

## MARKA VE YÖNETİMİ

A

2017 BAHAR DÖNEM SONU - A

1. Az gelişmiş ülkelerde bölümlenme genellikle aşağıdaki ölçütlerden hangisine göre yapılır?

- A) Yaşam tarzı
- B) Fiyat ve ürün yapısı
- C) Dağıtım kanalı
- D) Cinsiyet
- E) Eğitim

2. Pazar araştırmasının son basamağı aşağıdakilerden hangisidir?

- A) Karar verme
- B) Bulguları sunma
- C) Araştırma planı geliştirme
- D) Bilgiyi analiz etme
- E) Bilgi toplama

3. Bir pazarlama departmanının organizasyon şemasında en üst basamakta yer alan unvan aşağıdakilerden hangisidir?

- A) Kategori müdürü
- B) Pazarlama direktörü
- C) Satış yöneticisi
- D) Marka uzmanı
- E) Marka yöneticisi

4. Fabrikada üretilen, fiziksel özellikleri ve somut faydaları olan nesne ya da hizmete ne ad verilir?

- A) Pazarlama
- B) Reklam
- C) Satış
- D) Marka
- E) Ürün

5. FCB Grid Algoritması'na göre aşağıdakilerden hangisi "yüksek ilginlik/düşünme" çeyreğinde yer alır?

- A) Mücevherat
- B) Sigara
- C) Benzin
- D) Araba
- E) Ev temizleyicileri

6. 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 perspektifler arasında yer alır?

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

7. Aşağıdakilerden hangisi Marka Kişiliği Skalası'nın uzmanlık grubu altında ele alınan özelliklerden biridir?

- A) Dışa dönük
- B) Neşeli
- C) Dürüst
- D) Cesur
- E) Zeki

8. Davranışın bilinçsiz dürtülerle yönetildiği fikrini veren geleneksel reklam teorisi aşağıdakilerden hangisidir?

- A) Ekonomik Teori
- B) Duyarlı Teori
- C) Kültürel Teori
- D) Psikolojik Teori
- E) Sosyal Teori

9. Bir ürün ya da hizmetten tüketicilerin temel beklentilerini ve önceliklerini ifade eden kavrama ne ad verilir?

- A) Kişisel fayda
- B) Duygusal fayda
- C) Fiziksel fayda
- D) İlginlik
- E) İdeal ürün profili

10. Aşağıdakilerden hangisi doğru bir hedef izleyici tanımının içerdiği unsurlardan biri değildir?

- A) Sorunlar, ihtiyaçlar
- B) Ürüne ve kategoriye karşı tavırlar
- C) Kültürel çevre
- D) Demografik veriler
- E) Alışkanlıklar, ürün kullanımı

11. Temelde markaların da insanlar gibi belli özelliklere, duygulara ya da izlenimlere sahip olduğu varsayımına dayanan kavram aşağıdakilerden hangisidir?

- A) Marka çağrışımları
- B) Marka kimliği
- C) Marka konumlandırma
- D) Marka kişiliği
- E) Marka denkliği

12. Marka Piramidi Modeli'nin temel kavramlarından biri olan, markanın genetik kodunu oluşturan ve zaman içerisinde sabit kalan kavram aşağıdakilerden hangisidir?

- A) Markanın fiziksel görünümü
- B) Marka yansımaları
- C) Marka özü
- D) Marka teması
- E) Marka tarzı

13. Aşağıdakilerden hangisi spor pazarlamasının 4P kavramı içerisinde yer almaz?

- A) Tüketici
- B) Ürün
- C) Fiyat
- D) Tutundurma-iletişim
- E) Dağıtım

14. Seçmen ihtiyaç ve beklentilerini gerçekleştirmeye aday kişi ya da partilerin ve onların programlarının seçmene tanıtılması ve tutundurulması ile ilgili her türlü faaliyete ne ad verilir?

- A) Siyasal gündem
- B) Siyasal kimlik
- C) Siyasal konumlandırma
- D) Siyasal pazarlama
- E) Siyasal hedefleme

15. Seçmenlerin kendilerini, kişilik özellikleri, toplumsal sınıf ya da inançları açısından adayla benzer özelliklere sahip oldukları inancına dayanan kavrama ne ad verilir?

