

KÜRESEL PAZARLAMA

A

2021 YAZ OKULU - A

1. I. Mümkün olduğunca basit olmalı
II. Yerel adet ve alışkanlıklara uygun olmalı
III. Herkes tarafından gözlemlenebilir olmalı
IV. Küçük miktarlara bölünebilir ve denenebilir olmalı
V. Pazardaki mevcut alternatifleriyle aynı özelliklere sahip olmalı

Yukarıdakilerden hangileri bir ürünün dış pazarlarda kabul görebilmesi için sağlaması gereken koşullar arasında yer almaktadır?

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

2. Aşağıdakilerden hangisi bir otomobil firmasının, ürününe ait parçaların bir kısmını veya tamamını kendi ülkesinde ürettikten sonra bu parçaların dış ülkelerde bir araya getirilerek nihai ürünün ortaya koyulmasını ifade etmektedir?

- A) Montaj Operasyonları
- B) Yönetim sözleşmeleri
- C) Ortak Girişim
- D) Lisans anlaşmaları
- E) Anahtar teslim projeler

3. Aşağıdakilerden hangisi doğru dağıtım kanalı tasarımı ile ilgili söylenemez?

- A) Pazarlama kararları arasında en kısa vadeli kararlardır.
- B) Dağıtım maliyetlerinin azaltılması yoluyla kârı artırabilir.
- C) Kullanıcıların ödeyeceği fiyat üzerinde doğrudan etkilidir.
- D) Hedeflenen tüm pazarlara ulaşarak pazar payını artırabilir.
- E) Rakiplerin taklit edemeyeceği rekabet avantajı sağlar.

4. Müşteriler eğitilmiş ve donanımlı ise, satış elemanlarının daha bilgili ve donanımlı olması gerekmektedir. Ters durumda ise satış elemanlarının müşterileri bilgilendirmek ve ürün kullanımları hakkında eğitmek için daha fazla çaba harcaması gerekir.

Yukarıdaki paragrafta kişisel satış stratejilerinin ve tekniklerinin uygulanabilirliğini etkilen hangi faktör tanımlanmıştır?

- A) Siyasi Riskler
- B) Pazarın Gelişmişlik Düzeyi
- C) Pazar Bilinmezleri
- D) İnsan İlişkilerindeki Farklılıklar
- E) Coğrafi ve Fiziksel Koşullar

5. Küresel pazarlamada önem kazanan olgulardan biri olan sürdürülebilir kalkınma açısından aşağıdakilerden hangisi gerekli değildir?

- A) Yatırımların yönlendirilmesi
- B) Kaynakların kullanımı
- C) Teknolojik gelişme yönünün seçilmesi
- D) Şehirleşme oranının yükselmesi
- E) Kurumsal değişikliklerin uyumu

6. Bazı pazarlarda tutundurma faaliyetinde, verilen hediyelerin doğrudan ürünle ilişkili olması gerekmektedir, bazı ülkelerde ise çekiliş ve yarışma yapılamaz. Bu durum satış tutundurma faaliyetleri planlanırken dikkate alınması gereken faktörlerden hangisiyle ilgilidir?

- A) Tüketici Algıları
- B) Yasal Düzenlemeler
- C) Ekonomik Gelişmişlik
- D) Ticaret Kültürü
- E) Pazarın Olgunluğu

2021 YAZ OKULU - A

7. I. Daha iyi satış çabası
II. Pazar ile daha iyi temas
III. Daha fazla kontrol imkânı
IV. Satış organizasyonuna yatırım
V. Yabancı pazarlara taahhüt gerekliliği

Yukarıdakilerden hangileri doğrudan ihracatın dezavantajları arasında yer almaktadır?

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

8. I. Pazar Ekonomileri
II. Karma Ekonomiler
III. Yönetilen Ekonomiler

Verilenlerden hangisi/hangileri ürün farklılaştırma, reklam ve tutundurma gibi kavramları kullanmamaktadır?

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

9. Üretimde farklılaştırmaya konu olan önemli unsurun tüketicilerin istek ve ihtiyaçları olduğu strateji aşağıdakilerden hangisidir?

- A) Yeni Ürün Yaratma Stratejisi
B) Özel Ürün Stratejisi
C) Standartlaştırma stratejisi
D) Zorunlu uyumlaştırma stratejisi
E) Gönüllü uyumlaştırma stratejisi

10. Aşağıdakilerden hangisi pazarlama faaliyetlerinin içerdiği aşamalardan birisi değildir?

- A) Kontrol
B) Planlama
C) İnovasyon
D) Analiz
E) Uygulama

11. I. Anlaşmaya dâhil ülkeler arasında tarife engelleri kalkar.
II. Anlaşma dışında kalan üçüncü ülkelere karşı ortak bir gümrük tarifesi uygulanır.
III. Anlaşmaya taraf olan ülkeler arasında iş gücü ve sermaye dolaşımı serbest hale gelir.

