

Ünite 11- Turizm Pazarlamasında Pazarlama Karması Elemanlarının Yeri- Soruları

1. Aşağıdakilerden hangisi pazarlama karmasını oluşturan temel dört elemandan biri değildir?

- A - Ürün
- B - Fiyat
- C - Dağıtım
- D - Süreç
- E - Tutundurma

2. Turizm işletmesinin görevlileri tarafından doğrudan yerine getirilen tutundurma faaliyeti aşağıdakilerden hangisidir?

- A - Reklam
- B - Halkla ilişkiler
- C - Satış tutundurma
- D - Kişisel satış
- E - Doğrudan pazarlama

3. Bir otobüs firmasının İstanbul-Ankara arası yolculukta bir gün içinde satamadığı koltuklar, ertesi gün satılamaması, turistik ürünün hangi özelliği ile ilgilidir?

- A - Turizm Ürününün İkame Olanaklarının Fazla Olması
- B - Talebin Zaman ve Mekân İçinde Yoğunlaşması
- C - Turistik Ürünün Stok Edilememesi
- D - Turizm Ürününün Birebir Taklit Edilmesinin Güç Olması
- E - Talebin Aşırı Esnek Olması

4. Turizm ürününün, ekonomik, siyasal, kültürel ve psikolojik etkenlere bağlı olarak çok kısa zamanda değişikliğe uğrayabilmesi, hangi özelliği ile ilgilidir?

- A - Turistik Ürünün Stok Edilememesi
- B - Talebin Aşırı Esnek Olması
- C - Tüketim Yerinin Farklı Olması
- D - Turistik Ürünün Arzının Kısa Dönemde İnelastik Olması
- E - Turizm Ürününün İkame Olanaklarının Fazla Olması

5. kavramı akla, insanların gereksinimlerini karşılayan mal ve hizmetleri getirmektedir. Yukarıdaki boşluğu aşağıdaki ifadelerden hangisi doğru şekilde tamamlar?
- A - Ürün
B - Tanıtım
C - Promosyon
D - Dağıtım
E - Fiyat
6. Aşağıdakilerden hangisi pazarlama karmasını oluşturan elemanlardan birisi değildir?
- A - Ürün
B - Fiyat
C - Dağıtım
D - Tutundurma
E - Teknoloji
7. Turizm İşletmelerinin Benimseyebileceği bilinen ve sık kullanılan kaç tür dağıtım kanal stratejisi vardır?
- A - 2
B - 3
C - 4
D - 5
E - 6
8. Aşağıdakilerden hangisi Turizm işletmelerinin fiyatlama yaparken güttükleri amaçlar arasında sayılamaz?
- A - tedarikçileri savunmak
B - rekabeti karşılamak
C - kâr elde etmek
D - mevcut durumu korumak
E - turizm pazarına nüfuz etmek
9. Turizm işletmeleri, fiyatlama yaparken kaç farklı amaç güdebilirler?
- A - 2
B - 3
C - 4
D - 5
E - 6

10. Aşağıdakilerden hangisi Turizm ürününün yaşam eğrisi aşamaları arasında sayılamaz?

- A - Doğar
- B - Büyür
- C - Agresifleşir
- D - Olgunlaşır
- E - Düşer

11. Turizm ürününün yaşam eğrisi, turistik bir ürünün kaç aşamadan geçtiğini varsaymaktadır?

- A - 2
- B - 3
- C - 4
- D - 5
- E - 6

12. Aşağıdakilerden hangisi Turizm ürününü oluşturan unsurdan biri değildir?

- A - çekicilik
- B - somutluk
- C - etkinlikler
- D - ulaşılabilirlik
- E - imaj

13. Turizm ürününü oluşturan kaç unsurdan bahsedilmektedir?

- A - 2
- B - 3
- C - 4
- D - 5
- E - 6

14. Turistik ürünün özellikleri açısından bakıldığında turistik ürünün kısa dönem arz esnekliği nasıldır?

- A - Esneklik sıfırdan büyüktür
- B - Esneklik Sıfırdan küçüktür
- C - Esneklik sıfırdır
- D - Esneklik bire eşittir
- E - Esneklik birden büyüktür.

15. Aşağıdakilerden hangisi Pazarlama karması elemanları arasında sayılamaz?

- A - Ürün
- B - Fiyat
- C - Dağıtım
- D - Tutundurma
- E - Pazarlama

16. Pazarlama karması temelde kaç elemandan oluşur?

- A - 2
- B - 3
- C - 4
- D - 5
- E - 6

17. Ağızdan ağıza reklam hangi reklam ortamına dahildir?

- A - Görsel-işitsel ortamlar
- B - Yazılı reklam ortamları
- C - Dış mekan araçları
- D - Elektronik reklam ortamları
- E - Diğer reklam ortamları

18. Turizm ürününün yaşam sürecinde, satışların ve rekabetin en yüksek olduğu aşama hangisidir?

- A - Pazara Giriş Dönemi
- B - Büyüme Dönemi
- C - Yatırım Dönemi
- D - Düşüş Dönemi
- E - Olgunluk Dönemi

19. Aşağıdakilerden hangisi turizm pazarlamasında duyurum faaliyetlerini yürütmek için işletmelerin genellikle yararlandıkları çabalardan biri olamaz?

- A - Basın bildirisi
- B - Kişisel satış
- C - Basın konferansı
- D - Eğitici turizm turları
- E - Turizmle ilgili belgesel film gösterimleri

20. Turistik merkezlerin pazardaki hedef kitleye olan yakınlığını ve onlara düşük maliyetle ulaşabilme olanağına ne ad verilir?

- A - Çekicilik
- B - Etkinlikler
- C - Ulaşılabilirlik
- D - İmaj
- E - Turizm işletmeleri

21. Turizm işletmeleri kimi zaman sektörde yaşanan sert rekabetten, ekonomide yaşanan değişimlere bağlı olarak talepteki azalmalardan ve turizm talebini etkileyen çok sayıdaki gelişmeden kendilerini korumak amacıyla da fiyatlama yapması fiyatlamanın hangi amacı altında değerlendirilebilir?