- A) Özdeşleşme
- B) Çekicilik
- C) Güvenilirlik
- D) Benzerlik
- E) İnanılabilirlik

16. Bir şehir, bölge ya da ülkenin mesaj ve deneyimlerini farklı, akılda kalıcı, etkileyici ve beğeni toplayan unsurlarıyla bağdaştırıp sunmaya ne ad verilir?

- A) Destinasyon pazarlama
- B) Kültürel pazarlama
- C) Sosyal pazarlama
- D) Gerilla pazarlama
- E) Amaca yönelik pazarlama

17. Gelecekteki satış ve kâr beklentisini sunan markaya ne ad verilir?

- A) Kilit marka
- B) Gümüş nişan
- C) Stratejik marka
- D) Fayda markası
- E) Sihirli değnek

18. Aşağıdakilerden hangisi onaylayıcı marka mimarisinin avantajlarından biridir?

- A) Bireysel ürün etrafında yüksek seviyede inandırıcılık ve odaklanma yaratması
- B) Uzmanlaşmayı ve uzmanlığı vurgulaması
- C) Rekabetçi ve geniş pazar alanında açıklık ve istikrar kazandırması
- D) İletişime basitlik katması
- E) Bölümlere ayrılmış marka kaynaklarını yönetmek için basitlik sunması

19. Bir firmanın yeni bir ürünü piyasaya sunmak için sahip olduğu güçlü bir markayı kullanmasına ne ad verilir?

- A) Marka rolleri
- B) Marka kişiliği
- C) Marka genişlemesi
- D) Marka denkliği
- E) Marka konumlandırma

20. Markalar ve bağlamlar arasındaki ilişkiyi gösteren görsel sunum modellerine ne ad verilir?

- A) Portföy rolleri
- B) Portföy grafikleri
- C) Marka gruplaması
- D) Marka çağrışımları
- E) Marka sınıflaması

2017 BAHAR DÖNEM SONU - A

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

Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Sistemi  
2016-2017 Bahar Dönemi  
Dönem Sonu Sınavı

## MARKA VE YÖNETİMİ

B

2017 BAHAR DÖNEM SONU - B

1. Bir pazarlama departmanının organizasyon şemasında en üst basamakta yer alan unvan aşağıdakilerden hangisidir?

- A) Marka yöneticisi
- B) Kategori müdürü
- C) Pazarlama direktörü
- D) Marka uzmanı
- E) Satış yöneticisi

2. Az gelişmiş ülkelerde bölümlenme genellikle aşağıdaki ölçütlerden hangisine göre yapılır?

- A) Fiyat ve ürün yapısı
- B) Yaşam tarzı
- C) Dağıtım kanalı
- D) Cinsiyet
- E) Eğitim

3. Pazar araştırmasının son basamağı aşağıdakilerden hangisidir?

- A) Bulguları sunma
- B) Bilgiyi analiz etme
- C) Araştırma planı geliştirme
- D) Bilgi toplama
- E) Karar verme

4. Fabrikada üretilen, fiziksel özellikleri ve somut faydaları olan nesne ya da hizmete ne ad verilir?

- A) Satış
- B) Reklam
- C) Ürün
- D) Marka
- E) Pazarlama

5. 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 perspektifler arasında yer alır?

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

6. Aşağıdakilerden hangisi doğru bir hedef izleyici tanımının içerdiği unsurlardan biri değildir?

- A) Sorunlar, ihtiyaçlar
- B) Alışkanlıklar, ürün kullanımı
- C) Kültürel çevre
- D) Ürüne ve kategoriye karşı tavırlar
- E) Demografik veriler

7. Bir ürün ya da hizmetten tüketicilerin temel beklentilerini ve önceliklerini ifade eden kavrama ne ad verilir?

- A) İdeal ürün profili
- B) Fiziksel fayda
- C) Duygusal fayda
- D) Kişisel fayda
- E) İlginlik

8. Davranışın bilinçsiz dürtülerle yönetildiği fikrini veren geleneksel reklam teorisi aşağıdakilerden hangisidir?

- A) Duyarlı Teori
- B) Ekonomik Teori
- C) Sosyal Teori
- D) Psikolojik Teori
- E) Kültürel Teori

9. Marka Piramidi Modeli'nin temel kavramlarından biri olan, markanın genetik kodunu oluşturan ve zaman içerisinde sabit kalan kavram aşağıdakilerden hangisidir?