Yukarıdaki özelliklerin tümünü kapsayan ticaret bloğu hangisidir?

- A) Ortak Pazar
B) Ekonomik Birlik
C) Serbest Ticaret Anlaşması
D) Gümrük Birliği
E) Politik Birlik

12. Hangi tür rekabetin geçerli olduğu pazarlarda tedarikçi ürün kalitesi, tutundurma çabaları ve kanal politikaları üzerinde değişiklikler yaparak seçilmiş pazar bölümlerinde “toplam ürün”ün fiyatını uygulur?

- A) Maliyet tavanı
B) Maliyet tabanı
C) Tam rekabet
D) Oligopolistik rekabet
E) Tekelci rekabet

13. Fiziki ve işlevsel özellikleri daha önce bilinmeyen, ekonomik değeri olan bir mal veya hizmeti ortaya çıkarma ve bilginin ekonomik ve toplumsal faydaya dönüştüğü sürece ne ad verilmektedir?

- A) Ürün yeniliği
B) Süreç yeniliği
C) Yeni ürün
D) Yenilik yönetimi
E) Yenilik

14. İhracatçının ürün veya ürünlerin üzerinde değişiklik yapmaya kendisinin karar verdiği strateji aşağıdakilerden hangisidir?

- A) Yeni Ürün Yaratma Stratejisi
B) Özel Ürün Stratejisi
C) Gönüllü uyumlaştırma stratejisi
D) Standartlaştırma stratejisi
E) Zorunlu uyumlaştırma stratejisi

2021 YAZ OKULU - A

15. I. İstihdam oranları
II. Tüketim seviyeleri
III. Enflasyon seviyeleri
IV. Gayrisafi millî hasılası

Aşağıdaki seçeneklerin hangisinde işletmelerin dış pazarlara açılırken girmeyi planladıkları ülkelerde dikkat ettikleri özelliklerin tamamı verilmiştir?

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

16. Kıyaslama yapma, satış destekleyici bilgilere ulaşma, rakipleri takip etme, mevcut ve potansiyel müşterileri tanıma; kişisel satış elemanlarının sahip olması gereken becerilerden hangisinin kapsamındadır?

- A) Müzakere Becerileri
B) Kültürel Uyum Becerisi
C) Bilişim Teknolojilerini Kullanabilme Becerisi
D) Pazar İstihbaratı Toplama Becerileri
E) Satış Destek Becerileri

17. Uluslararası pazarlamacıların dış pazarlarda yeni araçları devreye sokmaları ya da geleneksel sistemi değiştirme yönündeki çabaları mevcut dağıtım kanalları üyeleri tarafından tehdit olarak algılanabilir ve tepki ile karşılanabilir. Küresel pazarlarda dağıtım yapıları ve ilişkileri açısından açıklanan kavram aşağıdakilerden hangisidir?

- A) Değişime Gösterilen Direnç
B) Aracı Hizmetleri
C) Ürün Dizisi Derinliği
D) Kapsam
E) Perakendecilik Kalıpları

18. Genellikle endüstriyel ürünler ve dayanıklı tüketim malları alanlarında faaliyet gösteren, üretici işletmenin ürünlerinin doğrudan nihai kullanıcı ya da müşterilere satışını gerçekleştiren, üretici işletmeler ile uzun dönemli ilişkiler kuran ve belirli bir bölgede satış haklarına sahip olun araçlar aşağıdakilerden hangisidir?

- A) Dağıtımcılar
B) Yerel simsarlar
C) Bayiler
D) Ticaret şirketleri
E) Üretici işletmenin temsilcileri

19. I. Mesajın neden iletildiği
II. Hangi mesajın iletildiği
III. Mesajın nerede iletildiği
IV. Mesajı kimin kime gönderdiği

Yukarıdakilerden hangileri sözlü iletişimde iletilen mesajın kültürden etkilendiği noktalar arasında yer almaktadır?

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

20. Küresel pazarlarda fiyat yükselmesinin en önemli nedeni aşağıdakilerden hangisidir?

- A) Satış hacmi
B) Fiyatlandırma stratejisi
C) Kotalar
D) İhracat maliyetleri
E) Durgunluk

2021 YAZ OKULU - A

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