

SAĞLIK HİZMETLERİ PAZARLAMASI (PZL108U) FİNAL SINAV SORULARI

1. Aşağıdakilerden hangisi fiyatlandırmada dikkate alınması gerekli işletme iç faktörlerinden biridir?

Cevap: pazarlama karması elemanları

2. Belirli bir bölgede sınırlı sayıda toptancı ve perakendeci veya sadece perakendeci kullanma hangi dağıtım politikasıdır?

Cevap: Seçimli dağıtım

3..... Dağıtımda üretici direkt olarak tüketiciye hitap etmekte ve gerekli pazarlama fonksiyonlarını kendisi yerine getirmektedir.

Yukarıdaki cümlede boş bırakılan yeri aşağıdakilerden hangisi doğru şekilde tamamlar?

Cevap: Direkt

4. Aşağıdakilerden hangisi tüketici davranışını belirleyen sosyal faktörlerden biri değildir?

Cevap: Cinsiyet

5. Aşağıdakilerden hangisi hastalık ve kaza sonucunda kaybedilen bedensel ve zihinsel becerilerin yeniden kazandırılmasına yönelik verilen sağlık hizmetidir?

Cevap: Rehabilitasyon hizmetleri

6. Bir tüketicinin üründen umduğu faydaya ne ad verilir?

Cevap: Jenerik ürün

7. Aşağıdakilerden hangisi diğer hizmet tüketicilerine karşı sağlık hizmet tüketicilerinin özelliklerinden biridir?

Cevap: Genellikle profesyonel sevk gerekir

8. Tüketim malları son tüketicinin ihtiyaç ve arzularını karşılayan mallardır. Bu mallar başka herhangi bir işlemten geçirilmeden veya tüketilmeden kullanılır.

Buna göre, aşağıdakilerden hangisi tüketim mallarından biri değildir?

Cevap: Hammaddeler

9. Aşağıdakilerden hangisi sağlık hizmetlerinde halkla ilişkilerin amaçları arasında yer almaz?

Cevap: Halkın sağlığını koruyacak kuralları belirlemek

10. Yeni bir şeyi denemeden, kullanmadan önce düşünmek, eksi ve artıları tartmak isterler. Biraz temkinli ve birçok informal temaslar sonucunda karar verirler. Toplumun önemli bir bölümünü oluşturan bu grupta yer alan kişilerde diğerlerinden önce sahip olmak, kullanmak düşüncesi belli ölçüde vardır.

Yukarıda özellikleri verilen müşteri grubu aşağıdakilerden hangisidir?

Cevap: Erken çoğunluk

11. Satış yapmak maksadı ile bir veya daha çok satın alıcı ile konuşarak sözel sunuşta bulunma eylemine ne ad verilir?

Cevap: Kişisel satış

12. Aşağıdakilerden hangisi Pazar bölümlendirme yapmanın bir sağlık kurumuna sağlayacağı faydalardan biri değildir?

Cevap: Henüz tanımlanmamış ihtiyaçlar üzerinde odaklanmayı sağlamak

13. Aşağıdakilerden hangisi ilişki pazarlamasının gelişmesine yardımcı olan faktörler arasında yer almaz?

Cevap: Rekabet şiddeti ve globalleşme eğiliminin azalması

14. Aşağıdakilerden hangisi ilişkisel pazarlama programının uygulanabilmesi için gerekli adımlardan biri değildir?

Cevap: İşletmede maliyet minimizasyonu sağlama

15. Aşağıdakilerden hangisi Pazar bölümlendirme kriterlerinden sosyo – demografik kritere örnektir?

Cevap: Aile büyüklüğü

16. Aşağıdakilerden hangisi işletmelerin pazarlama araştırmalarını tercih etmeme nedenleri arasında yer almaz?

Cevap: Ekonomik olması

17. Pazarın büyük bir kısmı kendilerine sunulan ürün ya da hizmetten hoşlanmıyorsa ve gerçekte ondan kaçınmak için bir ücret dahi ödemeye hazırsa Pazar için aşağıdaki durumlardan hangisi söylenebilir?

Cevap: Negatif talep

18. A sağlık işletmesi doğum için hastaneye başvuran hanımlara doğum sonrası fazla kilolarını kaybedebilmeleri için bir fitness programı önermektedir.

A sağlık işletmesinin bu faaliyeti aşağıdaki büyüme stratejilerinden hangisinin kapsamında değerlendirilir?

Cevap: Hizmet geliştirme stratejisi

19. Bireysel müşterinin şirkete ne dediğine ve şirket çalışanlarının müşteri hakkında neler bilmesi gerektiğine yönelik olarak istekli biçimde davranışlarını ve uygulamalarını değiştirme düşüncesidir. Şeklinde tanımlanan kavram aşağıdakilerden hangisidir?

Cevap: İlişki pazarlaması

20. Endüstriyel malların dağıtımında tüketim mallarından farklı olarak endüstriyel malın dağıtım yetkisini belirli bir bölge veya ülke için üreticilerden almış imtiyazlı araçlara ne ad verilir?