- A) Marka tarzı
- B) Marka teması
- C) Markanın fiziksel görünümü
- D) Marka yansımaları
- E) Marka özü

10. Temelde markaların da insanlar gibi belli özelliklere, duygulara ya da izlenimlere sahip olduğu varsayımına dayanan kavram aşağıdakilerden hangisidir?

- A) Marka kişiliği
- B) Marka kimliği
- C) Marka konumlandırma
- D) Marka çağrışımları
- E) Marka denklığı

2017 BAHAR DÖNEM SONU - B

11. Aşağıdakilerden hangisi Marka Kişiliği Skalası'nın uzmanlık grubu altında ele alınan özelliklerden biridir?

- A) Neşeli
- B) Zeki
- C) Cesur
- D) Dışa dönük
- E) Dürüst

12. FCB Grid Algoritması'na göre aşağıdakilerden hangisi "yüksek ilginlik/düşünme" çeyreğinde yer alır?

- A) Mücevherat
- B) Benzin
- C) Ev temizleyicileri
- D) Araba
- E) Sigara

13. Aşağıdakilerden hangisi onaylayıcı marka mimarisinin avantajlarından biridir?

- A) İletişime basitlik katması
- B) Bireysel ürün etrafında yüksek seviyede inandırıcılık ve odaklanma yaratması
- C) Rekabetçi ve geniş pazar alanında açıklık ve istikrar kazandırması
- D) Uzmanlaşmayı ve uzmanlığı vurgulaması
- E) Bölümlere ayrılmış marka kaynaklarını yönetmek için basitlik sunması

14. Seçmen ihtiyaç ve beklentilerini gerçekleştirmeye aday kişi ya da partilerin ve onların programlarının seçmene tanıtılması ve tutundurulması ile ilgili her türlü faaliyete ne ad verilir?

- A) Siyasal konumlandırma
- B) Siyasal kimlik
- C) Siyasal pazarlama
- D) Siyasal gündem
- E) Siyasal hedefleme

15. Aşağıdakilerden hangisi spor pazarlamasının 4P kavramı içerisinde yer almaz?

- A) Tüketici
- B) Ürün
- C) Fiyat
- D) Tutundurma-iletişim
- E) Dağıtım

16. Markalar ve bağlamlar arasındaki ilişkiyi gösteren görsel sunum modellerine ne ad verilir?

- A) Marka gruplaması
- B) Marka çağrışımları
- C) Portföy rolleri
- D) Portföy grafikleri
- E) Marka sınıflaması

17. Gelecekteki satış ve kâr beklentisini sunan markaya ne ad verilir?

- A) Gümüş nişan
- B) Stratejik marka
- C) Sihirli değnek
- D) Kilit marka
- E) Fayda markası

18. Bir firmanın yeni bir ürünü piyasaya sunmak için sahip olduğu güçlü bir markayı kullanmasına ne ad verilir?

- A) Marka denkliliği
- B) Marka genişlemesi
- C) Marka kişiliği
- D) Marka konumlandırma
- E) Marka rolleri

19. Seçmenlerin kendilerini, kişilik özellikleri, toplumsal sınıf ya da inançları açısından adayla benzer özelliklere sahip oldukları inancına dayanan kavrama ne ad verilir?

- A) İnanılabilirlik
- B) Güvenilirlik
- C) Benzerlik
- D) Çekicilik
- E) Özdeşleşme

20. Bir şehir, bölge ya da ülkenin mesaj ve deneyimlerini farklı, akılda kalıcı, etkileyici ve beğeni toplayan unsurlarıyla bağdaştırıp sunmaya ne ad verilir?