- A - Savunmak
- B - Rekabeti Karşılama
- C - Kâr Elde Etmek
- D - Mevcut Durumu Korumak
- E - Turizm Pazarına Nüfuz Etmek

22. Turizm işletmeleri, yeni bir ürünü pazara sunmak istediklerinde fiyatı yüksek tutabilir. Bu sayede, fiyata karşı çok duyarlı olmayan alıcıların olduğu pazarı ele geçirir ve hızla kâra geçer. Bu uygulamaya ne ad verilir?

- A - Pazara Girme
- B - Psikolojik Fiyatlama
- C - Reklam Amaçlı Fiyatlama
- D - Pazarın Kaymağını Alma
- E - İndirim

23. İşletme, sınırlı sayıda aracından yararlanır. Marka tercihinin önem kazandığı ürünler için uygun bir dağıtım kanalı stratejisidir. Yukarıda açıklaması yer alan dağıtım kanalı stratejisi aşağıdakilerden hangisidir?

- A - Yoğun Dağıtım
- B - Seçici Dağıtım
- C - Ayrıcalıklı (İmtiyazlı) Dağıtım
- D - Dolaylı Dağıtım
- E - Aracılı Dağıtım

24. Anma, kutlama, bayramlaşma, eğitim, ödül verme vb. toplantıların düzenlenmesi hangi tutundurma faaliyeti kapsamında değerlendirilmektedir?

- A - Duyurum
- B - Satış Tutundurma
- C - Reklam
- D - Kişisel Satış
- E - Halkla İlişkiler

25. Aşağıdakilerden hangisi satış tutundurma faaliyetlerinden biri değildir?

- A - Tüketicilere Yönelik Satış Tutundurma Araçları
- B - Aracılara Yönelik Satış Tutundurma Araçları
- C - Satış Elemanlarına Yönelik Satış Tutundurma Araçları
- D - Rakip İşletme Ürünlerini Tercih Eden Müşterilere Yönelik Tutundurma Araçları
- E - Doğrudan Tutundurma Araçları

26. Pazarlama karması elemanlarına 4p adı verilmesi nedeni aşağıdakilerden hangisinde doğru sıralanmıştır?

- A - Produce-price-place-promotion
- B - Product-place-pray-promotion
- C - Product-price-place-promotion
- D - Produce-price-plan-precoution
- E - Produce-pride-place-precoution

27. Aşağıdakilerden hangisi turizmdeki doğrudan dağıtım kanallarındandır?

- A - Tur operatörü
- B - Web sayfası
- C - Seyahat acentası
- D - Otel temsilcileri
- E - Bilgisayarlı rezervasyon sistemleri

28. 120 kişilik bir restorana 200 kişilik talep olmasına hemen cevap verilemiyorsa bu durum turizmin hangi özelliğiyle ilgilidir?

- A - Talebin aşırı esnek olması
- B - Turistik ürün akışının kısa dönemde inelastik olması
- C - Gerçekleşen tüketimin soyut olması
- D - Turistik ürünün stok yapılamaması
- E - Talebin zaman ve mekan içinde yoğunlaşması

29. Gün içinde satılamayan bir otel odasının o günün kaybı olması turistik ürünün hangi özelliğiyle ilgilidir?

- A - talebin aşırı esnek olması
- B - Turistik ürün akışının kısa dönemde inelastik olması
- C - Gerçekleşen tüketimin soyut olması
- D - Turistik ürünün stok yapılamaması
- E - Talebin zaman ve mekan içinde yoğunlaşması

30. İngiliz bir turistin Kaş bölgesindeki bir oteli çok beğenmesine rağmen uzun yolculuk nedeniyle vazgeçmesi turizm ürününü oluşturan hangi unsurla ilgilidir?

- A - Çekicilik
- B - Etkinlikler
- C - Turizm işletmeleri
- D - İmaj
- E - Ulaşılabilirlik

31. Satışların artışında yavaşlama görülmesi turizm ürünü yaşam sürecinin hangi döneminde görülür?

- A - Olgunluk
- B - Pazara giriş
- C - Büyüme
- D - Düşüş
- E - Durağanlık

32. Ekonomik kriz dönemlerinde önlem amaçlı fiyatlama yapmak fiyatlamanın hangi amacıyla ilgilidir?

- A - Savunma
- B - Rekabeti karşılama
- C - Mevcut durumu koruma
- D - Kar elde etme
- E - Pazara nüfuz etme

33. Bir turistik ürünü 100 TL yerine 99.90 TL'ye satmak hangi fiyat politikasıyla ilgilidir?

- A - Reklam amaçlı
- B - Pazara girme
- C - Psikolojik fiyatlama
- D - Pazarın kaymağını alma
- E - İndirim

34. Aşağıdakilerden hangisi turistik ürünü oluşturan unsurlardan biri değildir?

- A - Çekicilik
- B - Etkinlikler
- C - Ulaşılabilirlik
- D - Fiyat
- E - Turizm işletmeleri

35. Bir ülkede yaşanan ekonomik kriz döneminde, otellerin, iç pazara yönelik ürünlerinde talebin koşullarını dikkate alarak fiyatlama yapmaları, fiyatlamanın hangi amacıyla ilgilidir?

- A - Savunmak
- B - Mevcut Durumu Korumak
- C - Turizm Pazarına Nüfuz Etmek
- D - Yatırım Hızını Arttırmak
- E - Arz Esnekliğini Arttırmak

36. Aşağıdakilerden hangisi turistik ürünün özelliklerinden biri değildir?

- A - Gerçekleşen Tüketimin Soyut Olması
- B - Turistik Ürünün Arzının Kısa Dönemde İnelastik Olması
- C - Arzın Aşırı Esnek Olması
- D - Tüketim Yerinin Farklı Olması
- E - Turistik Ürünün Stok Edilememesi

37. Turistik ürünü depolayıp, bekletip bir gün sonra satmanın mümkün olmaması turistik ürünün hangi özelliği ile ilgilidir?

