

Reklam Kampanya Analizi

1. Bütünleşik pazarlama iletişim faaliyetlerinin tamamı üzerinden hizmet verebilme kapasitesine sahip olan reklam ajansı..... olarak tanımlanır
Tam Hizmet Ajansı
2. Hangisi marka değeri ile ilgili değildir? **(bakılacak)**
Marka Verimlilik
3. Reklam kampanyasının geliştirilmesi sırasında reklam henüz çıkmadan ve hatta uygulama geçilmeden önce yapılan testlere ne ad verilir?
Reklam öncesi etkililik ölçümleri
4. Marka veya ürünle doğrudan veya dolaylı olarak ilişkili mesajlar taşıyan bir içeriğin internet ortamında kullanıcılar arasında adeta bir virüs gibi yayılmasıyla ortaya çıkan pazarlama türü?
Viral pazarlama
5. OECD nin ortaya koyduğu ayırt edici özelliklere göre kullanıcının ürettiği içeriğe bir örnek değildir?
Kullanıcıların bir televizyon showunu kopyalayıp çevirim için bir video sitesine yüklemesi
6. Marka kimliği oluşturmak reklamın aşağıdaki amaçlarından hangisi ile ilgilidir?
Bilişsel
7. Marka konumlandırmanın amaçlarından biridir?
Markayı hedeflenen zihinlerde rekabetçi bir üstünlük taşıyan konuma yerleştirmek
8. Reklam ajansında genel olarak reklam yazarları ve sanat yönetmenlerinin görev aldığı bölüm?
Yaratıcı bölüm
9. Sponsorluğun giderek önem kazanmasının nedenleri arasında yer almaz?
Kitlesel medya ile gerçekleştirilen iletişimin giderek ucuzlaması
10. Genellikle yeni çıkan ya da dikkat çekilmek istenen ürün ya da bir kampanya için özel olarak tasarlanan, asıl siteye göre daha az konu ve bilgi odaklı bilgi içeren web sitelerine ne ad verilir?
Mikro site
11. Ürüne yönelik satın alma eyleminin yönünü ve bu konudaki tutumlardaki değişimi ölçmek üzere yapılan ölçümlerden biridir?
Hatırlama testleri bakılacak
12. Gerilla reklamcılığın amaçlarından biridir?
Tüketiciyi beklemediği bir yerde yakalamak
13. Ramazan ayında gıda ürünü reklamlarının artması medya planlama ve zamanlamanın aşağıdaki özelliklerinden hangisi ile ilgilidir?
Özel günler

14. Hangisi reklamın iletişim amaçlarından birisidir?

Ürün ile ilgili hedef kitleyi belirlemek

15. Hangisi pazarlama iletişimi spektrumunu oluşturan tüketici karar alma sürecinin basamaklarından biri değildir?

Durum analizi

16. İnternette herhangi bir ürün ya da marka ile ilgili yazılan yazılar ya da yorumlar aşağıda verilen araştırma türlerinden hangisine örnektir?

Davranışsal veri

17. Reklam verenin sadece kendisine hizmet etmesi amacıyla kurulan ve bu doğrultuda faaliyet gösteren ajanslara ne denir?

Kurum içi reklam ajansı

18. Kişiler ile kurumlar mesafe ve zamandan bağımsız olan birbiriyle doğrudan iletişim kurabilmeleri yeni medyanın aşağıdaki özelliklerinden hangisi ile ilgilidir?

Etkileşim

19. Tüketicin ürettiği reklam metninin, markanın resmi mesajıyla uyumlu olması ancak alt metnin açıkça olumsuz ifadeler içermesi tüketicinin ürettiği reklam türlerinden hangisi ile ilgilidir?

Yıkıcı

20. Reklam etkililiğinin ölçülmesi ile ilgili aşağıdaki ifadelerden hangisi yanlıştır.

Genel olarak reklamın verimliliğini artırır. (Bakılacak)

21. Hangisi amaca yönelik amaca yönelik pazarlamanın avantajlarından biridir?

Ürüne ek bir öneri sunarak satışlar üzerinde hızlı bir etki gösterebilir

22. Hangisi markanın tüketici belleğinde sahip olduğu izlerin gücü olarak temelde marka tanınırlığını ve marka hatırlanabilirliğini içerir?

Marka Farkındalığı

23. Markanın açıkça görüldüğü veya duyulduğu ancak program içeriği ile bir bütünlük arz etmediği ürün yerleştirme stratejisi hangisidir?

Bütünleşmemiş açık yerleştirme

24. Bir reklam kampanyasının hedef kitlenin ne kadarına ulaşacağı, hangi reklam ortam ve araçlarının kullanılacağı ve reklam kampanyasının ne kadar süre yayında kalacağı gibi sorulara yanıt aranan aşaması hangisidir?

