

- 1- Aşağıdakilerden hangisinde marka piramidi modelinin temel kavramları doğru olarak verilmiştir.

CEVAP: Marka Özü-Makra Tarzı-Marka Teması,

- 2- Markanın, marka tarafından sunulan ve tüketiciye değer sağlayan fiziksel, duygusal ve kişisel faydaların belirtilmesidir.

Yukarıdaki cümlede boş bırakılan yeri aşağıdakilerden hangisi doğru olarak tamamlar?

CEVAP: Değer önerisi

- 3- Aşağıdakilerden hangisi bir marka mimarisindeki ürün-pazar içerik rollerinden biri değildir?

CEVAP: Biricik satış teklifi rolleri

- 4- Bir marka yöneticisi yardımcısının ürün ve rakip ürünler hakkında çıkan haberleri takip etme ve raporlama sorumluluğu aşağıdaki görevlerden hangisi ile ilgilidir?

CEVAP: Marka iletişimini yönetme

- 5- I. Satıcılara plasiyer adı da verilir.

II. Satıcılar coğrafi olarak değil ürün ya da marka bazında organize olurlar.

III. Pazarlamadan sorumlu kişiler genellikle ürün sorumlusu, marka yöneticisi gibi unvanlar taşırlar.

Satış ve pazarlama kavramları ile ilgili yukarıdaki ifadelerden hangisi doğrudur

CEVAP: I ve III

- 6- Aşağıdakilerden hangisi destinasyon markası yaratmanın ve yönetmenin bölgeye sağlayacağı yararlar arasında gösterilmez?

CEVAP: Ürünün satın alınmadan önce denenmemesinin getireceği riskleri artırır.

- 7- Ana pazarşar ötesine genişleme esnekliğinden yoksunluk ve kötü ürün performansı gibi risklerin tüm portföye yayılabilmesi dezavantajlarına sahip olan marka mimarisi aşağıdakilerden hangisidir?

CEVAP: Monolitik Marka Mimarisi

- 8- Markanın tarzı ve özünden daha esnek olan, reklam, basın açıklaması, ambalaj vb. yoluyla yapılan iletişimi ifade eden kavram aşağıdakilerden hangisidir?

CEVAP: Marka teması

- 9- Aşağıdaki kişisel imaj kaynaklardan hangisi "ün" başlığı içinde yer alır?

CEVAP: Göze çarparlık

- 10- Aşağıdakilerden hangisi Vaughn'ın FCB Grid'i geliştirirken incelediği geleneksel reklam etkinlik teorilerinden biri değildir?

CEVAP: Duyarsız teori

- 11- Vaughn'a göre aşağıdakilerden hangisi geleneksel reklam etkinlik teorilerinden biri değildir?

CEVAP: Kültürel

- 12- Aşağıdakilerden hangisi ürün nitelikleri ve fiziksel faydalarının

sınırlamalarından biri değildir?

CEVAP: Kendini ifade etme ihtiyacını karşılarlar.

13- Pazar araştırmasının ilk basamağı aşağıdakilerden hangisidir?

CEVAP: Problemi ve araştırma amacını tanımlama

14- Düşün ilginlik/düşünme çeyreğinin hiyerarşi modeli aşağıdakilerden hangisidir?

CEVAP: YAP-ÖĞREN-HİSSET

15- Marka portföyü içerisindeki her markanın ürün sınıfları ile köprü kurması olarak tanımlanan kavram aşağıdakilerden hangisidir?

CEVAP: Marka sınıflaması

16- Bir spor olayına katılan biri stadyumu ihtişamını hatırlarken, diğeri hayvan olduğu sporcunun kötü performansını, bir diğeri de arkadaş ortamının sıcaklığını hatırlayabilir.

Yukarıdaki ifade spor pazarlamasının aşağıdaki özelliklerinden hangisi ile ilgilidir?

CEVAP: Soyutluk ve subjektiflik

17- Aşağıdakilerden hangisi segmentasyon süreci adımlarından biri değildir?

CEVAP: Personel tabanlı segmentasyon

18- Aaker'in Marka Kimliği Planlama Modeli'ne göre aşağıdakilerden hangisi marka kimliği perspektiflerinden biri değildir?

CEVAP: Grup olarak marka

19- Aşağıdakilerden hangisi stratejik marka analizinde "sembol olarak marka" içerisinde yer alır?

CEVAP: Görsel imaj ve metaforlar

20- Aşağıdakilerden hangisi Kotler ve Leyn'nin "Pazarlamanın Genişleyen Eksen" adlı makalelerinde ürünleri sınıflandırdıkları başlıklardan biri değildir?

CEVAP: Destinasyon

21- Aşağıdakilerden hangisi tüketicilerin demografik karakteristiklerinden biri değildir?

CEVAP: Hayat tarzı

22- Eskiden birbirlerinden bağımsız olan "Yiyecek hazırlama", "restorancılık", "yiyecek servisi" gibi gıda ve hizmet sektörlerindeki ürünlerin "catering" adı altında düğün... toplantı ve benzeri etkinliklerde bu ürün ve faaliyetleri sunup sürdürmeleri aşağıdakilerden hangisi ile açıklanabilir?