- A - Gerçekleşen Tüketimin Soyut Olması
- B - Turistik Ürünün Arzının Kısa Dönemde İnelastik Olması
- C - Talebin Aşırı Esnek Olması
- D - Tüketim Yerinin Farklı Olması
- E - Turistik Ürünün Stok Edilememesi

38. Girişken yapıda olmayan ve rekabetten çekinen turizm işletmelerinin benimseyebileceği fiyatlama amacı aşağıdakilerden hangisidir?

- A - Rekabeti Karşılama
- B - Savunmak
- C - Kâr Elde Etmek
- D - Mevcut Durumu Korumak
- E - Turizm Pazarına Nüfuz Etmek

39. Satışların ve rekabetin en yüksek olduğu ve bu nedenle satışların artışında yavaşlama görüldüğü, rekabet nedeniyle kârda düşüşün gözlemlendiği aşama turizm ürününün yaşam döngüsü açısından aşağıdakilerden hangisidir?

- A - Başlangıç dönemi
- B - Pazara giriş dönemi
- C - Büyüme dönemi
- D - Olgunluk dönemi
- E - Düşüş dönemi

40. Afyon'un termal turizm ile, Antalya'nın deniz-kum-güneş turizmi ile anılması, turizm ürününü oluşturan unsurlar arasında hangisi ile ilişkilidir?

- A - Çekicilik
- B - Etkinlikler
- C - Ulaşılabilirlik
- D - Turizm İşletmeleri
- E - İmaj

41. Yemek kültürünün, yaşam biçiminin ya da dini inançların benzerliği turizm ürününü oluşturan hangi tür çekicilikler kapsamında değerlendirilir?

- A - Doğal
- B - Ekonomik
- C - Sosyokültürel
- D - Psikolojik
- E - İnsan yapısı

42. Sultan Ahmet Camii, Eyfel Kulesi, Özgürlük Anıtı gibi yapılar turizm ürünü oluşturan hangi tür çekicilikler kapsamında değerlendirilir?

- A - Doğal
- B - Ekonomik
- C - Sosyokültürel
- D - Psikolojik
- E - İnsan yapısı

43. I. Çekicilik

II. Ulaşılabilirlik

III. Kamu kuruluşları

IV. İmaj

Yukarıdakilerden hangisi/leri turizm ürününü oluşturan unsurlar arasında yer alır?

A - Yalnızca I

B - I ve III

C - II ve IV

D - I, II ve IV

E - II, III ve IV

44. "Fiziksel malların aksine, turistik ürünün, turistlerin ikamet ettiği yere dağıtım kanalı aracılığıyla nakledilmesi mümkün değildir." Yukarıda verilen ifadeye göre turizm ürününün temel özelliklerinden biri aşağıdakilerden hangisidir?

A - Gerçekleşen tüketimin soyut olması

B - Talebin aşırı esnek olması

C - Tüketim Yerinin Farklı Olması

D - Turistik ürünün stok edilememesi

E - Talebin zaman ve mekân içinde yoğunlaşması

45. "Turistik ürünün tüketimi çoğunlukla bir ulaşım aracından yararlanma, bir manzarayı seyretme, bir otel odasında konaklama ya da bir temalı parkı ziyaret etme şeklinde gerçekleştiğinden turistik ürünün tüketiminden geriye kalan yalnızca olumlu ya da olumsuz anılar, deneyimler ve hatıralardır." Yukarıda verilen ifadede açıklanmak istenen turizm ürününün temel özelliği aşağıdakilerden hangisidir?

A - Gerçekleşen tüketimin soyut olması

B - Talebin aşırı esnek olması

C - Turistik ürünün stok edilememesi

D - Talebin zaman ve mekân içinde yoğunlaşması

E - Turizm ürününün birebir taklit edilmesinin güç olması

46. I. Turistik ürünün talebinin kısa dönemde inelastik olması

II. Talebin arzının aşırı esnek olması

III. Turizm ürününün ikame olanaklarının fazla olması

IV. Talebin zaman ve mekân içinde yoğunlaşması

Yukarıda verilenlerden hangisi/leri turizm ürününün temel özellikleri arasında yer alır?

A - I ve II

B - III ve IV

C - I, II ve III

D - I, III ve IV

E - II, III ve IV

47. Turizm işletmeleri, yeni bir turizm ürününü pazara sürerken ya da yeni bir pazara açılırken aşağıdakilerden hangisini fiyatlama amacı olarak benimseyebilirler?

- A - Rekabeti Karşılama
- B - Savunmak
- C - Kâr Elde Etmek
- D - Mevcut Durumu Korumak
- E - Turizm Pazarına Nüfuz Etmek

48. Turizm ürünü yaşam süreci içerisinde, satışların ve rekabetin en yüksek olduğu aşama olup; satışların artışında yavaşlama görüldüğü dönem hangisidir?

- A - Pazara giriş
- B - Düşüş
- C - Yendiden canlanma
- D - Olgunluk
- E - Büyüme

49. Aaker'a göre tüketicinin zihninde anlamlı bir şekilde organize olmuş çağrışımlar kümesine ne ad verilir?

- A - Pazarlama
- B - Tutundurma
- C - İmaj
- D - Fiyat
- E - Ürün

50. Festivaller, fuarlar, kongreler, spor organizasyonları, olimpiyatlar turistik ürün içerisinde hangi grupta yer alır?

- A - Çekicilik
- B - Etkinlikler
- C - Ulaşılabilirlik
- D - Turizm işletmeleri
- E - İmaj

51. Aşağıdakilerden hangisi turizm ürününü oluşturan beş unsurdan biri olarak sayılmaz?

- A - Eğitim
- B - Çekicilikler
- C - Etkinlikler
- D - Ulaşılabilirlik
- E - İmaj

52. Aşağıdaki ifadelerden hangisi turistik ürünün belli başlı özellikleri için doğrudur?

- A - Gerçekleşen tüketimin somut olması
- B - Turistik ürünün arzının kısa dönemde elastik olması
- C - Talebin aşırı inelastik olması
- D - Tüketim yerinin farklı olması
- E - Turistik ürünün stok edilebilmesi

53. Kayak otellerinin oda fiyatlarının, kış aylarında diğer aylara göre çok daha yüksek olması hangi fiyatlama politikasıyla ilgilidir?