Medya Planlama

25. Hangisi bir medya planlamacısının yakından takip etmesi gereken konulardan biri değildir?

Reklam verenlerin sayısı

26. Açık hava mecrası ile ilgili hangisi doğrudur?

Açık hava reklamları çok sayıda kişiye düşük maliyet ile ulaşmaktadır (Bakılacak)

27. Ölçeksiz ağlarda çok sayıda bağlantısı olan birimlerin daha fazla bağlantı elde ederken birçok birimin çok az sayıda bağlantıya sahip olması internette zenginlerin daha zenginleşip fakirlerin daha fakirleşmesi etkisi diye adlandırılan internet ağları temel kuralı hangisidir?

Ağlardaki güç kuralı

28. Hangi yeni medya ile geleneksel medya arasındaki farklılıklardan biri değildir?

Yeni medyada her kopyada bir miktar kalite kaybı yaşanır

29. Tüketicilerin sahip oldukları duygular, motivasyon kaynakları ve tutumlar satın alma davranışını etkileyen faktörlerden hangisi ile ilgilidir?

Psikolojik faktörler

Reklam Kampanya Analizi

Soru 1: Bir imaj, şekil ya da sesin matematiksel fonksiyonlarla ifade edilebilmesi yeni medyanın aşağıdaki özelliklerden hangi ile ilgilidir?

Cevap 1: Kod çevrimi

Soru 2: Ölçeksiz ağlarda çok sayıda bağlantısı olan birimlerin daha da fazla bağlantı elde ederken birçok birimin çok az sayıda bağlantıya sahip olması, internette zenginlerin daha zenginleşip fakirlerin daha fakirleşmesi etkisi diye de adlandırılan internet ağları temel kuralı aşağıdakilerden hangisidir?

Cevap 2: Ağlardaki güç kuralı

Soru 3: Aşağıdakilerden hangisi reklamın iletişim amaçlarından biridir?

Cevap 3: Ürünle ilgili hedef kitleyi bilgilendirmek

Soru 4: Özellikle televizyon için uygun olan medya planı stratejisi aşağıdakilerden hangisidir?

Cevap 4: Çepeçevre

Soru 5: Aşağıdakilerden hangisi itme stratejisinin hedeflerinden biridir?

Cevap 5: Medya

Soru 6: Aşağıdakilerden hangisi reklamın iletişim etkisini laboratuvar ortamında ölçen uygulamalardan biri değildir?

Cevap 6: Anket yönetimi

Soru 7:Ürünün gerçek yaşamda kullanılmasının sonucu elde edilen yararların ifade edildiği yaratıcı strateji taktiği aşağıdakilerden hangisidir?

Cevap 7:Yaşam Kesiti

Soru 8: Aşağıdakilerden hangisi medya planı amaçlarını doğrudan etkileyen faktörler arasında yer almaz?

Cevap 8: Reklam veren

Soru 9: Aşağıdakilerden hangisi Pazarlama İletişimi Spektrumu' nu oluşturan tüketici karar alma sürecinin basamaklarından biri değildir?

Cevap 9: Durum Analizi

Soru 10: Açık hava mecrası ile ilgili aşağıdaki ifadelerden hangisi doğrudur?

Cevap 10: Açık hava reklamları çok sayıda kişiye düşük maliyetle ulaşmaktadır.

Soru 11: Aşağıdakilerden hangisi ürüne yönelik satın alma eyleminin yönünü ve bu konudaki tutumlardaki değişimi ölçmek üzere yapılan ölçümlerden biridir?

Cevap 11: Deneme pazarı yönetimi

Soru 12: Ramazan ayında gıda ürünü reklamlarının artması medya planlama ve zamanlamanın aşağıdakilerden hangisiyle ilgilidir?

Cevap12: Özel günler

Soru 13: Marka ya da ürünle doğrudan veya dolaylı olarak ilişkili mesajlar taşıyan bir içeriğin internet ortamında kullanıcılar arasında adeta bir virüs gibi yayılmasıyla ortaya çıkan pazarlama türü aşağıdakilerden hangisidir?

Cevap 13 : Viral Pazarlama

Soru 14: Reklam verenin sadece kendisine hizmet etmesi amacıyla kurulan ve doğrultuda faaliyet gösteren ajanslara ne ad verilir?

Cevap14: Kurum içi reklam ajansı

Soru 15:

- I. Kitlelere görsel – işitsel yapıyla ulaşır.
- II. TV reklamlarının üretilmesi çoğunlukla diğer
- III. TV reklam yayın bedelleri düşüktür
- IV. Kanal sayısı ve yayın kitlesiyle reklamların farklı...