- A) Sosyal pazarlama
- B) Destinasyon pazarlama
- C) Kültürel pazarlama
- D) Gerilla pazarlama
- E) Amaca yönelik pazarlama

2017 BAHAR DÖNEM SONU - B

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

Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Sistemi  
2016-2017 Bahar Dönemi  
Dönem Sonu Sınavı

## MARKA VE YÖNETİMİ

C

2017 BAHAR DÖNEM SONU - C

1. Az gelişmiş ülkelerde bölümlene genellikle aşağıdaki ölçütlerden hangisine göre yapılır?

- A) Cinsiyet
- B) Yaşam tarzı
- C) Dağıtım kanalı
- D) Fiyat ve ürün yapısı
- E) Eğitim

2. Bir pazarlama departmanının organizasyon şemasında en üst basamakta yer alan unvan aşağıdakilerden hangisidir?

- A) Kategori müdürü
- B) Pazarlama direktörü
- C) Satış yöneticisi
- D) Marka yöneticisi
- E) Marka uzmanı

3. Pazar araştırmasının son basamağı aşağıdakilerden hangisidir?

- A) Karar verme
- B) Bulguları sunma
- C) Bilgi toplama
- D) Araştırma planı geliştirme
- E) Bilgiyi analiz etme

4. Fabrikada üretilen, fiziksel özellikleri ve somut faydaları olan nesne ya da hizmete ne ad verilir?

- A) Reklam
- B) Marka
- C) Satış
- D) Pazarlama
- E) Ürün

5. Marka Piramidi Modeli'nin temel kavramlarından biri olan, markanın genetik kodunu oluşturan ve zaman içerisinde sabit kalan kavram aşağıdakilerden hangisidir?

- A) Marka özü
- B) Marka teması
- C) Marka tarzı
- D) Marka yansımaları
- E) Markanın fiziksel görünümü

6. 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 perspektifler arasında yer alır?

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

7. Aşağıdakilerden hangisi Marka Kişiliği Skalası'nın uzmanlık grubu altında ele alınan özelliklerden biridir?

- A) Neşeli
- B) Zeki
- C) Dürüst
- D) Cesur
- E) Dışa dönük

8. Temelde markaların da insanlar gibi belli özelliklere, duygulara ya da izlenimlere sahip olduğu varsayımına dayanan kavram aşağıdakilerden hangisidir?

- A) Marka kişiliği
- B) Marka kimliği
- C) Marka konumlandırma
- D) Marka çağrışımları
- E) Marka denkliği

9. FCB Grid Algoritması'na göre aşağıdakilerden hangisi "yüksek ilginlik/düşünme" çeyreğinde yer alır?

- A) Mücevherat
- B) Benzin
- C) Araba
- D) Sigara
- E) Ev temizleyicileri

10. Bir ürün ya da hizmetten tüketicilerin temel beklentilerini ve önceliklerini ifade eden kavrama ne ad verilir?

- A) Duygusal fayda
- B) Fiziksel fayda
- C) Kişisel fayda
- D) İdeal ürün profili
- E) İlginlik

2017 BAHAR DÖNEM SONU - C

11. Aşağıdakilerden hangisi doğru bir hedef izleyici tanımının içerdiği unsurlardan biri değildir?

- A) Sorunlar, ihtiyaçlar
- B) Ürüne ve kategoriye karşı tavırlar
- C) Demografik veriler
- D) Alışkanlıklar, ürün kullanımı
- E) Kültürel çevre

12. Davranışın bilinçsiz dürtülerle yönetildiği fikrini veren geleneksel reklam teorisi aşağıdakilerden hangisidir?

- A) Sosyal Teori
- B) Kültürel Teori
- C) Psikolojik Teori
- D) Duyarlı Teori
- E) Ekonomik Teori

13. Aşağıdakilerden hangisi onaylayıcı marka mimarisinin avantajlarından biridir?

- A) Rekabetçi ve geniş pazar alanında açıklık ve istikrar kazandırması
- B) Uzmanlaşmayı ve uzmanlığı vurgulaması
- C) Bölümlere ayrılmış marka kaynaklarını yönetmek için basitlik sunması
- D) İletişime basitlik katması
- E) Bireysel ürün etrafında yüksek seviyede inandırıcılık ve odaklanma yaratması

14. Aşağıdakilerden hangisi spor pazarlamasının 4P kavramı içerisinde yer almaz?

- A) Dağıtım
- B) Ürün
- C) Fiyat
- D) Tutundurma-iletişim
- E) Tüketici

15. Gelecekteki satış ve kâr beklentisini sunan markaya ne ad verilir?

- A) Kilit marka
- B) Gümüş nişan
- C) Fayda markası
- D) Stratejik marka
- E) Sihirli değnek

16. Seçmenlerin kendilerini, kişilik özellikleri, toplumsal sınıf ya da inançları açısından adayla benzer özelliklere sahip oldukları inancına dayanan kavrama ne ad verilir?

