

1. Aşağıdakilerden hangisi iletişim sürecinin elemanları arasında yer almaz?

- A) Mesaj
- B) Geri bildirim
- C) Kanal
- D) Alıcı
- E) Referans çevresi

2. Aşağıdakilerden hangisi reklamın temel amaçları arasında yer almaz?

- A) Bilgi vermek
- B) İkna etmek
- C) Bütçe olanaklarını artırmak
- D) Hatırlatmak
- E) Pekiştirmek

3. Parasal ya da diğer bir yol ile bir aktiviteye, bir organizasyona ya da bir programa ticari bir amaç doğrultusunda yatırım yapılmasına ne ad verilir?

- A) Kişisel satış
- B) Reklam
- C) Doğrudan pazarlama
- D) Sponsorluk
- E) Dijital iletişim

4. Sponsorluğun tüketiciler üzerindeki ikna etme gücünü etkileyen unsurlar arasında aşağıdakilerden hangisi yer almaz?

- A) Bağın süresi
- B) Satış potansiyeli
- C) Bağın gücü
- D) Bağdan dolayı tüketicilerin algılamalarında meydana gelen değişiklik
- E) Bağdan dolayı tüketicilerin duydukları minnettarlık

5. Kâr amacı güden ya da gütmeyen kurumların ya da bireylerin amaçlarına ulaşmasında etkili olabilecek gruplar ile ilişkilerini düzenlemeye yönelik pazarlama iletişimi faaliyeti aşağıdakilerden hangisidir?

- A) Kişisel satış
- B) Reklam
- C) Doğrudan pazarlama
- D) Sponsorluk
- E) Halkla ilişkiler

6. I. Bir hatırlatıcı rolü oynayıp marka farkındalığını uyarak satın almayı ve markanın kullanımını sağlar; olumlu bir tutum yaratır.  
II. Sonraki reklamlarla tutumu pekiştirir.  
III. Markanın, penetrasyonunu ve satın alma sıklığını artırır, rakiplerle rekabet içerisindeyken sürdürülebilmesi için mevcut durumunu korumada savunmacı bir rol oynar.

Yukarıdakilerden hangileri Ehrenberg'e göre reklamın işlevleri arasında yer alır?

- A) I ve II
- B) I, II ve III
- C) I ve III
- D) Yalnız I
- E) II ve III

7. Aşağıdakilerden hangisi reklamı yapanlar açısından reklam türleri arasında yer almaz?

- A) Üretici reklamı
- B) Siyasal reklam
- C) Endüstriyel reklam
- D) Aracı reklamı
- E) Kâr amacı gütmeyen kuruluşların reklamı

8. Aşağıdakilerden hangisi AIDA Modeli'nde yer almaz?

- A) Denetim
- B) Dikkat
- C) İlgi
- D) Arzu
- E) Eylem

9. Aşağıdakilerden hangisi Batra, Myers ve Aaker'e göre reklam hedefleri arasında yer almaz?

- A) Ürünü takip ürünlerle karşılaştırmak
- B) Ürünün nereden satın alınabileceğini açıklamak
- C) Marka farkındalığı ve imajı oluşturmak
- D) Üretim maliyetlerini azaltmak
- E) İşletmenin saygınlığını artırmak

10. Coğrafi açıdan reklam türleri arasında aşağıdakilerden hangisi yer alır?

- A) Gizli reklam
- B) Global reklam
- C) Bilgisel reklam
- D) Seçici talep reklamı
- E) Ticari reklamlar

11. Aşağıdakilerden hangisi pazarlama amaçlı halkla ilişkilerin gelişimini sağlayan koşullar arasında yer almaz?

- A) Halkla ilişkilerin büyük ve kârlı bir iş haline gelmesi
- B) Akademik çevrelerin, halkla ilişkilere daha büyük bir ilgi göstermesi
- C) Şirketlerin pazarlama amaçlı halkla ilişkilerin artan öneminin farkına varmaları
- D) Halkla ilişkilerin, pazarlama ve medya işinde artan bir öneme sahip olması
- E) İnternet ortamında yapılan satışların artması

