

PAZARLAMA İLETİŞİMİ

A

2022 BAHAR ARA - A

1. "Pazarlama faaliyetleri, ----- yoğun uygulamalar ile toplumsal ölçekte ise insanları ihtiyaç dışı ürünleri satın almaya sevk etmesi ve yine insanları sahip olduklarıyla değerlemeye yol açan materyalist eğilimlere yol açması bakımından yoğun eleştiriyeye maruz kalmaktadır."

Yukarıdaki cümlede boş bırakılan yeri aşağıdakilerden hangisi doğru şekilde tamamlar?

- A) Dağıtım
☒ B) Pazarlama iletişimi
C) İkna
D) Manipülasyon
E) Reklam yönetimi
2. Volkswagen otomobil markasının uzunca bir süre 'Das Auto' sloganını hangi tür bir slogan olarak kullanmıştır?
- A) Tercih edilir marka
B) Prestijli marka
C) Tanıdık marka
D) Çağrışımsal marka
☒ E) Üst marka
3. Tarihte bilinen ilk patentli ambalaja ait olan ve ilk tescilli yapılan ürün türü aşağıdakilerden hangisidir?
- A) Parfüm
B) Giyecek
☒ C) İçecek
D) Kırtasiye
E) Yiyecek
4. Ambalaj üzerinde yapılan görsel ve ürüne ilişkin sözlü bilgilerin yer aldığı düzenlemelerden biri olan ve en göze çarpan iletişim unsuru aşağıdakilerden hangisidir?
- A) Tasarım
B) Promosyon
☒ C) Etiket
D) Amblem
E) Logo

5. Aşağıdakilerden hangisi reklamdan kişisel satışa kadar farklı pazarlama iletişimi araçlarının faaliyetlerinin değerlendirilme biçimlerinden biri değildir?

- A) Reklam Faaliyetlerinin Değerlendirilmesi
☒ B) İkna Ediciliğinin Yüksekliğinin Değerlendirilmesi
C) Kişisel Satış Faaliyetlerinin Değerlendirilmesi
D) Halkla İlişkiler Faaliyetlerini Değerlendirme
E) Satış Tutundurma Faaliyetlerinin Değerlendirilmesi

6. Aşağıdakilerden hangisi satış elemanlarının müşterilerle olan ilişkilerinde genellikle ortaya çıkabilecek ahlaki konuları ıçermez?

- A) Müşteriler arasında ayrımcılık yapma
☒ B) İşletme içi çıkar çatışmaları
C) Hediye ve eğlenceler
D) Yanlış tanıtım
E) Yüksek baskılı satış

7. Aşağıdakilerden hangisi pazarlama araçlarından olan satış tutundurmanın zayıf yönlerinden biri değildir?

- ☒ A) Etkililiğini ölçmenin güçlüğü
B) Promosyon savaşlarına yol açabilmesi
C) Uzun dönemli marka tercihi oluşturmada etkili olmaması
D) Etkilerin kısa dönemli olması
E) Kolaylıkla taklit edilebilir olması

8. Orta ve büyük ölçekli örgütlerde, belirsizliğin yüksek olduğu değişken bir çevrede, sürekli ve düzenli kullanılmayan teknolojiye ihtiyaç duyulan ve karşılıklı dayanışmanın zorunlu olmadığı durumlarda kullanılan örgütlenme biçimi aşağıdakilerden hangisine uygun olarak gerçekleştirilmektedir?

- A) Coğrafi örgütlenme
B) İşlevsel örgütlenme
☒ C) Matris örgütlenme
D) Ürün, marka örgütlenmesi
E) Katharsis örgütlenme

9. Türkiye’de reklam ahlakı üzerine yapılan çalışmalarda ahlaki açıdan tüketiciler tarafından en fazla olumsuz olarak değerlendirilen unsur aşağıdakilerden hangisidir?