CEVAP: Pazar segmentlerinin birleştirilerek yeni bir segment tanımlanması

23- I. Kişi olarak marka

II. Ürün olarak marka

III. Kurum ya da örgüt olarak marka

Marka kimliği planlama modeli'ne göre yukarıdakilerden hangileri marka kimliğine ait perspektifleri arasında yer alır?

CEVAP: I, II ve III

24-, seçmen ihtiyaç ve beklentilerini gerçekleştirmeye aday kişi ya da partilerin ve onların programlarının seçmene tanıtılması ve tutundurulması ile ilgili her türlü faaliyet olarak açıklanmaktadır.

Yukarıdaki cümlede boş bırakılan yeri aşağıdakilerden hangisi doğru olarak tamamlar=

CEVAP: Siyasal pazarlama

25- Çağdaş marka yönetiminin geliştiği ülke aşağıdakilerden hangisidir?

CEVAP: Amerika Birleşik Devletleri

26- Marka ile ilgili aşağıdaki ifadelerden hangisi yanlıştır?

CEVAP: Somuttur ve fiziksel bileşenleri vardır

27- Pazarlama planlarının birincil odağı aşağıdakilerden hangisidir?

CEVAP: Tüketiciler

28- A isimli dondurma markası ve B isimli çikolata markası, ambalajında ve tutundurma çalışmalarında kendileri tarafından üretildiği belirterek, C adında yeni bir çikolata dondurma markası oluşturmuş ve pazardaki tüketicilerin beğenisine sunmuştur.

Yukarıdaki metinde gerçekleşen olay, aşağıdaki ürün-pazar içerik rollerinden hangisine örnek olarak gösterilebilir?

CEVAP: Ortak markalaşma

29- Yeni bir ürünü piyasaya sunmak için var olan bir markayı kullanmaya ne ad verilir

CEVAP: Marka genişlemesi

30- Bir pazarlama departmanında marka yöneticisi olarak çalışan bir kişinin bağlı olduğu unvan aşağıdakilerden hangisidir

CEVAP: Pazarlama direktörü

31-Ömrü tamamlanan ürünlerin pazardan kaldırılması için öneride bulunmak ve gereken faaliyetleri yönetmek. , kategori müdürünün aşağıdaki sorumluluklarından hangisini kapsamaktadır

CEVAP Ürün yeniliklerine liderlik etme

32 Aşağıdaki faktörlerden hangisi başarılı bir marka yöneticisi olmak için gereken becerilerden biri değildir

CEVAP Aynı anda sadece tek bir görevle uğraşmak

33 Aşağıdakilerden hangisi Kotler ve Levy'nin Pazarlamanın Genişleyen Ekseni adlı makalelerinde ürünleri sınıflandırdıkları başlıklardan biri değildir.

CEVAP Destinasyon

34 Spor seyircisine, katılımcısına veya sponsora bir fayda sağlamak için şekillendirilen bir mal, bir hizmet veya bu ikisinin bileşimi aşağıdakilerin hangisidir.

CEVAP Spor ürünü

35 Aşağıdakilerden hangisi bağımsız marka mimarisinin avantajlarından biridir

CEVAP İletişimde basitlik sağlanması

36 Bir markanın imajını olumlu şekilde etkileyen marka veya alt markaya ne ad verilir

CEVAP Gümüş Nişan

37 PAZAR genellikle aşağıdakilerden hangisine göre bölümlenir

CEVAP Fiyat ve Sosyal-Ekonomik statü

38 Marka rolleri ve markalar arasındaki ilişkileri ve farklı ürün-Pazar marka yapılarında şirketin marka portföyünü organize eden yapıya ne ad verilir

CEVAP Marka Mimarisi

39 Aşağıdakilerden hangisi pazarlama planı sürecinde durum değerlendirme aşamasında yer almaktadır

CEVAP Portföy analizi

40 Ortak bir dokuyu sağlayan örgütlenmiş ve bütünleştirici marka kimliği öğeleri oalarak tanımlanan, markanın iletişim temasını oluşturan ve tüketicilerle kurulacak iletişimde kullanılacak marka çağrışımlarını içeren kavram aşağıdakilerden hangisidir

Cevap Genişletilmiş Kimlik

41 Aşağıdakilerden hangisi markanın fiziksel görünümü içerisinde ele alınabilir

CEVAP Logo

42 Aşağıdakilerden hangisi spor pazarlamasındaki 4P den biri değildir

CEVAP Özdeşleşme

43 , başka bir amaç için toplanan ve hali hazırda elde bulunan verilerdir..... ise belirli bir amaç yada belirli bir araştırma projesi için yeni toplanan verilerdir.

Yukarıdaki metinde boş bırakılan yerleri aşağıdakilerden hangisi sırasıyla ve doğru olarak tamamlar

CEVAP İkincil veriler- Birincil veriler

44 tüketicilerde ürünün/markanın neyi temsil ettiğinin tanımlanması ve görünürlüğe kavuşmasıdır.

Cevap Konumlandırma

45 Aşağıdakilerden hangisi güçlü ve başarılı bir marka ismi belirlemek için isim çalışmasına başlamadan önce yapılması gerekenlerden biri değildir.

Cevap POST-TEST incelemeesi

46 aşağıdakilerden hangisi destinasyon pazarlamanın hedef kitlesi içinde yer almaz.

Cevap Tüm Kültürel , geleneksel ve tarihi değerler



GANGALAR
GRUBU