

1. bir müşterinin bir firma ile olan tüm yaşam boyu ilişkisinden elde edilmesi beklenen gelir toplamından müşteri için yapılan her türlü masraflar düşüldükten sonra, kalan miktarın bugünkü değeri olarak tanımlanır.
Müşteri yaşam boyu değeri
2. Aşağıdakilerden hangisi anahtar teslim projelerinde proje paketi içinde bulunan alanlardan biri değildir.
Sanayi
3. Aşağıdakilerden hangisi tüketicilerin sahip oldukları şeylerin onları tanımladığına inanarak; sahip oldukları ürünleri, markaları, nesneleri benliklerinin bir parçası olarak görmeleridir.
Uzatılmış benlik
4. Aşağıdakilerden hangisi doğrudan gözlemlenemeyen örtük öğeler arasında değildir.
Artifaktlar
5. Bu kapsamda 3 farklı türde hedefleme teknolojisi kullanılmaktadır. Bu türlerden birinin adı Beacon teknolojisidir.
Mobil pazarlama
6. Aşağıdakilerden hangisi işletmenin ürünlerini tasarlamak, üretmek, pazarlamak, müşteriye ulaştırmak ve desteklemek için değer yaratan aktivitelerde bulunan bir dizi departmandır.
Değer zinciri
7. Büyüme stratejileri içerisinde riski en yüksek strateji aşağıdakilerden hangisidir.
Çeşitlendirme stratejisi
8. Belirli bir mağaza ya da şirketten düzenli alış veriş yapan kişiler Olarak tanımlanır.
Müşteri
9. Hem bitmiş ürün hem de üretim faaliyetlerini gerçekleştirmek için ürün ve hizmet talep edenlerle bunların tedarikçilerinin oluşturduğu pazara ne ad verilir.
Üreticiler pazarı
10. Aşağıdaki yöntemlerden hangisi müşterinin isteğine göre hazırlanmış ürünler sipariş edildiğinde kullanılır.
Müzakere edilmiş sözleşmeler
11. Aşağıdakilerden hangisi Covid-19 pandemisi sonrası ortaya çıkan reform programlarının şekillendiği eğilimlerden biri olan dış şokları emme ve bunlara uyum sağlama kapasitesidir.
Esneklik
12. Herhangi bir şeyin yoksunluğunun insanlarda yarattığı gerilim halini ifade eden kavram aşağıdakilerden hangisidir.
İhtiyaç
13. Ürünleri ve hizmetleri belirli bir kar ile tekrar satmak üzere satın alanlardan oluşan pazara ne ad verilir.
Aracı pazarı
14. Franchising aşağıdaki ülkelerden hangisinde ortaya çıkmıştır.
ABD
15. Aşağıdakilerden hangisi toplumsal, kültürel ve teknolojik faktörlerdeki değişimler ve trendlere ilişkin olarak yapılan pazarlama araştırmasıdır.
Pazarlama çevresi araştırmaları
16. Aşağıdakilerden hangisi pazarlama araştırmalarının işletmelere sağladığı destek işlevlerinden biri değildir?
Pazarlamanın bir süreç olmadığını kabul etmek
17. “uyaran ne kadar yoğun ise o kadar çok algılanır”
Yukarıdaki ifade uyarının hangi özelliğiyle bağlantılıdır?
Uyarının şiddeti
18. Aşağıdakilerden hangisi e-tedarik ve çevrim içi (online) satın almanın avantajlarından biri değildir?
Alıcı firmalar açısından tedarikçi firmaların rekabetini azaltması