- A) Çalışanlardan gelen bilgileri önemsememesi
- B) Yönetimin yanlışlarının meşrulaştırılması
- ☒ C) Yanıltıcı bilgilerin kullanılması
- D) Hedef kitlelerin beklentilerini dikkate almaması
- E) Evrensel ahlaki değerleri dikkate almaması

10. Aşağıdakilerden hangisi reklamda etkinlik ölçümü sayesinde elde edilen sonuçlardan biri değildir?

- A) Maliyetli hatalardan kaçınmak
- B) Alternatif stratejileri değerlendirmek
- C) Genel olarak reklamın etkinliğini artırmak
- ☒ D) İkna süreçlerini yönetmek
- E) Amaçlanan hedeflere ulaşıp ulaşılmadığını belirlemek

11. Aşağıdakilerden hangisi reklamlarda kullanılan çekicilik unsurlardan biri değildir?

- A) Çekicilik
- B) Ayırt edicilik
- C) Anlamlılık
- D) İnanılcılık
- ☒ E) Yönlendiricilik

12. Ürünün rakip markalardan hangi yönüyle daha iyi olduğunun söylenmesi aşağıdaki çekicilik unsurlarından hangisini ifade eder?

- A) Pahalı olması
- B) İnanıcı olması
- C) İkna edici olması
- ☒ D) Ayırt edici olması
- E) Popüler olması

13. Aşağıdaki seçeneklerden hangisi bütünleşik pazarlama iletişimi bağlamında daima liderlik rolü üstlenen reklamın bilgilendirme fonksiyonunda olduğu gibi reklamdan beklenen fonksiyonlardan biri değildir?

- ☒ A) kitle iletişimi fonksiyonu
- B) hatırlatma fonksiyonu
- C) ikna fonksiyonu
- D) değer katma fonksiyonu
- E) örgütün diğer amaçlarına yardımcı olmak fonksiyonu

14. Aşağıdakilerden hangisi medya stratejisinin belirlenmesi ile elde edilen sonuçlardan biri değildir?

- ☒ A) Geri bildirimlerin tahmin edilmesi
- B) Medya ve içinde en uygun olanının seçimi
- C) Hedef kitlenin seçimi
- D) Medya programlamasının yapılmasına
- E) Medya amaçlarının belirlenmesi

15. Aşağıdakilerden hangisi dijital çağda halkla ilişkiler ortamları arasında yer almaz?

- A) Sosyal medya
- B) Online forumlar
- C) Wikiler
- D) Bloglar
- ☒ E) Uzaktan eğitim

16. Aşağıdakilerden hangisi duyurum ile birlikte gündeme gelen en önemli kavramlardan biridir?

- ☒ A) Medya ilişkileri
- B) Lobicilik
- C) Kurumsal reklamlar
- D) Kurumsal etkinlikler
- E) Kurumsal yayınlardan söz edilmektedir

17. I. Medya ilişkileri
II. Kurumsal İletişim
III. Sponsorluk
IV. Etkinlikler ve Durum Faaliyetleri
V. Psikoterapi Desteği

Percy, pazarlama amaçlı halkla ilişkilerin kurumun iletişim hedeflerine yukarıda verilen hangi faaliyetler bağlamında katkı sağlar?

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

18. Kurum tarafından tasarlanarak kurumu diğerlerinden ayırmaya yarayan özelliklerini içeren kavram aşağıdakilerden hangisidir?

- A) İletişim
☒ B) Kimlik
C) Kültür
D) İmaj
E) İtibar

19. İç paydaşları ilgilendiren önemli gelişme, bilgi, duyuru ve haberlerin genellikle doğrudan postalar, duyuru panoları ve haber bültenleri ile ilgililere iletilmesine ne ad verilir?

- A) Kamuoyu oluşturma
B) İletişim
C) Kitle iletişimi
D) Dış halkla ilişkiler
☒ E) İç halkla ilişkiler

20. -----, bir işletmenin malını veya hizmetini diğer satıcılardan farklı olarak tanımlayan bir ad, terim, tasarım, sembol veya diğer herhangi bir özelliktir.

Yukarıdaki cümlede boş bırakılan yeri aşağıdakilerden hangisi doğru şekilde tamamlar?