- A - Garantili Fiyat Uygulaması
- B - Sezonluk Fiyatlama
- C - Reklam Amaçlı Fiyatlama
- D - Pazara Girme
- E - Pazarın Kaymağını Alma

54. Aşağıdakilerden hangisi turizm işletmelerinin yaptığı fiyatlamanın amaçlarından biri değildir?

- A - Kâr elde etmek
- B - Turizm Pazarına Nüfuz Etmek
- C - Mevcut Durumu Korumak
- D - Rekabeti Karşılama
- E - Teknolojiyi geliştirmek

55. I. Tur operatörleri

II. Hava yolları bilet satış acentaları

III. Turizm enformasyon büroları

IV. Otel temsilcileri

V. Bilgisayarları rezervasyon temsilcileri

Aşağıdakilerden hangisinde turizm işletmeleri için dolaylı dağıtımda yer alan perakendeci kuruluşlar doğru olarak verilmektedir?

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

56. Anma, kutlama ve bayramlaşma hangi tutundurma karması araçlarındandır?

- A - Doğrudan pazarlama
- B - Satış tutundurma
- C - Reklam
- D - Halkla İlişkiler
- E - Kişisel satış

57. Bir otel işletmesi, müşterilerine, otelde en az beş gece konaklamaları durumunda SPA merkezinde ücretsiz cilt bakımı uygulaması için kupon vermesi, ne tür bir tutundurma faaliyetidir?

- A - Kişisel satış
- B - Halkla ilişkiler
- C - Reklam
- D - Doğrudan pazarlama
- E - Satış Tutundurma

58. "Bireylerin sürekli olarak yaşamlarını sürdürdükleri konutlarından ayrılışından itibaren başlayıp yeniden evlerine dönmelerine kadar geçen sürede satın aldıkları veya yararlandıkları mal ve hizmetlerin oluşturduğu bir paket veya edindikleri deneyimlerin bir toplamıdır".

Yukarıda tanımı verilen kavram aşağıdakilerden hangisinde doğru olarak verilmiştir?

- A - Turizm ürünü
- B - Meta
- C - Turizm destinasyonu
- D - Turizm pazarlaması
- E - Turizm faaliyeti

59. İşletme yeni bir ürün fikri bulup bunu ürettiğinde başlamaktadır. Henüz satış yoktur ve yatırım harcamaları oldukça fazladır. Satışlar yavaş yavaş artmaktadır. Tanıtım harcamaları yüksektir, bu nedenle henüz kâr elde etme aşamasına geçilmemiştir. Ürünün dağıtımı sınırlıdır ve henüz doğrudan rakip yoktur... Yukarıda açıklanan turizm ürününü yaşam sürecinde hangi aşamadır?

- A - Pazara giriş
- B - Büyüme
- C - Olgunluk
- D - Durgunluk
- E - Düşüş

60. Turistik ürünün artık pazarda benimsendiği, satışlar ve kârlılığın arttığı ancak rakiplerin de sayısının yavaş yavaş artmaya başladığı aşama turizm ürününün yaşam sürecinde hangi aşamayı anlatmaktadır?

- A - Pazara giriş dönemi
- B - Büyüme dönemi
- C - Olgunluk dönemi
- D - Durgunluk dönemi
- E - Düşüş dönemi

61. Turizm işletmeleri, yeni bir ürünü pazara sunmak istediklerinde fiyatı yüksek tutabilir. Bunun bir nedeni de yapılan yatırım maliyetlerinin hızlı bir şekilde geri alınmak istenmesidir. Bu sayede, fiyata karşı çok duyarlı olmayan alıcıların olduğu pazarı ele geçirir ve hızla kâra geçer. Yukarıda hangi fiyat politikası açıklanmıştır?

- A - Pazara Girme
- B - Psikolojik fiyatlama
- C - Pazarın Kaymağını Alma
- D - Reklam amaçlı fiyatlama
- E - Farklı fiyatlama

62. Aşağıdakilerden hangisi paket turu oluşturan ürünler arasında yer aldığına büyük ölçüde rastlanılmamıştır?

- A - Ulaştırma
- B - Konaklama
- C - Mobilya imalatı
- D - Yeme-içme
- E - Eğlence

63. İşletme, sınırlı sayıda aracından yararlanır. Marka tercihinin önem kazandığı ürünler için uygun bir dağıtım kanalı stratejisidir. İşletme, araçlarla uzun vadeli ve iyi ilişkiler kurmakta ve dağıtım kanalı üzerinde daha fazla kontrol olanağına sahiptir. Yukarıda turizm işletmelerinin benimseyebileceği hangi dağıtım kanalı stratejisinden bahsedilmektedir?