12. Finansal halkla ilişkiler çalışanları bir dizi iletişim etkinliğinden sorumludurlar.

**Aşağıdakilerden hangisi bu etkinlikler arasında yer almaz?**

- A) Yıllık rapor
- B) Proxy mailler
- C) Görüşme çağrıları
- D) Özkaynak değişim tabloları
- E) Medya ilişkileri ve medya izleme

13. I. Hak verme  
II. Güçlendirme  
III. İnternet müdahalesi  
IV. Kriz yönetimi  
V. Olumsuz duyuruma cevap verme

**Yukarıdakilerden hangileri proaktif stratejiler arasında yer alır?**

- A) I, II ve III
- B) III, IV ve V
- C) II, III ve IV
- D) I, III, IV ve V
- E) I, II, III, IV ve V

14. Aşağıdakilerden hangisi kriz yönetiminin basamakları arasında yer almaz?

- A) Herhangi bir kriz için ön hazırlık
- B) Krizin gerçekliğini anlamak
- C) Krizi kontrol altına almak
- D) Krizi çözümlenmek
- E) Krizi yok saymak

15. Halkla ilişkiler programında yer alacak bir iletişimde bulunması gereken özellikler arasında aşağıdakilerden hangisi yer almaz?

- A) İnanırcılık
- B) Gizlilik
- C) Hedef kitlenin kapasitesi
- D) İçerik
- E) İletişim kanalları

16. Aşağıdakilerden hangisi günümüz satışçıların farklı görev ve rolleri arasında yer almaz?

- A) Şirket ortağı
- B) Alıcı-satıcı ekip koordinatörü
- C) Bilgi toplayıcı
- D) Satışları öngörücü
- E) Pazarı analiz etme ve planlama

17. Aşağıdakilerden hangisi perakende satışın kategorileri arasında yer almaz?

- A) Dükkan ve mağazalarda satış
- B) Kişisel satış ve hizmetler
- C) Tele pazarlama
- D) Diğer perakende satış faaliyetleri
- E) İşletmeden işletmeye satış

18. Satış sürecinde özellikle sunuş aşamasında satışçıların yararlanabileceği modeller arasında aşağıdakilerden hangisi yer almaz?

- A) Etki-tepki modeli
- B) İhtiyaç tatmini modeli
- C) Problem çözümü teorisi
- D) AIDA modeli
- E) Kitlik modeli

19. Aşağıdaki satış süreci adımlarının hangisinde finansman sağlamak, siparişin adımlarını takip etmek, ürünü sevk etmek gibi faaliyetler yapılır?

- A) İlginin yaratılması
- B) Satın alma aşaması
- C) Satışın hemen sonrası
- D) Satın alma öncesi
- E) Satın alma sonrası ve devamı

20. Aşağıdakilerden hangisi kişisel satışın güçlü yönleri arasında yer almaz?

- A) Yüz yüze iletişime dayalı olduğu için müşteriye ikna etme düzeyinin yüksek olması
- B) Müşterilere ayrıntılı ve kapsamlı bilgiler verebilme, kolay algılanamayan ürünleri açıklayabilme olanağı sağlaması
- C) Kişiler arası iletişime ve etkileşime dayalı olduğu için kişileri gözleyebilme ve böylece mesajları kişilerin ihtiyaçlarına uyarlayabilme olanağı sağlaması
- D) Kişisel satış çabaları için diğer iletişim araçlarına göre daha yüksek maliyete katlanması
- E) Müşteriler ile satış ilişkisinden arkadaşlık ilişkisine kadar uzanan bir yelpazede ilişkiler kurabilme ve müşterilerle uzun dönemli ilişkileri sürdürebilmeye olanak sağlaması

LİDGER yayınları

CEVAP ANAHTARI			
1	E	11	E
2	C	12	D
3	D	13	A
4	B	14	E
5	E	15	B
6	B	16	A
7	C	17	E
8	A	18	E
9	D	19	C
10	B	20	D