

PAZARLAMA YÖNETİMİ

A

2023 GÜZ ARA - A

1. “İki ya da daha fazla taraf arasında psikolojik, sosyal ve diğer soyut varlıkların karşılıklı el değiştirmesi” olarak tanımlanan kavram aşağıdakilerden hangisidir?

A) Sembolik değişim
B) Faydacı değişim
C) Ekonomik değişim
D) Fonksiyonel değişim
E) Karma değişim

2. Aşağıdakilerden hangisi psikografik bölümlendirme değişkenlerinden biridir?

A) İhtiyaçlar
B) Satın alma yeri
C) İlgilenim
D) Hayat tarzı
E) Eğitim düzeyi

3. Aşağıdakilerden hangisi müşteri bağlılığını ölçmek için kullanılan teknikler arasında yer almaz?

A) Parasal değer
B) Günümüzdeki müşteri değeri
C) Cüzdan payı
D) Yenilik
E) Geçmiş müşteri değeri

4. ----- iki ya da daha fazla özellik itibariyle, hedef pazardaki rakip markalar ile konumlandırma açısından boşluğu görmeye yarayan ve konumlandırma başarısını ölçmede kullanılan bir tekniktir.

Yukarıdaki cümlede boş bırakılan yeri aşağıdakilerden hangisi doğru şekilde tamamlar?

A) Algılama haritası
B) Marka imajı
C) Psikolojik faktörler
D) Bölümlendirme
E) Tüketici davranışı

5. Pazarlama iletişim araçları ve dağıtım ile ilişkin pazarlama taktiklerinin etkin bir şekilde gerçekleştirilip gerçekleştirilmediklerine bakılan pazarlama kontrol türü aşağıdakilerden hangisidir?

A) Kârlılık kontrolü
B) Pazarlama denetimi
C) Etkinlik kontrolü
D) Satış denetimi
E) Yıllık plan kontrolü

6. Mevcut pazara yeni ürünlerle yönelme söz konusu olduğunda uygulanan büyüme stratejisi aşağıdakilerden hangisidir?

A) Pazara nüfuz etme
B) Çeşitlendirme
C) Pazar geliştirme
D) Ürün geliştirme
E) Hedef pazar

7. Aşağıdakilerden hangisi değer iletim sistemi içindeki “değerin iletilmesi” aşamasının faaliyetleri arasında yer alır?

A) Faydaların tanımlanması
B) Promosyon
C) Değer bileşenlerinin anlaşılması
D) Hedefin seçimi
E) Hizmet

8. Müşterilerin satın alma ya da tercih etme kriterlerine göre uygun gördükleri bedeli karşılayan teklife ----- denir.

Yukarıdaki cümlede boş bırakılan yeri aşağıdakilerden hangisi doğru şekilde tamamlar?

A) Müşteri değeri
B) Algılanan değer
C) Değer önerisi
D) Değerin bileşenleri
E) Değer

9. Pazardaki potansiyel alıcıları onların ihtiyaçlarının ortak özellikleri ve pazarlama çabalarına vermiş oldukları tepkilerinin benzerliklerine göre gruplama çabası olarak tanımlanan kavram aşağıdakilerden hangisidir?

A) Pazar bölümlendirme
B) Hedef pazar seçimi
C) Konumlandırma
D) Ayırt edebilirlik
E) Ölçülebilirlik

10. Aşağıdakilerden hangisi müşterinin markada algıladığı değeri oluşturan toplam maliyet türlerinden biri değildir?

A) Zaman maliyeti
B) Finansal maliyet
C) Enerji maliyeti
D) Psikolojik maliyet
E) Personel maliyeti

11. İşletmelerin pazar paylarını artırmak için ürün kalitesini ve tasarımı iyileştirerek ürüne yeni özellikler eklediği ürün yaşam eğrisi aşaması aşağıdakilerden hangisidir?

- A) Olgunluk
- B) Giriş
- C) Gerileme
- D) Büyüme
- E) Düşüş

12. Bir firmanın kalite ve performans geliştirme yöntemini bulmak ve en iyi uygulamaları tespit etmek için diğer endüstrilerdeki lider firmaların ya da rakiplerin ürün ve süreçleriyle kendisini karşılaştırmasını ve örnek almasını ifade eden kavram aşağıdakilerden hangisidir?

- A) Franchising
- B) Advertising
- C) Benchmarking
- D) Marketing
- E) Networking

13. Savunma yapana karşı saldırı yapan firmanın kafa kafaya ya da karşı karşıya gelmesini ifade eden atak türü aşağıdakilerden hangisidir?

- A) Gerilla
- B) Kuşatma
- C) Endirekt
- D) Baypas
- E) Direkt

14. Ürünün tüketici ihtiyaçlarını ya da isteklerini tatmin etme kabiliyetine ne ad verilir?