- A - Yoğun dağıtım
- B - Seçici dağıtım
- C - Ayrıcalıklı dağıtım
- D - Kârlı dağıtım
- E - Fiziksel dağıtım

64. Belli bir ücret karşılığında bir işletmenin veya hizmetlerinin kitle iletişim araçlarıyla hedef pazardaki tüketicilere ve araçlara tanıtılmasına ne ad verilir?
- A - Pazarlama
 - B - Halkla ilişkiler
 - C - Reklam
 - D - Vizyon
 - E - Lobi faaliyeti
65. bir turizm işletmesinin görevlileri tarafından doğrudan doğruya yerine getirilen ikna edici bir tutundurma faaliyetidir. Yukarıda boş bırakılan yere aşağıdaki seçeneklerden hangisinin getirilmesi uygundur?
- A - Duyurum
 - B - Halkla ilişkiler
 - C - Tanıtım
 - D - Reklam
 - E - Kişisel satış
66. Bir kişi, grup veya örgütün kendisi, ürünleri, yöneticileri hakkında iletişim araçlarında genellikle haber niteliğinde çıkan bilgi, gerçek veya görüşlerdir, basın-yayın kuruluşları aracılığıyla yerine getirilen bir faaliyettir. Yukarıda hangi tutundurma aracı tanımlanmaktadır?
- A - Reklam
 - B - Kişisel satış
 - C - Halkla ilişkiler
 - D - Duyurum
 - E - Doğrudan pazarlama
67. Aşağıdakilerden hangisi Pazarlama karmasının dört temel elemanından biri değildir?
- A - İndirim
 - B - Ürün
 - C - Fiyat
 - D - Dağıtım
 - E - Tutundurma

68. Turizm ürünü, yapısı itibarıylaürün boyutu çok az olan bir üründür. Boş bırakılan yere aşağıdakilerden hangisi gelmelidir?

- A - soyut ürün
- B - somut ürün
- C - ikame ürün
- D - alışveriş
- E - tüketici

69. Bir turizm işletmesinde üretilen bir ürünün tamamen aynı şekilde bir başka ortamda üretilmesi olanaklı olmaması turistik ürünün hangi özelliği ile açıklanabilir?

- A - Turizm Ürününün İkame Olanaklarının Fazla Olması
- B - Gerçekleşen Tüketimin Soyut Olması
- C - Turistik Ürünün Arzının Kısa Dönemde İnelastik Olması
- D - Tüketim Yerinin Farklı Olması
- E - Turizm Ürününün Birebir Taklit Edilmesinin Güç Olması

70. Bir ülke ya da yörenin sahip olduğu tüm doğal, tarihi ve turistik kaynakların bütününe ne ad verilir?

- A - Hizmet
- B - Turistik ürün
- C - Turizm destinasyonu
- D - Turizm çekiciliği
- E - Turizm talebi

71. Aşağıdakilerden hangisinde turistik ürünün temel özelliklerinden biri doğru aktarılmıştır?

- A - Gerçekleşen tüketimin somut olması
- B - Turistik ürünün arzının kısa dönemde elastik olması
- C - Turistik ürünün stok edilebilir olması
- D - Talebin aşırı esnek olması
- E - Turizm ürününün birebir taklit edilebilir olması

72. Aşağıdakilerden hangisi kişisel satışın zayıf yönlerinden biridir?

- A - Müşterinin tepkilerinin anlık olarak gözlenebilmesi
- B - Satış elemanı, kişisel satış sırasında alternatif çözümler üretebilecek esnekliğe sahiptir
- C - Müşteriyle birebir iletişim imkanı dolayısıyla müşterinin ilgi ve dikkatini yüksek tutabilmek
- D - Kişisel satış sırasında iletilmek istenen mesaj, gerekli hâllerde değişken niteliktedir.
- E - Kişisel satış maliyetli bir tutundurma aracıdır. Müşterilere ulaşmak, müşterilerin sürekli yaşadıkları yerlere seyahat etmek ve gerekli hâllerde orada konaklamak, işletmenin bu işe bütçeden önemli bir pay ayırmasını gerektirebilir.

73. Aşağıdakilerden hangisi turizm işletmelerinin fiyatlama amaçlarından biri değildir?

- A - Kâr elde etmek
- B - Pazar pastasından minimum düzeyde gelir elde etmek
- C - Rekabeti karşılamak
- D - Mevcut durumu korumak
- E - Turizm pazarına nüfuz etmek

74. Aşağıdakilerden hangisi turizm ürününü oluşturan unsurlardan biri değildir?

- A - Çekicilik
- B - Etkinlikler
- C - Ulaşılabilirlik
- D - Kamu kurumları
- E - Turizm işletmeleri

75. Aşağıda turizm ürünü ile ilgili verilen ifadelerden hangisi yanlıştır?

- A - Yapısı itibarıyla daha çok soyut yönü ile öne çıkar.
- B - Büyük oranda hizmet ve deneyimlerden oluşmaktadır.
- C - Tur operatörlerinin oluşturdukları paket turlar birer turizm ürünüdür.
- D - Üretildiği yerde tüketilmesi zorunlu olan bir üründür.
- E - Turizm ürünü, sadece fiziksel nesnelere ibarettir.

76. Aşağıdakilerden hangisi 4P olarak bilinen pazarlama karması elemanlarından biri değildir?

- A - Ürün
- B - Tutundurma
- C - İmaj
- D - Dağıtım
- E - Fiyat

77. Aşağıdakilerden hangisi kişisel satışın güçlü yönlerinden biri değildir?

- A - Geniş bir kapsamda uygulanabilir.
- B - Müşterilerin tepkileri anlık gözlemlenebilir.
- C - Mesaj gerekli hallerde değiştirilebilir.
- D - Alternatif çözümler için esneklik.
- E - Müşterinin ilgisi yüksek tutulabilir.

78. _____ reklam, bir İnternet sitesi açıldığında reklam amaçlı olarak açılan ek pencerede yer alan reklamdır.

- A - Banner
- B - Pop-up
- C - Splash
- D - Billboard
- E - Çıkartma

79. Turizm pazarındaki tutundurma faaliyetleri ile ilgili aşağıdaki yargılardan hangisi doğrudur?

- A - Kolay taklit edilebilir.
- B - Kişisel satış bir tutundurma faaliyeti değildir.
- C - Uzmanlık gerektirir.
- D - Reklamın tek amacı ikna etmektir.
- E - İmaj somut bir değerdir.