19. Aşağıdaki araştırmalardan hangisi ölçümlemesi zor olan veya nicel araştırmalarla ölçümlenemeyen pazarlama durumlarını anlamak açısından oldukça faydalı olan esnek ve ilerlemeci bir yaklaşımdır?
Keşifsel araştırmalar
20. Genellikle birbirine eş katılımcı gruplarının kullanıldığı ve bir faktörün değiştirilip diğer faktörlerin sabit bırakılarak gerçekleşen değişimlerin gözlemlendiği ya da farklı faktörlere karşı verilen tepkilerin ölçüldüğü veri toplama tekniği aşağıdakilerden hangisidir?
Deney
21. Aşağıdakilerden hangisi endüstriyel satın alma davranışını etkileyen iç faktörler içerisinde yer almamaktadır?
Demografi
22. Aşağıdakilerden hangisi PBS'nin ilke bileşeni olarak kabul edilmektedir?
İşletme içi bilgi kaynakları
23. Aşağıdakilerden hangisi tüketicinin algıladığı değeri ifade etmektedir?
Bir ürünün tüm fayda ve maliyetleri arasındaki farkın rakipler tarafından sunulan ürünlerle karşılaştırmalı olarak değerlendirilmesi
24. Bireyi harekete geçiren, belirli bir eyleme yönelten güç, statü koruma amaçlıysa aşağıdaki güdülenme türlerinden hangisine girmektedir?
Zihinsel güdülenme
25. Aşağıdakilerden hangisi teknolojik gelişmelerin işletmelere yabancı pazarlarda sunduğu pazarlama faaliyetleri fırsatlarından biri değildir?
Müşteri memnuniyeti
26. Aşağıdakilerden hangisi tüketicilerin zihninde ürüne, markaya, ürün hattına yönelik farklılaştırıcı bir imaj yaratma çabasıdır?
Konulandırma
27. Aşağıdakilerden hangisi belirli ülkelerden ya da işletmelerden gelen tüm ürünlerin ülkeye girişinin durdurulmasıdır?
Ambargo
28. Aşağıdakilerden hangisi ortak girişimin avantajlarından biri değildir?
Ortaklar arasında yüksek düzeyde uyum olması
29. Aşağıdakilerden hangisi geleneksel pazarlama iletişimi karmasının bileşenlerinden değildir?
Fiyat
30. Endüstriyel satın alma davranışını; satın alma karar sürecine katılanların psikolojik yapıları satın alma karar sürecine katılım koşulları ve karar vericilere odaklanarak açıklayan model aşağıdakilerden hangisidir?
Sheth
31. Belirli bir satın alma kararı verilirken satın alma merkezinin diğer üyeleri tarafından kabul edilen ürün ya da tedarikçiye ilişkin bilginin türünü ve akışını denetleyen çalışanlar satın alma merkezinde hangi rolü yerine getirmektedir.
Yönlendirici
32. Aşağıdakilerden hangisi sözleşmeye dayalı pazara giriş stratejilerinden biri değildir.
Doğrudan ihracat
33. İnsanlarda toplumun refahına, iyiliğine yönelik olarak tutum ve davranışlar oluşturmak ya da insanları olumsuz davranışlardan vazgeçirmek için pazarlama tekniklerinin kullanılmasını ifade eden kavram aşağıdakilerden hangisidir.
Sosyal Pazarlama
34. Aşağıdakilerden hangisi PBS'nin ilk bileşeni olarak kabul edilmektedir.
İşletme içi bilgi kaynakları
35. Pazarlama araştırması kapsamında gerçekleştirilen spesifik pazarlama problemleri ya da durumlarına ilişkin

araştırmalar olup, esas olarak uygulamacılar açısından önemli katkılar sağlamaktadır.

Uygulamalı araştırmalar

36. Karşılanmamış bir ihtiyacı olan ve o ihtiyacı karşılamak için isteğe, satın alma gücüne ve satın alma isteğine sahip olan insanların ve kurumların oluşturduğu topluluğa ne ad verilir.

Pazar

37. Aşağıdakilerden hangisi bir ürünü satın almadan önce ürünle ilgili her türlü bilgiyi edinme isteğini yansıtan tüketim normudur.

İnceleme

38. İşletmelerin ve hayır kurumlarının karşılıklı fayda sağlamak üzere bir imajı, ürünü veya hizmeti pazarlamak için birbiriyle ortaklık yaptığı ticari faaliyet aşağıdakilerden hangisidir.

Amaca yönelik pazarlama

39. “markette gezerken satış elemanı yeni çıkan pudingi denemenizi istedi” Yukarıda verilen durum aşağıdaki algılama süreçlerinin hangisinde yer alır?

Uyarıcıya maruz kalma

40. Aşağıdakilerden hangisi bilginin sentezlenip kararlarda kullanılması durumudur*

Bilgi birikimi

41. Aşağıdakilerden hangisi işletmenin yerel gereklilikler istekler ve koşullar doğrultusunda üründe değişiklik yaptığı ürün stratejisidir?

Ürün uyarlaması

42. Aşağıdaki faktörlerden hangisinin sonucunda satın alma riski ortaya çıkmaz?

Satın almanın maliyeti

43. Öğrenmenin dışsal uyaranlar sonucu oluştuğunu öne süren teoriler aşağıdakilerden hangisidir?

Davranışsal öğrenme

44. Biyoteknoloji, bilgi teknolojileri gibi yeni endüstrilerin ortaya çıkması küresel açıdan hangi çevresel faktör altında incelenmektedir?

Teknolojik çevre

45. İşletmenin alışılmış tercihlere karşı yeni alternatifleri de dikkate almaya istekli olduğu ve alternatifler yeniden değerlendirildiği için belirli yararların farkında varıldığı endüstriyel satın alma durumu aşağıdakilerden hangisidir?

Değiştirilmiş yeniden satın alma