- A) Çekicilik
- B) Özdeşleşme
- C) Güvenilirlik
- D) Benzerlik
- E) İnanılabilirlik

17. Markalar ve bağlamlar arasındaki ilişkiyi gösteren görsel sunum modellerine ne ad verilir?

- A) Marka çağrışımları
- B) Marka gruplaması
- C) Portföy grafikleri
- D) Portföy rolleri
- E) Marka sınıflaması

18. Bir şehir, bölge ya da ülkenin mesaj ve deneyimlerini farklı, akılda kalıcı, etkileyici ve beğeni toplayan unsurlarıyla bağdaştırıp sunmaya ne ad verilir?

- A) Destinasyon pazarlama
- B) Kültürel pazarlama
- C) Sosyal pazarlama
- D) Gerilla pazarlama
- E) Amaca yönelik pazarlama

19. Bir firmanın yeni bir ürünü piyasaya sunmak için sahip olduğu güçlü bir markayı kullanmasına ne ad verilir?

- A) Marka denklığı
- B) Marka rolleri
- C) Marka genişlemesi
- D) Marka kişiliği
- E) Marka konumlandırma

20. Seçmen ihtiyaç ve beklentilerini gerçekleştirmeye aday kişi ya da partilerin ve onların programlarının seçmene tanıtılması ve tutundurulması ile ilgili her türlü faaliyete ne ad verilir?

- A) Siyasal gündem
- B) Siyasal konumlandırma
- C) Siyasal hedefleme
- D) Siyasal pazarlama
- E) Siyasal kimlik



2017 BAHAR DÖNEM SONU - C

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

Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Sistemi  
2016-2017 Bahar Dönemi  
Dönem Sonu Sınavı

## MARKA VE YÖNETİMİ

D

2017 BAHAR DÖNEM SONU - D

1. Bir pazarlama departmanının organizasyon şemasında en üst basamakta yer alan unvan aşağıdakilerden hangisidir?

- A) Pazarlama direktörü
- B) Kategori müdürü
- C) Marka yöneticisi
- D) Marka uzmanı
- E) Satış yöneticisi

2. Fabrikada üretilen, fiziksel özellikleri ve somut faydaları olan nesne ya da hizmete ne ad verilir?

- A) Satış
- B) Reklam
- C) Marka
- D) Pazarlama
- E) Ürün

3. Pazar araştırmasının son basamağı aşağıdakilerden hangisidir?

- A) Bilgi toplama
- B) Bilgiyi analiz etme
- C) Bulguları sunma
- D) Karar verme
- E) Araştırma planı geliştirme

4. Az gelişmiş ülkelerde bölümlenme genellikle aşağıdaki ölçütlerden hangisine göre yapılır?

- A) Fiyat ve ürün yapısı
- B) Dağıtım kanalı
- C) Cinsiyet
- D) Yaşam tarzı
- E) Eğitim

5. 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 perspektifler arasında yer alır?

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

6. Davranışın bilinçsiz dürtülerle yönetildiği fikrini veren geleneksel reklam teorisi aşağıdakilerden hangisidir?

- A) Duyarlı Teori
- B) Kültürel Teori
- C) Psikolojik Teori
- D) Sosyal Teori
- E) Ekonomik Teori

7. Aşağıdakilerden hangisi Marka Kişiliği Skalası'nın uzmanlık grubu altında ele alınan özelliklerden biridir?

- A) Cesur
- B) Neşeli
- C) Dürüst
- D) Zeki
- E) Dışa dönük

8. FCB Grid Algoritması'na göre aşağıdakilerden hangisi "yüksek ilginlik/düşünme" çeyreğinde yer alır?

- A) Mücevherat
- B) Ev temizleyicileri
- C) Araba
- D) Benzin
- E) Sigara

9. Bir ürün ya da hizmetten tüketicilerin temel beklentilerini ve önceliklerini ifade eden kavrama ne ad verilir?

- A) Duygusal fayda
- B) İlginlik
- C) İdeal ürün profili
- D) Kişisel fayda
- E) Fiziksel fayda