- A) Algılanan kalite
- B) Tasarım kalitesi
- C) Uygunluk kalitesi
- D) Ürün kalitesi
- E) Performans kalitesi

15. Ürünün belirlenen kalitesini harfle, rakamla ya da kelimeyle tanımlayan etiketlere ne ad verilir?

- A) Sınıflandırma etiketi
- B) Tanımlayıcı etiket
- C) Ürün etiketi
- D) Marka etiketi
- E) Menşe etiketi

16. Aşağıdakilerden hangisi Porter'ın beş kuvvet modelinde yer almaz?

- A) Tedarikçilerin pazarlık gücü
- B) Pazara yeni girenlerin tehdidi
- C) İkame ürünlerin tehdidi
- D) Mevcut rakipler arasındaki rekabet
- E) Satıcıların pazarlık gücü

17. Tüketicinin marka ismini duyduğu zaman ürüne ve ürünü pazarlama faaliyetlerine gösterdiği farklı tepki aşağıdaki kavramlardan hangisiyle ifade edilir?

- A) Marka konumu
- B) Marka değeri
- C) Marka denkliği
- D) Marka sahipliği
- E) Marka genişliği

18. Bir Amerikan şirketinin, işçilik giderleri nedeniyle ürünlerini Vietnam'da üretmesi, temel rekabetçi stratejilerden hangisini temsil eder?

- A) Marjinal maliyet
- B) Genel maliyet liderliği
- C) Fiyat liderliği
- D) Odak
- E) Farklılaşma

19. Müşterilerin hangi faydaları hedeflediğini ve çeşitli rakiplerin tekliflerinin göreceli değerini nasıl değerlendirdiklerini belirlemek için yapılan analiz türü aşağıdakilerden hangisidir?

- A) Veri madenciliği analizi
- B) Müşteri değer analizi
- C) Müşteri tatmini analizi
- D) Müşteri hizmet analizi
- E) Büyük veri analizi

20. Aşağıdakilerden hangisi pazarda bilinen markaya sahip iki ayrı işletmenin bir üründe markalarını birlikte kullanmak yoluyla uyguladıkları stratejidir?

- A) Marka konumlandırma
- B) Lisans verme
- C) Marka genişletme
- D) Aracı kuruluş markaları
- E) Ortak markalama

2023 GÜZ ARA - A

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

PAZARLAMA YÖNETİMİ

B

2023 GÜZ ARA - B

1. Aşağıdakilerden hangisi psikografik bölümlendirme değişkenlerinden biridir?

- A) İhtiyaçlar
- B) Satın alma yeri
- C) İlgilenim
- D) Hayat tarzı
- E) Eğitim düzeyi

2. Aşağıdakilerden hangisi müşteri bağlılığını ölçmek için kullanılan teknikler arasında yer almaz?

- A) Cüzdan payı
- B) Günümüzdeki müşteri değeri
- C) Yenilik
- D) Geçmiş müşteri değeri
- E) Parasal değer

3. ----- iki ya da daha fazla özellik itibarıyla, hedef pazardaki rakip markalar ile konumlandırma açısından boşluğu görmeye yarayan ve konumlandırma başarısını ölçmede de kullanılan bir tekniktir.

Yukarıdaki cümlede boş bırakılan yeri aşağıdakilerden hangisi doğru şekilde tamamlar?

- A) Tüketici davranışı
- B) Marka imajı
- C) Psikolojik faktörler
- D) Bölümlendirme
- E) Algılama haritası

4. Mevcut pazara yeni ürünlerle yönelme söz konusu olduğunda uygulanan büyüme stratejisi aşağıdakilerden hangisidir?

- A) Pazara nüfuz etme
- B) Çeşitlendirme
- C) Pazar geliştirme
- D) Ürün geliştirme
- E) Hedef pazar

5. “İki ya da daha fazla taraf arasında psikolojik, sosyal ve diğer soyut varlıkların karşılıklı el değiştirmesi” olarak tanımlanan kavram aşağıdakilerden hangisidir?

- A) Ekonomik değişim
- B) Karma değişim
- C) Faydacı değişim
- D) Fonksiyonel değişim
- E) Sembolik değişim

6. Aşağıdakilerden hangisi müşterinin markada algıladığı değeri oluşturan toplam maliyet türlerinden biri değildir?

- A) Psikolojik maliyet
- B) Enerji maliyeti
- C) Personel maliyeti
- D) Zaman maliyeti
- E) Finansal maliyet

7. Aşağıdakilerden hangisi değer iletim sistemi içindeki “değerin iletilmesi” aşamasının faaliyetleri arasında yer alır?

- A) Değer bileşenlerinin anlaşılması
- B) Promosyon
- C) Hedefin seçimi
- D) Hizmet
- E) Faydaların tanımlanması

8. Pazarlama iletişim araçları ve dağıtım ile ilişkin pazarlama taktiklerinin etkin bir şekilde gerçekleştirilip gerçekleştirilmediklerine bakılan pazarlama kontrol türü aşağıdakilerden hangisidir?