80. "Ulaştırma hizmeti sunan otobüs firmalarının, otogarlarda ve şehir içinde çok sayıda satış yerinde bilet satması" turizm işletmelerinin benimseyebileceği dağıtım kanalı stratejilerinden hangisine bir örnek teşkil eder?

- A - Dolaylı dağıtım
- B - Doğrudan dağıtım
- C - İmtiyazlı dağıtım
- D - Yoğun dağıtım
- E - Seçici dağıtım

81. Aşağıdakilerden hangisi turizm işletmelerinin aracı kullanma gerekliliklerinden biri olamaz?

- A - Finansal yetersizlik
- B - Deneyimsizlik
- C - Riskten uzak durma
- D - Pazarın ulusal ve uluslararası ayağının olması
- E - Döviz kurları

82. Bir otelin SPA merkezinde cilt bakımı hizmetinin 160 Lira yerine 159,90 liradan satışa sunulması fiyatlandırma politikalarında hangisine bir örnektir?

- A - Psikolojik fiyatlandırma
- B - İndirim
- C - Reklam amaçlı fiyatlandırma
- D - Coğrafi bölgelere göre fiyatlandırma
- E - Sezonluk fiyatlandırma

83. Bir ülkede yaşanan ekonomik kriz döneminde, potansiyel yerli turistlerin talebinde yaşanan azalmalara bağlı olarak o ülkede faaliyet gösteren otellerin, iç pazara yönelik ürünlerinde talebin koşullarını dikkate alarak fiyatlandırma yapımları fiyatlandırmanın amaçlarından hangisiyle açıklanabilir?

- A - Rekabeti Karşılama
- B - Savunma
- C - Kâr Elde Etme
- D - Mevcut Durumu Koruma
- E - Turizm Pazarına Nüfuz Etme

84. Ülkemizde Yalova'nın kaplıcalarıyla anılmasını turizm ürünlerinin özelliklerinden hangisiyle açıklayabiliriz?

- A - Ulaşılabilirlik
- B - Etkinlikler
- C - İmaj
- D - Çekicilik
- E - Turizm işletmeleri

85. "Turizm ürünleri, yaşamsal önemde gereksinimler kategorisinde değil, kültürel ve lüks gereksinimler grubunda yer almaktadır." yargısı turistik ürünün hangi özelliğinden bahsetmektedir?

- A - Gerçekleşen Tüketimin Soyut Olması
- B - Talebin Aşırı Esnek Olması
- C - Turistik Ürünün Stok Edilememesi
- D - Turizm Ürününün İkame Olanaklarının Fazla Olması
- E - Turizm Ürününün Birebir Taklit Edilmesinin Güç Olması

86. Aşağıdakilerden hangisi pazarlama karmasının elemanları arasında yer almaz?

- A - Ürün
- B - Fiyat
- C - Dağıtım
- D - Tutundurma
- E - Pazar

87. Bir turizm işletmesinin görevlileri tarafından doğrudan doğruya yerine getirilen ikna edici tutundurma faaliyeti aşağıdakilerden hangisidir?

- A - Kişisel satış
- B - Halkla ilişkiler
- C - Satış tutundurma
- D - Doğrudan pazarlama
- E - Reklam

88. Turizm işletmelerinin müşterilerine ürünlerini aracılar kanalıyla yaptığı dağıtım kanalı nedir?

- A - Ayrıcalıklı dağıtım
- B - Doğrudan dağıtım
- C - Seçici dağıtım
- D - Dolaylı dağıtım
- E - Merkezi dağıtım

89. Herhangi bir mal karşılığında satıcı tarafından istenen ya da alıcı tarafından ödenmesi gereken paraya ne ad verilir?

- A - Ürün
- B - Fiyat
- C - Mal
- D - Hizmet
- E - Değer

90. Aşağıdakilerden hangisi turistik ürünü oluşturan unsurlardan biri değildir?

- A - Çekicilik
- B - etkinlikler
- C - ulaşılabilirlik
- D - imaj
- E - fiyat

91. Aşağıda verilen seçeneklerden hangisi turistik ürünün seçeneklerinden biri değildir?

- A - Turistik ürünün soyut olması
- B - Turizm talebinin aşırı esnek olması
- C - Turistik ürünün üretildiği yerde tüketilme zorunluluğu
- D - Turistik ürünün stok edilebilmesi
- E - Turizm ürününün birebir taklit edilmesinin güç olması

92. Turistik ürünün, turistlerin ikamet ettiği yere dağıtım kanalı aracılığıyla nakledilmesinin mümkün olmaması, turistik ürünün hangi özelliğine işaret etmektedir?

- A - Turistik ürünün soyut olması
- B - Turistik ürünün üretildiği yerde tüketilme zorunluluğu
- C - Turistik talebin aşırı esnek olması
- D - Turistik ürünün stok edilememesi
- E - Turistik ürünün birebir taklit edilememesi

93. Aşağıdaki seçeneklerin hangisinde turizm ürününü oluşturan unsurların hepsi bir arada verilmiştir?

- A - Çekicilik ve etkinlikler
- B - Ulaşılabilirlik, turizm işletmeleri ve imaj
- C - Etkinlikler, ulaşılabilirlik, imaj ve çekicilik
- D - Turizm işletmeleri ve çekicilik
- E - Çekicilik, etkinlikler, ulaşılabilirlik, turizm işletmeleri ve imaj

94. Aşağıdaki seçeneklerden hangisinde, turizm ürününün yaşam süreci sırası ile verilmiştir?

- A - Pazara giriş dönemi, Büyüme dönemi, Olgunluk dönemi, Düşüş dönemi
- B - Pazara giriş dönemi, Olgunluk dönemi, Büyüme dönemi, Düşüş dönemi
- C - Büyüme dönemi, Pazara giriş dönemi, Olgunluk dönemi, Düşüş dönemi
- D - Büyüme dönemi, Olgunluk dönemi, Düşüş dönemi, Pazara giriş dönemi
- E - Düşüş dönemi, Pazara giriş dönemi, Olgunluk dönemi, Büyüme dönemi

95. Turizm ürününün yaşam sürecindeki turistik ürünün pazarda benimsendiği, satışların ve karlılığın arttığı, bununla beraber pazarda rakiplerinin de sayısının yavaş yavaş arttığı dönem aşağıdaki seçeneklerden hangisinde verilmiştir?

