Talebin fiyat elastikiyeti
- D) Toplam gelir
- E) Talep eğrisi

Soru 31

“Belirli bir komisyon karşılığında hizmet veren, ürün sahipliğini ya da fiziksel olarak ürünü ellerinde bulundurmayan; üreticiler ve diğer araçları temsilen, satış ve pazarlama faaliyetlerini yürütebilen araçlar” aşağıdakilerden hangisidir?

- A) Satış ofisleri
- B) Tüccarlar
- C) Acenteler / Komisyoncular
- D) Toptancılar
- E) Perakendeciler

Soru 32

Aşağıdakilerden hangisi dağıtım kanalı üyelerinden “bağımsız araçlar” arasında yer almaz?

- A) Üreticinin satış ofisleri
- B) Perakendeciler
- C) Toptancılar
- D) Komisyoncular
- E) Tüccarlar

Soru 33

Aşağıdakilerden hangisi ürün hayat eğrisi aşamaları arasında yer almaz?

- A) Farklılaşma
- B) Giriş
- C) Düşüş (Gerileme)
- D) Olgunlaşma
- E) Büyüme



Soru 34

_____ nihai tüketicilere doğrudan posta, katalog, telefon, internet, TV alışveriş kanalları, kapıdan kapıya satış ve diğer satış yaklaşımları yoluyla ulaşılan perakendecilik türüdür.

Yukarıdaki cümlede boş bırakılan yere aşağıdakilerden hangisi getirilmelidir?

- A) Perakende örgütleri
- B) Tam hizmet sunan perakendeciler
- C) Mağazasız perakendecilik**
- D) Sınırlı hizmet sunan perakendeciler
- E) Mağazalı perakendecilik

Soru 35

Sınırlı ürün hattı bulunduran, uzun saatler açık olmasıyla müşterinin neredeyse her an ulaşabildiği, genelde kolayda mallar satan perakende mağazalarına ne ad verilir?

- A) Özellikli mağazalar
- B) Kolaylık mağazaları**
- C) Zincir mağazalar
- D) Süpermarketler
- E) Departmanlı mağazalar

Soru 36

_____, belirli bir ürüne sahip olmanın ya da onu kullanmanın getireceği faydaları elde etmek için tüketicilerin vazgeçeceği her türlü değeri ifade eder. Yukarıdaki cümlede boş bırakılan yere aşağıdakilerden hangisi getirilmelidir?

- A) Algı
- B) Fiyat**
- C) Değer
- D) Ürün
- E) Teklif

Soru 37

Dağıtım kanallarında kanal üyeleri arasında çeşitli yönlerde ürün ve bilgi akışı fonksiyonları mevcuttur. İletişim geliştirme ve yayma, fiziksel ürünlerin depolanması ve hareketinin sağlanması gibi işlevler _____ arasında; siparişleri üreticilere iletmek veya faturaların tahsilatını kolaylaştırmak gibi işlevler _____ arasında; bilgi toplama, fiyatta ve sahiplik hakkının devredilmesinde pazarlık yapma, finansman sağlama fonksiyonları ise _____ arasında gösterilebilir.

Yukarıdaki cümlede boş bırakılan yerlere sırasıyla aşağıdakilerden hangisi getirilmelidir?

- A) İleriye akış fonksiyonları / Geriye akış fonksiyonları / Hem ileriye hem de geriye akış fonksiyonları**
- B) Geriye akış fonksiyonları / İleriye akış fonksiyonları / Hem ileriye hem de geriye akış fonksiyonları
- C) Hem ileriye hem de geriye akış fonksiyonları / Geriye akış fonksiyonları / İleriye akış fonksiyonları
- D) İleriye akış fonksiyonları / Hem ileriye hem de geriye akış fonksiyonları / Geriye akış fonksiyonları
- E) Hem ileriye hem de geriye akış fonksiyonları / İleriye akış fonksiyonları / Geriye akış fonksiyonları

Soru 38

_____, tüketim ve satın alma rutinlerini belirgin bir biçimde değiştiren, ciddi derecede davranış değişikliği gerektiren, tüketiciler için önemli olan değişikliklerdir.

Yukarıdaki cümlede boş bırakılan yere aşağıdakilerden hangisi getirilmelidir?

- A) Sürekli olmayan yenilikler
- B) Sürekli yenilikler
- C) Dinamik sürekli yenilikler
- D) Dinamik olmayan sürekli yenilikler
- E) Sabit sürekli yenilikler

Soru 39

_____ stratejisinde, satışları öngörebildiği durumlarda işletmenin, kârlılığı maksimize edecek olan fiyatı çeşitli matematiksel modeller vasıtasıyla da belirlemesi söz konusudur.