- A) Ürün
B) Hizmet
C) İletişim
☒ D) Marka
E) Logo

2022 BAHAR ARA - A

PAZARLAMA İLETİŞİMİ																			
A Grubu Cevap Anahtarı																			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
B	E	C	C	B	B	A	C	C	D	E	D	A	A	E	A	D	B	E	D

PAZARLAMA İLETİŞİMİ

B

2022 BAHAR ARA - B

1. "Pazarlama faaliyetleri, ----- yoğun uygulamalar ile toplumsal ölçekte ise insanları ihtiyaç dışı ürünleri satın almaya sevk etmesi ve yine insanları sahip olduklarıyla değerlemeye yol açan materyalist eğilimlere yol açması bakımından yoğun eleştiriyi maruz kalmaktadır."

Yukarıdaki cümlede boş bırakılan yeri aşağıdakilerden hangisi doğru şekilde tamamlar?

- A) Dağıtım
- B) Pazarlama iletişimi
- C) İkna
- D) Manipülasyon
- E) Reklam yönetimi

2. Tarihte bilinen ilk patentli ambalaja ait olan ve ilk tescilli yapılan ürün türü aşağıdakilerden hangisidir?

- A) İçecek
- B) Giyecek
- C) Parfüm
- D) Kırtasiye
- E) Yiyecek

3. Ambalaj üzerinde yapılan görsel ve ürüne ilişkin sözlü bilgilerin yer aldığı düzenlemelerden biri olan ve en göze çarpan iletişim unsuru aşağıdakilerden hangisidir?

- A) Tasarım
- B) Etiket
- C) Promosyon
- D) Amblem
- E) Logo

4. Volkswagen otomobil markasının uzunca bir süre 'Das Auto' sloganını hangi tür bir slogan olarak kullanmıştır?

- A) Üst marka
- B) Tercih edilir marka
- C) Tanıdık marka
- D) Prestijli marka
- E) Çağrışımsal marka

5. Türkiye'de reklam ahlakı üzerine yapılan çalışmalarda ahlaki açıdan tüketiciler tarafından en fazla olumsuz olarak değerlendirilen unsur aşağıdakilerden hangisidir?

- A) Evrensel ahlaki değerleri dikkate almaması
- B) Hedef kitlelerin beklentilerini dikkate almaması
- C) Yanıltıcı bilgilerin kullanılması
- D) Çalışanlardan gelen bilgileri önemsememesi
- E) Yönetimin yanlışlarının meşrulaştırılması

6. Aşağıdakilerden hangisi pazarlama araçlarından olan satış tutundurmanın zayıf yönlerinden biri değildir?

- A) Etkilerin kısa dönemli olması
- B) Uzun dönemli marka tercihi oluşturmada etkili olmaması
- C) Etkililiğini ölçmenin güçlüğü
- D) Kolaylıkla taklit edilebilir olması
- E) Promosyon savaşlarına yol açabilmesi

7. Orta ve büyük ölçekli örgütlerde, belirsizliğin yüksek olduğu değişken bir çevrede, sürekli ve düzenli kullanılmayan teknolojiye ihtiyaç duyulan ve karşılıklı dayanışmanın zorunlu olmadığı durumlarda kullanılan örgütlenme biçimi aşağıdakilerden hangisine uygun olarak gerçekleştirilmektedir?

- A) Katharsis örgütlenme
- B) Coğrafi örgütlenme
- C) Ürün, marka örgütlenmesi
- D) İşlevsel örgütlenme
- E) Matris örgütlenme

8. Aşağıdakilerden hangisi satış elemanlarının müşterilerle olan ilişkilerinde genellikle ortaya çıkabilecek ahlaki konuları icermeyiz?

- A) Hediye ve eğlenceler
- B) Yanlış tanıtım
- C) Müşteriler arasında ayrımcılık yapma
- D) Yüksek baskılı satış
- E) İşletme içi çıkar çatışmaları

9. Aşağıdakilerden hangisi reklamdan kişisel satışa kadar farklı pazarlama iletişimi araçlarının faaliyetlerinin değerlendirilme biçimlerinden biri değildir?

- A) Kişisel Satış Faaliyetlerinin Değerlendirilmesi
- B) İkna Ediciliğin Yüksekliğinin Değerlendirilmesi
- C) Satış Tutundurma Faaliyetlerinin Değerlendirilmesi
- D) Reklam Faaliyetlerinin Değerlendirilmesi
- E) Halkla İlişkiler Faaliyetlerini Değerlendirme

10. Ürünün rakip markalardan hangi yönüyle daha iyi olduğunun söylenmesi aşağıdaki çekicilik unsurlarından hangisini ifade eder?