Cevap: Distribütör

21. Kurumun içinde faaliyetlerini sürdürdüğü çevrenin dışındaki sektörlerde gözlemlenen eğilim ve yaşanan gelişmelere ne ad verilir?

Cevap: Makro çevre

22.

I Kim satın alıyor?

II Ne satın alıyor?

III neden satın alıyor?

IV nasıl satın alıyor?

Pazar bölümlendirmesi sürecinde yukarıdaki soruların hangilerine yanıt verilmeye çalışılır?

Cevap: I, II ve III

23. Aşağıdakilerden hangisi olasılığa dayalı olmayan örnekleme yöntemlerinden biri değildir?

Cevap: Sistematiik örnekleme

24. İnsan beyninin belirli kısımlarına hitap etmeye çalışarak , tüketicilerin Pazar davranışını anlamak amacıyla nöro bilimde kullanılan tekniklerin tüketicilere uygulanması ile yapılan pazarlama yöntemine ne ad verilir?

Cevap: Nöropazarlama

25. Aşağıdakilerden hangisi tüketicilerin karar verme sürecini etkileyen yaşam tarzının ana faktörlerinden biri değildir?

Cevap: Sosyal bağlantılar

26. Devlet Planlama Teşkilatı tarafından kamu idareleri için hazırlanan kılavuza göre "gitmek istediğimiz yere nasıl ulaşabiliriz"? Sorusu hangi aşamaya karşılık gelmektedir?

Cevap: Detaylı iş planları

27. İşletmenin Pazar bölümleri içindeki alt bölümlere küçük ama ortak özellikleri olan alıcılara odaklanan Pazar bölümlendirme düzeyi aşağıdakilerden hangisidir?

Cevap: Niş pazarlama

28. Bir hastanenin çok iyi bir laboratuvarının olduğunu ve diğer sağlık kuruluşlarına laboratuvar hizmeti satmaya çalıştığı düşünülürse, böyle bir hastane olası kurumsal pazarı değerlendirirken aşağıdaki kriterlerden hangisini kullanabilir?

Cevap: Kurum büyüklüğü

29.Ürün geliştirilmesinin ilk adımı aşağıdakilerden hangisidir?

Cevap: Fikir aşaması

30. Aşağıdakilerden hangisi ilişkisel pazarlamanın özelliklerinden biridir?

Cevap: Kalite, işletmedeki herkesi ilgilendirir

31. İşletmelerin satış bölümleri, müşterilerle zaman zaman iletişim kurarak yeni geliştirilecek hizmet ya da mevcut hizmetin kullanımını artırmak için öneriler alır tanımı Kotler' in işletme ile müşteri arasındaki ilişkinin oluşturulmasında beş farklı aşamasından hangisini tanımlar?

Cevap: Proaktif pazarlama

32. Hedef pazarın ihtiyaçlarına, isteklerine ve çıkarlarına karar vermek ve örgütü tüketicilerin ve toplumun iyilik halini geliştirmeye hizmet edecek şekilde adapte etmek hangi pazarlama anlayışını ifade eder?

Cevap: Sosyal pazarlama yönelimli olmak

33. aşağıdakilerden hangisi araştırmalarda birincil veri kaynaklarından biridir?

Cevap: gözlemler

34. Reklamın temel işlevi aşağıdakilerden hangisidir?

Cevap: Satışları artırma

35.Aşağıdakilerden hangisi gerilla pazarlamanın özelliklerinden biridir?

Cevap: Açık seçik gerçekleri anlatır

36.

I. Dış yönlendirme

II. Uyum stratejileri

III. Eylem planları

IV. Yönetmelik eylem

Yukarıdakilerden hangileri Swayne ve arkadaşları (2006) tarafından geliştirilen Stratejik Yönetim Modelinin stratejik planlama basamağında yer alır?

Cevap: II ve III

37. Stratejik pazarlama planlama sürecinin ilk aşaması aşağıdakilerden hangisidir?

Cevap: Planlamayı planlama

38. Toplum hastalık etkenlerinden uzak tutmaya veya bu etkenlerin yok edilmesine yönelik hizmetleri kapsar.

Yukarıdaki cümlede boş bırakılan yeri aşağıdakilerden hangisi doğru şekilde tamamlar?

Cevap: Koruyucu sağlık hizmetleri

39. "Pazarlama araştırmasının temel işlevi araştırma pazarlamanın başlangıç noktasıdır....." Pazarlama araştırması olmaksızın bir pazara giren işletme tıpkı kör bir insan gibidir. Cümlesiyle açıklayan kişi aşağıdakilerden hangisidir?

Cevap: P. Kotler.