- A - Pazara giriş dönemi
- B - Yayılma dönemi
- C - Büyüme dönemi
- D - Olgunluk dönemi
- E - Düşüş dönemi

96. Turizm işletmelerinin yeni bir turizm ürününü pazara sürerken veya yeni bir pazara açılırken, uzunca bir süre belirli bir fiyat düzeyinden satış yapmaya devam ederek pazarda tatmin edici bir pay elde etme amacı güttüğü fiyatlama amacı aşağıdaki seçeneklerin hangisinde doğru olarak verilmiştir?

- A - Rekabeti karşılamak
- B - Savunmak
- C - Kar elde etmek
- D - Mevcut durumu korumak
- E - Turizm pazarına nüfuz etmek

97. Aşağıdakilerden hangisi turizm işletmelerinde tutundurma araçlarından biri değildir?

- A - Reklam
- B - Kişisel satış
- C - halkla ilişkiler
- D - satış tutundurma
- E - Dağıtım

98. I. Doğrudan dağıtım

II. Dolaylı dağıtım

III. Yoğun dağıtım

IV. Seçici dağıtım

V. Ayrıcalıklı dağıtım

Yukarıda verilen seçeneklerden hangisi veya hangileri turizm işletmelerinin benimseyebilecekleri dağıtım kanalı stratejileridir?

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

99. Turizm işletmelerinin pazarlamada kullanabilecekleri "ağızdan ağıza reklam" reklam uygulaması aşağıdaki seçeneklerde belirtilen reklam ortamlarının hangisinin içerisinde yer almaktadır?

- A - Yazılı reklam ortamları
- B - Görsel-işitsel ortamlar
- C - Dış mekan araçları
- D - Elektronik reklam ortamları
- E - Diğer reklam ortamları

100. Aşağıdakilerden hangisi turistik ürünün yaşam süreçlerinden biri değildir?
- A - Pazara giriş
 - B - büyüme
 - C - olgunlaşma
 - D - düşme
 - E - Tutunma
101. Bir işletmenin yeni bir ürün fikri bulup bunu ürettiğinde başlayan turistik ürün yaşam süreci aşağıdakilerden hangisidir?
- A - Pazara giriş dönemi
 - B - büyüme dönemi
 - C - Olgunlaşma dönemi
 - D - Düşme dönemi
 - E - Tutunma dönemi
102. Aşağıdakilerden hangisi turizm işletmeleri tarafından yapılan fiyatlamanın amaçlarından biri değildir?
- A - Rekabeti karşılamak
 - B - mevcut durumu korumak
 - C - turizm pazarına nüfus etmek
 - D - turizm pazarından bağımsız olmak
 - E - kar elde etmek
103. Bir mal ya da hizmeti ve bunun mülkiyetini, üretimden tüketime ulaştırma fonksiyonlarını yerine getiren kurumlar dizisine ne ad verilir?
- A - Ulaştırma kanalı
 - B - Pazarlama kanalı
 - C - Dağıtım kanalı
 - D - Üretim kanalı
 - E - Tüketim kanalı
104. Turizm işletmelerinin yeni bir ürünü pazara yüksek fiyatla sunmaları, fiyata karşı çok duyarlı olmayan alıcıların olduğu pazarı ele geçirmeleri ve böylece hızla kara geçmelerini içeren fiyat politikalarına ne ad verilmektedir?
- A - Pazarın kaymağını alma
 - B - Psikolojik fiyatlama
 - C - Coğrafi bölgelere göre fiyatlama
 - D - Garantili fiyat uygulaması
 - E - Sezonluk fiyatlama

105. Aşağıdakilerden hangisi turizm işletmelerinin ürünlerini tüketicilere ulaştırmasını sağlayan dolaylı dağıtım kanallarından biri olan perakendeci kuruluşlar arasında yer almaz?

- A - Turizm enformasyon büroları
- B - Bilgisayarlı rezervasyon sistemleri
- C - Turist rehberleri
- D - Otel temsilcileri
- E - Hava yolları bilet satış acenteleri

106. Aşağıdaki seçeneklerden hangisi bir İnternet sitesinin belirli bir kısmını kaplayan ve ziyaretçiler tarafından kapatılmadığı sürece ekranda kalan reklama verilen addır?

- A - Banner
- B - Pop-up
- C - Splash
- D - Flash
- E - Duyurum

107. Aşağıdakilerden hangisi fiyatın tutundurma karmasının doğrudan bir elemanı olmasını sağlamaktadır?

- A - İnsanların mal ve hizmet algılamaları kısmi olarak fiyata dayalıdır
- B - İnsanlar için en önemli şey paradır
- C - Bir üründe ilk karar verilen nitelik fiyattır
- D - Fiyatı yüksek olan ürün kalitelidir
- E - Fiyatta indirim yapmak ürünün markasına zarar verir

108. Hızlı yiyecek sunan işletmelerin, franchising sistemi kanalıyla büyük dünya markalarının isimlerini alarak faaliyete geçmesi örneği hangi tür dağıtım kanalı stratejilerde yer alır?