- A) Ayırt edici olması
- B) İnandırıcı olması
- C) İkna edici olması
- D) Pahalı olması
- E) Popüler olması

11. Aşağıdakilerden hangisi reklamda etkinlik ölçümü sayesinde elde edilen sonuçlardan biri değildir?

- A) Maliyetli hatalardan kaçınmak
- B) Alternatif stratejileri değerlendirmek
- C) Genel olarak reklamın etkinliğini artırmak
- D) İkna süreçlerini yönetmek
- E) Amaçlanan hedeflere ulaşıp ulaşılmadığını belirlemek

12. Aşağıdakilerden hangisi medya stratejisinin belirlenmesi ile elde edilen sonuçlardan biri değildir?

- A) Medya ve içinde en uygun olanının seçimi
- B) Hedef kitlenin seçimi
- C) Medya programlamasının yapılmasına
- D) Medya amaçlarının belirlenmesi
- E) Geri bildirimlerin tahmin edilmesi

13. Aşağıdaki seçeneklerden hangisi bütünleşik pazarlama iletişimi bağlamında daima liderlik rolü üstlenen reklamın bilgilendirme fonksiyonunda olduğu gibi reklamdan beklenen fonksiyonlardan biri değildir?

- A) kitle iletişimi fonksiyonu
- B) hatırlatma fonksiyonu
- C) ikna fonksiyonu
- D) değer katma fonksiyonu
- E) örgütün diğer amaçlarına yardımcı olmak fonksiyonu

14. Aşağıdakilerden hangisi reklamlarda kullanılan çekicilik unsurlardan biri değildir?

- A) Çekicilik
- B) Yönlendiricilik
- C) Anlamlılık
- D) Ayırt edicilik
- E) İnandırıcılık

15. İç paydaşları ilgilendiren önemli gelişme, bilgi, duyuru ve haberlerin genellikle doğrudan postalar, duyuru panoları ve haber bültenleri ile ilgililere iletilmesine ne ad verilir?

- A) İletişim
- B) Kitle iletişimi
- C) Dış halkla ilişkiler
- D) İç halkla ilişkiler
- E) Kamuoyu oluşturma

16. -----, bir işletmenin malını veya hizmetini diğer satıcılardan farklı olarak tanımlayan bir ad, terim, tasarım, sembol veya diğer herhangi bir özelliktir.

Yukarıdaki cümlede boş bırakılan yeri aşağıdakilerden hangisi doğru şekilde tamamlar?

- A) Ürün
- B) Hizmet
- C) İletişim
- D) Marka
- E) Logo

17. Aşağıdakilerden hangisi duyurum ile birlikte gündeme gelen en önemli kavramlardan biridir?

- A) Kurumsal reklamlar
- B) Lobicilik
- C) Medya ilişkileri
- D) Kurumsal etkinlikler
- E) Kurumsal yayınlardan söz edilmektedir

20. Aşağıdakilerden hangisi dijital çağda halkla ilişkiler ortamları arasında yer almaz?

- A) Online forumlar
- B) Sosyal medya
- C) Uzaktan eğitim
- D) Wikiler
- E) Bloglar

18. I. Medya ilişkileri
II. Kurumsal İletişim
III. Sponsorluk
IV. Etkinlikler ve Durum Faaliyetleri
V. Psikoterapi Desteği

Percy, pazarlama amaçlı halkla ilişkilerin kurumun iletişim hedeflerine yukarıda verilen hangi faaliyetler bağlamında katkı sağlar?

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

19. Kurum tarafından tasarlanarak kurumu diğerlerinden ayırmaya yarayan özelliklerini içeren kavram aşağıdakilerden hangisidir?

- A) Kültür
- B) İtibar
- C) İmaj
- D) Kimlik
- E) İletişim

2022 BAHAR ARA - B

PAZARLAMA İLETİŞİMİ																			
B Grubu Cevap Anahtarı																			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
B	A	B	A	C	C	E	E	B	A	D	E	A	B	D	D	C	D	D	C