40. Aşağıdakilerden hangisi fiyatlandırmada dikkate alınması gerekli işletme içi faktörlerden biridir?

Cevap: Pazarlama karması elemanları

41. Aşağıdakilerden hangisi ürün hayat seyrinde yer alan olgunluk döneminin temel özelliklerinden biri değildir?

Cevap: Pazarlama büyüme hızı artmaya başlar

42. Tüketici karar verme sürecinde son basamak aşağıdakilerden hangisidir?

Cevap: Bir sonraki satın alma kararının verilmesi

43. Tüccar araçlar satılmasına yardımcı olduğu malın mülkiyetini üzerine alan araçlardır. Buna göre aşağıdakilerden hangisi tüccar araçlara örnek olabilir?

Cevap: Toptancılar

44. aşağıdakilerden hangisi pazara uyum testi aşamasında yanıtı aranan sorulardan biridir?

Cevap: Müşteriler ürünün sunulduğu yerlere sahip çıkarlar mı?

45. Boston danışmanlar grubu matrisinde Pazar payı yüksek, buna karşılık büyümeleri yavaşlamış hizmetler şeklinde tanımlanan hizmet kategorisi aşağıdakilerden hangisidir?

Cevap: Yıldızlar

46. Aşağıdakilerden hangisi gerilla pazarlama uygulamalarının sağlık hizmetlerinde kullanılmasının olumsuz taraflarından biridir?

Cevap: Sağlık hizmetinin ulaştırılması yereldir

47. Tüketicileri daha iyi anlamak için psikoloji ve demografiyi kullanan bilim aşağıdakilerden hangisidir?

Cevap: Psikografi

48. Aşağıdakilerden hangisi sağlık hizmetlerinde pazarlama ile ilgili yapılan eleştirilerden biri değildir?

Cevap: Yönlendirici olması

49. Özellikle küçük ve orta ölçekli işletmelerin küçük periyodik ama şaşırtıcı ataklarla piyasadaki diğer rakiplerini demoralize edip piyasada bir yer edinmesi prensibine dayanan pazarlama çeşidi aşağıdakilerden hangisidir?

Cevap: Gerilla pazarlaması

50. aşağıdakilerden hangisi SERVQUAL hizmet kalitesi ölçeğinin boyutları arasında yer almaz?

Cevap: Erişilebilirlik

51. İlişkisel pazarlama aşağıdaki faaliyetlerden hangisini içermez?

Cevap: Kısa dönemde müşteriye odaklanma

52. Amerikan yetişkinlerini kişisel mizaçları ve temel demografik özelliklerine göre gruplara ayıran bir yöntem olan VALS'a göre aşağıdakilerden hangisi yeteri kadar kaynakları olan grupların içinde yer almaz?

Cevap: Çabalayanlar

53.

- I. müşteri edinme
- II. Müşteri sadakı
- III. Müşteri derinleştirme
- IV. müşteri seçimi

Müşteri ilişkileri yönetiminin evreleri aşağıdakilerden hangisinde doğru şekilde sıralanmıştır?

Cevap: IV-I-II-III

54. Aşağıdakilerden hangisi üreticilerin aracı kuruluşları kullanmalarının sağladığı yararlar arasında yer almaz?

Cevap: Satış faaliyetlerini etkin bir biçimde kontrol edilir

55. Pazarın benzer müşterilerden oluşan kümelere ayrılmasına ne ad verilir?

Cevap: Pazar bölümlendirme

56. Aşağıdakilerden hangisi yeni ürünlerin başarısız olmasında etkili olan faktörlerden biridir?

Cevap: Eşsiz bir ürün geliştirme endişesi

57. Bir işletmenin mal ya da hizmetinin satışını kolaylaştırmak amacıyla üretici ya da pazarlamacı işletmenin denetimi altında yürütülen müşteriye ikna etme amacına yönelik, bilinçli, programlanmış ve eş güdümlü faaliyetlerden oluşan iletişim sürecine ne ad verilir?

Cevap: Tutundurma

58. Geniş anlamda Üretilen mal ve hizmetlerin tüketicilere ulaştırılması için yürütülen faaliyetlerin tamamını ifade etmek için kullanılır.

Yukarıdaki cümlede boş bırakılan yeri aşağıdakilerden hangisi doğru şekilde tamamlar?

Cevap: Dağıtım

59. Pazarlanan ürün veya hizmetin tüketicinin istediği yerde satılmasının faydasına ne ad verilir?

Cevap: Yer faydası

60. Ana binasında klinik hizmetleri veren bir sağlık kurumu evde poliklinik hizmetleri de sunmaktadır.

Bu sağlık kurumu aşağıdaki farklılaştırma stratejilerinden hangisini uygulamaktadır?

Cevap: Kanal farklılaştırma

61. "İşletme tarafından sunulan mal, hizmet ve fikirlerdir. Fiyat dağıtım ve tutundurmada oluşan pazarlama karmasının temelini oluşturmaktadır."

Yukarıdaki cümlede boş bırakılan yeri aşağıdakilerden hangisi doğru tamamlar?

Cevap: Ürün



@anadoluanagrup



AKREP KRAL ve EKİBİ