- A) Pazarlama denetimi
- B) Satış denetimi
- C) Etkinlik kontrolü
- D) Kârlılık kontrolü
- E) Yıllık plan kontrolü

9. Pazardaki potansiyel alıcıları onların ihtiyaçlarının ortak özellikleri ve pazarlama çabalarına vermiş oldukları tepkilerinin benzerliklerine göre gruplama çabası olarak tanımlanan kavram aşağıdakilerden hangisidir?

- A) Pazar bölümlendirme
- B) Hedef pazar seçimi
- C) Konumlandırma
- D) Ayırt edebilirlik
- E) Ölçülebilirlik

10. Müşterilerin satın alma ya da tercih etme kriterlerine göre uygun gördükleri bedeli karşılayan teklife ----- denir.

Yukarıdaki cümlede boş bırakılan yeri aşağıdakilerden hangisi doğru şekilde tamamlar?

- A) Algılanan değer
- B) Değerin bileşenleri
- C) Değer önerisi
- D) Değer
- E) Müşteri değeri

11. Savunma yapana karşı saldırı yapan firmanın kafa kafaya ya da karşı karşıya gelmesini ifade eden atak türü aşağıdakilerden hangisidir?

- A) Endirekt
- B) Gerilla
- C) Baypas
- D) Direkt
- E) Kuşatma

12. Aşağıdakilerden hangisi pazarda bilinen markaya sahip iki ayrı işletmenin bir üründe markalarını birlikte kullanmak yoluyla uyguladıkları stratejidir?

- A) Aracı kuruluş markaları
- B) Lisans verme
- C) Ortak markalama
- D) Marka konumlandırma
- E) Marka genişletme

13. Ürünün tüketici ihtiyaçlarını ya da isteklerini tatmin etme kabiliyetine ne ad verilir?

- A) Ürün kalitesi
- B) Tasarım kalitesi
- C) Uygunluk kalitesi
- D) Algılanan kalite
- E) Performans kalitesi

14. İşletmelerin pazar paylarını artırmak için ürün kalitesini ve tasarımı iyileştirerek ürüne yeni özellikler eklediği ürün yaşam eğrisi aşaması aşağıdakilerden hangisidir?

- A) Olgunluk
- B) Giriş
- C) Gerileme
- D) Düşüş
- E) Büyüme

15. Ürünün belirlenen kalitesini harfle, rakamla ya da kelimeyle tanımlayan etiketlere ne ad verilir?

- A) Sınıflandırma etiketi
- B) Tanımlayıcı etiket
- C) Ürün etiketi
- D) Marka etiketi
- E) Menşe etiketi

16. Bir Amerikan şirketinin, işçilik giderleri nedeniyle ürünlerini Vietnam'da üretmesi, temel rekabetçi stratejilerden hangisini temsil eder?

- A) Marjinal maliyet
- B) Genel maliyet liderliği
- C) Farklılaşma
- D) Odak
- E) Fiyat liderliği

17. Tüketicinin marka ismini duyduğu zaman ürüne ve ürünü pazarlama faaliyetlerine gösterdiği farklı tepki aşağıdaki kavramlardan hangisiyle ifade edilir?

- A) Marka denkliği
- B) Marka değeri
- C) Marka konumu
- D) Marka sahipliği
- E) Marka genişliği

18. Bir firmanın kalite ve performans geliştirme yöntemini bulmak ve en iyi uygulamaları tespit etmek için diğer endüstrilerdeki lider firmaların ya da rakiplerin ürün ve süreçleriyle kendisini karşılaştırmasını ve örnek almasını ifade eden kavram aşağıdakilerden hangisidir?

- A) Franchising
- B) Advertising
- C) Networking
- D) Marketing
- E) Benchmarking

19. Müşterilerin hangi faydaları hedeflediğini ve çeşitli rakiplerin tekliflerinin göreceli değerini nasıl değerlendirdiklerini belirlemek için yapılan analiz türü aşağıdakilerden hangisidir?

- A) Müşteri tatmini analizi
- B) Veri madenciliği analizi
- C) Büyük veri analizi
- D) Müşteri değer analizi
- E) Müşteri hizmet analizi

20. Aşağıdakilerden hangisi Porter'ın beş kuvvet modelinde yer almaz?

- A) İkame ürünlerin tehdidi
- B) Satıcıların pazarlık gücü
- C) Mevcut rakipler arasındaki rekabet
- D) Tedarikçilerin pazarlık gücü
- E) Pazara yeni girenlerin tehdidi

2023 GÜZ ARA - B

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