Geleneksel medya mecralarından televizyonla ilgili yukarıdaki ifadelerden hangileri doğrudur?

Cevap 15: I ve IV

Soru 16: Aşağıdakilerden hangisi sponsorluğun amaçlarından biri değildir?

Cevap 16: Farklı bir mesaj içeriği ile reklam kirliliğini aşmak

Soru 17: Aşağıdakilerden hangisi markanın tüketici belleğinde sahip olduğu izlerin gücü olarak temelde marka tanınırlığını ve marka hatırlanırılığını içerir?

Cevap 17:Marka Farkındalığı

Soru 18:----- bir grup insanın önceden haberleşerek belirli eylem için bir araya gelmeleri ve genellikle çok özel bir amacı olmayan bir eylemi gerçekleştirip ortadan kaybolmaları şeklinde açıklanabilir.

Yukarıdaki cümlede boş bırakılan yeri aşağıdakilerden hangisi doğru şekilde tamamlar?

Cevap 18: FlashMob

Soru 19 : Tüketicilerin sahip oldukları duygular, motivasyon kaynakları ve tutumlar satın alma davranışını etkileyen faktör?

Cevap19 : Psikolojik Faktörler

Soru 20: Aşağıdakilerden hangisi durum analizi sürecinde analiz edilen sosyal ve çevresel faktörlerden biridir?

Cevap 20: Kültür

Soru 21:Bireyin isteklerini bilgi ve becerilerini geliştirme ihtiyacı Maslow'un ihtiyaç kategorilerinden hangisiyle ilgilidir?

Cevap 21: Kendini gerçekleştirme ihtiyacı

Soru 22: Reklam ajansında genel olarak reklam yazarları ve sanat yönetmenlerinin görev aldığı bölüm aşağıdakilerden hangisidir?

Cevap 22: Yaratıcı Bölüm

Soru 23: Aşağıdakilerden hangisi ürün yerleştirme uygulamasının avantajlarından biri değildir?

Cevap 23: Ürün ya da marka tüketiciler tarafından...

Soru 24: Aşağıdakilerden hangisi tüketicinin ürettiği reklamının pazarlama sektöründe giderek daha fazla dikkat çekmesinin nedenleri arasında yer almaz?

Cevap 24 : Markayla ilişkili içerik oluşturmada ...

Soru 25 : Aşağıdakilerden hangisi sponsorluğun giderek önem kazanmasının nedenleri arasında yer almaz?

Cevap 25: Kitlesele medya ile gerçekleştirilen iletişimin giderek ucuzlaması

Soru26: Reklamın tekrar edilmediği zaman işlevini yitirmesi reklam etkinliğinin ölçülmesinde ortaya çıkan etkilerden hangisi ile ilgilidir?

Cevap 26: Çürüme etkileri

Soru 27:Aşağıdakilerden hangisi yeni medya ve geleneksel medya arasındaki farklılıklardan biri değildir?

Cevap 27: Yeni medyada her kopyada bir miktar kalite kaybı yaşanır

Soru 28: Aşağıdakilerden hangisi Ağın Söyleyiş Kuralını tanımlar?

Cevap 28: Ağ toplumlarında ilişkilerin bağlantılı oldukları birimler veya ağlardan daha önemli hale..

Soru 29: Reklam stratejisinin belirlenmesine yönelik klasik yaklaşımda süreç aşağıdakilerden hangisi ile başlar?

Cevap 29: Tüketici ihtiyaç ve isteklerinin belirlenmesine yönelik ve bunların ürünlerle uyumlandırılması

Soru 30: Hedef kitlesi için tutsak benzetmesi yapılan reklam mecrası aşağıdakilerden hangisidir?

Cevap 30: Sinema

Soru 31: Reklamın tekrar edilmediği zaman işlevini yitirmesi reklam etkinliğinin ölçülmesinde ortaya çıkan etkilerden hangi ile ilgilidir?

Cevap 31 : Çürüme Etkileri

Soru 32: Aşağıdakilerden hangisi pazarlama amaçlı halka ilişkilerin hedeflerinden biri değildir?

Cevap 32: Heyecan oluşturmak

Soru 33: AIEE stratejisinde markanın kullanıcı kişiliği ya da yaşam tarzıyla ilişkilendirildiği bölüm?

Cevap 33 : İmaj

Soru 34 : Tüketicilerin ürün ya da hizmetin farkında oldukları, markayı bildikleri, ambalajı ya da ürün özelliklerini tanıdıkları ve bir düzeyde bilgi sahibi olduğu Pazarlama iletişimi spektrumu basamağı aşağıdakilerden hangisidir?

Cevap 34 : Farkında olma

Soru 35 : Reklam kampanyasında durum analizinin son aşaması aşağıdakilerden hangisidir?

Cevap 35: Swot Analizi