Yukarıdaki cümlede boş bırakılan yere aşağıdakilerden hangisi getirilmelidir?

- A) Hedef getiri oranı fiyatlandırması
- B) Maksimum kâr fiyatlandırması
- C) Sepet fiyatlandırma
- D) Hedef kâr fiyatlandırması
- E) Psikolojik fiyatlandırma

Soru 40

Genellikle yeni ürün sunumlarında, ürünün pazara sunuluş aşamalarında ya da mevcut bir ürünün yeni kullanım alanları ve şekilleri, ürün ve pazardaki değişiklikler, fiyat değişiklikleri gibi konularda tüketicileri haberdar etmek amacıyla tercih edilen reklam türüne ne ad verilir?

- A) İkna etme amaçlı reklam
- B) Koruma amaçlı reklam
- C) Bilgilendirici reklam
- D) Pekiştirme amaçlı reklam
- E) Hatırlatma amaçlı reklam

Soru 41

_____ aşamasında, pazara sunulan ürün, pazar tarafından kabul görmüş ve pazarı tatmin etmiştir. Bu aşamada satışlar hızla artmaya ve kâr oranları da yükselmeye başlar. İşletmenin öncelikli amacı da pazar payını maksimize etmektir.

Yukarıdaki cümlede boş bırakılan yere aşağıdakilerden hangisi getirilmelidir?

- A) Farklılaşma
- B) Giriş
- C) Düşüş (Gerileme)
- D) Büyüme
- E) Olgunlaşma

Soru 42

_____, mesaja simgesel biçim verme sürecidir.

Yukarıdaki cümlede boş bırakılan yere aşağıdakilerden hangisi getirilmelidir?

- A) Mesaj
- B) Şifreleme**
- C) Medya
- D) Şifre çözme
- E) Parazit

Soru 43

_____, fikirler, mallar ya da hizmetlerin belirli bir bedel karşılığında, kimliği belirli bir sponsor tarafından kitlesel (kitle iletişim araçları vasıtasıyla) sunumu ve tanıtımıdır.

Yukarıdaki cümlede boş bırakılan yere aşağıdakilerden hangisi getirilmelidir?

- A) Halkla ilişkiler
- B) Kişisel satış
- C) Satış geliştirme
- D) Reklam**
- E) Doğrudan pazarlama

Soru 44

- I. Pazarlama çevresinde bilginin toplanması
- II. Ürünün tutundurulması
- III. Satın almaya niyetli tüketicilerin bulunması ve onlarla iletişim kurulması
- IV. Ürünün tüketicilerin ihtiyaçlarına uydurulması
- V. Fiyatın belirlenmesi

Yukarıdakilerden hangisi ya da hangileri, dağıtım kanallarının fonksiyonları arasında yer alır?

- A) I,II,IV,V
- B) I,II,III,IV,V**
- C) II,III, V
- D) II ve III
- E) Yalnız I

Soru 45

“Kanal üyelerinden birinin, kendi üstündeki veya altındaki üyelerden birini veya tümünü satın aldığı veya bu kademeleri kendisinin oluşturduğu” dikey bütünleşme türü aşağıdakilerden hangisidir?

- A) Sözleşmeli dikey iş birliği
- B) Yönetmel dikey iş birliği
- C) Yatay pazarlama sistemi
- D) Geleneksel pazarlama sistemi
- E) Kurumsal dikey iş birliği**



Soru 46

Hizmetlerin pazarlanmasında 7P olarak ele alınan genişletilmiş pazarlama karması modelinde aşağıdakilerden hangisi yer almamaktadır?

- A) Süreç
- B) İnsan
- C) Fiziksel kanıt
- D) Devlet**
- E) Ürün

Soru 47

“Hedef tüketicilere ürün veya hizmete yönelik olumlu tutum ve davranış geliştirmeleri için sunulan, onların güdülerini, duygularını ve düşüncelerini yönlendirici simgeler setine” ne ad verilir?

- A) Mesaj**
- B) Medya
- C) Şifre çözme
- D) Şifreleme
- E) Tepki

Soru 48

Aşağıdakilerden hangisi mağazalı perakendecilik türlerinden biri değildir?

- A) Otomat makinalar**
- B) Özellikli mağazalar
- C) İndirim mağazaları
- D) Departmanlı mağazalar
- E) Süpermarketler