10. Aşağıdakilerden hangisi doğru bir hedef izleyici tanımının içerdiği unsurlardan biri değildir?

- A) Sorunlar, ihtiyaçlar
- B) Demografik veriler
- C) Kültürel çevre
- D) Ürüne ve kategoriye karşı tavırlar
- E) Alışkanlıklar, ürün kullanımı

11. Temelde markaların da insanlar gibi belli özelliklere, duygulara ya da izlenimlere sahip olduğu varsayımına dayanan kavram aşağıdakilerden hangisidir?

- A) Marka denkliği
- B) Marka kimliği
- C) Marka konumlandırma
- D) Marka çağrışımları
- E) Marka kişiliği

12. Marka Piramidi Modeli'nin temel kavramlarından biri olan, markanın genetik kodunu oluşturan ve zaman içerisinde sabit kalan kavram aşağıdakilerden hangisidir?

- A) Marka tarzı
- B) Marka yansımaları
- C) Marka teması
- D) Markanın fiziksel görünümü
- E) Marka özü

13. Aşağıdakilerden hangisi spor pazarlamasının 4P kavramı içerisinde yer almaz?

- A) Tüketici
- B) Ürün
- C) Fiyat
- D) Tutundurma-iletişim
- E) Dağıtım

14. Seçmenlerin kendilerini, kişilik özellikleri, toplumsal sınıf ya da inançları açısından adayla benzer özelliklere sahip oldukları inancına dayanan kavrama ne ad verilir?

- A) Çekicilik
- B) Özdeşleşme
- C) Güvenilirlik
- D) Benzerlik
- E) İnanılabilirlik

15. Gelecekteki satış ve kâr beklentisini sunan markaya ne ad verilir?

- A) Gümüş nişan
- B) Stratejik marka
- C) Kilit marka
- D) Fayda markası
- E) Sihirli değnek

16. Bir şehir, bölge ya da ülkenin mesaj ve deneyimlerini farklı, akılda kalıcı, etkileyici ve beğeni toplayan unsurlarıyla bağdaştırıp sunmaya ne ad verilir?

- A) Destinasyon pazarlama
- B) Kültürel pazarlama
- C) Sosyal pazarlama
- D) Gerilla pazarlama
- E) Amaca yönelik pazarlama

17. Bir firmanın yeni bir ürünü piyasaya sunmak için sahip olduğu güçlü bir markayı kullanmasına ne ad verilir?

- A) Marka konumlandırma
- B) Marka rolleri
- C) Marka denkliği
- D) Marka genişlemesi
- E) Marka kişiliği

18. Aşağıdakilerden hangisi onaylayıcı marka mimarisinin avantajlarından biridir?

- A) Rekabetçi ve geniş pazar alanında açıklık ve istikrar kazandırması
- B) Uzmanlaşmayı ve uzmanlığı vurgulaması
- C) Bireysel ürün etrafında yüksek seviyede inandırıcılık ve odaklanma yaratması
- D) Bölümlere ayrılmış marka kaynaklarını yönetmek için basitlik sunması
- E) İletişime basitlik katması

19. Seçmen ihtiyaç ve beklentilerini gerçekleştirmeye aday kişi ya da partilerin ve onların programlarının seçmene tanıtılması ve tutundurulması ile ilgili her türlü faaliyete ne ad verilir?

- A) Siyasal konumlandırma
- B) Siyasal pazarlama
- C) Siyasal kimlik
- D) Siyasal hedefleme
- E) Siyasal gündem

20. Markalar ve bağlamlar arasındaki ilişkiyi gösteren görsel sunum modellerine ne ad verilir?

- A) Marka gruplaması
- B) Portföy rolleri
- C) Marka çağrışımları
- D) Portföy grafikleri
- E) Marka sınıflaması

2017 BAHAR DÖNEM SONU - D

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

Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Sistemi  
2016-2017 Bahar Dönemi  
Dönem Sonu Sınavı