- A - Doğrudan Dağıtım
- B - Dolaylı Dağıtım
- C - Yoğun Dağıtım
- D - Seçici Dağıtım
- E - Ayrıcalıklı Dağıtım

109. Bir mal ya da hizmeti ve bunun mülkiyetini, üretimden tüketime ulaştırma fonksiyonlarını yerine getiren kurumlar dizisine ne ad verilir?
- A - Dağıtım kanalı
 - B - Talep noktaları
 - C - Seyahat acenteleri
 - D - Perakendeciler
 - E - Yoğun dağıtım
110.fiyat üzerinde yapılan taktiksel rötuşları ve oynamaları içerir. Aşağıdaki seçeneklerden hangisi yukarıdaki cümledeki boşluğu doğru şekilde tamamlar?
- A - Pazara Girme
 - B - Psikolojik Fiyatlama
 - C - Reklam Amaçlı Fiyatlama
 - D - İndirim
 - E - Sezonluk Fiyatlama
111. Aşağıdaki seçeneklerden hangisi turizm işletmelerinin, fiyatlama yaparken göz önünde bulundurduğu amaçlardan biri değildir?
- A - Rekabeti karşılamak
 - B - Kendini savunmak
 - C - Kâr elde etmek
 - D - Mevcut durumu korumak
 - E - Üstünlük sağlamak
112. Bir turizm ürününün artık pazarda benimsendiği, satışların ve kârlılığın arttığı dönem aşağıdaki seçeneklerden hangisidir?
- A - Pazara giriş
 - B - Büyüme
 - C - Gelişme
 - D - Olgunlaşma
 - E - Düşme
113. Bir ürünün, turizm ürünü niteliği taşıyabilmesi için aşağıdaki seçeneklerden hangisini taşıması gerekmektedir?
- A - Ekonomiklik
 - B - Ünlülük
 - C - Kişisel zevke hitap etme
 - D - Yüksek beklentiler
 - E - Ulaşılabilirlik

114. Olimpos'da ağaç evlerde konaklamak isteyen bir turistin, buraya bizzat gitmesi gerekmektedir. Yukarıda verilen örnek turistik ürünün hangi ürün özelliğindedir?
- A - Tüketim yerinin farklı olması
 - B - Tüketimin soyut olması
 - C - Arzının kısa dönemde inelastik olması
 - D - Talebin aşırı esnek olması
 - E - Talebin zaman ve mekân içinde yoğunlaşması
115. Aşağıdaki seçeneklerden hangisi turistik ürünün özelliklerinden biri değildir?
- A - Gerçekleşen tüketimin soyut olması
 - B - Talebin aşırı esnek olması
 - C - Turistik ürünün stok edilememesi
 - D - Turizm ürününün ikame olanaklarının olmaması
 - E - Turizm ürününün birebir taklit edilmesinin güç olması
116. Aşağıdaki seçeneklerden hangisi pazarlama karmasının temel elemanlarından biridir?
- A - Project
 - B - Product
 - C - Purpose
 - D - Participate
 - E - Proportion
117. Belli bir ücret karşılığında bir işletmenin veya hizmetlerinin kitle iletişim araçlarıyla hedef pazardaki tüketicilere ve aracılara tanıtılması aşağıdakilerden hangisidir?
- A - Marka
 - B - Reklam
 - C - Afiş
 - D - Tanıtım
 - E - Sosyal Medya
118. Aşağıdakilerden hangisi hizmet işletmelerinin tutundurma başlığı altında ele alınan faaliyetleridir?
- A - Pazarlama yönlü iletişimler
 - B - Halkla ilişkiler
 - C - Personel işleri
 - D - Maliyet çalışmaları
 - E - Fiyat stratejileri

119. Aşağıdakilerden hangisi turizm sisteminde dağıtım sisteminde yer alan toptancı konumundaki aracıdır?
- A - Tur operatörleri
 - B - Seyahat acenteleri
 - C - Otel temsilcileri
 - D - Bilgisayarlı rezervasyon sistemleri
 - E - Oto kiralama işletmeleri
120. Üretilen ve fiyatlandırılan turistik ürünlerin nihai tüketiciye ulaştırılması işlevi aşağıdakilerden hangisi ile yerine getirilmektedir?
- A - Ulaştırma
 - B - Teslimat
 - C - Dağıtım
 - D - Ürünü sunma
 - E - Kargolama
121. Aşağıdakilerden hangisi fiyatlamanın amaçları arasında yer almaz?
- A - Rekabeti karşılamak
 - B - Savunmak
 - C - Kâr elde etmek
 - D - Mevcut durumu korumak
 - E - Diğer sektörlerde yer edinmek
122. Aşağıdakilerden hangisi turistik ürünün özelliklerinden birisi değildir?
- A - Gerçekleşen tüketim soyuttur
 - B - Talep aşırı esnektir
 - C - Tüketim yeri farklıdır
 - D - Stoklama yapılamamaktadır
 - E - Erişim kolaydır
123. Turizm işletmelerinin pazarlama yönlü iletişimleri ve tüketicilerin ikna edilebilmelerine yönelik yürütülen iletişim etkinliklerini içeren pazarlama karması elemanı aşağıdakilerden hangisidir?
- A - Ürün
 - B - Fiyat
 - C - Dağıtım
 - D - Süreç
 - E - Tutundurma

124. Hong Kong'un iş turizmiyle, İstanbul'un kültür turizmi ve iş turizmiyle, Yalova'nın termal turizm ile anılması, turizm ürününü oluşturan unsurlardan hangisinin kapsamında yer almaktadır?
- A - Çekicilik
 - B - Etkinlikler
 - C - Ulaşılabilirlik
 - D - Turizm işletmeleri
 - E - İmaj
125. Turizm işletmelerinde ürün tutundurması amacıyla tercih edilen araçlardan biri değildir?
- A - Halkla ilişkiler
 - B - Satış tutundurma
 - C - Doğrudan pazarlama
 - D - Reklam
 - E - İmaj
126. Doğrudan pazarlama araçlarından biri sayılan, ünlü bir kişinin bir ürünü tanıttığı televizyon reklamı veya normal bir televizyon programı gibi görünen ama aslında reklam olan programa ne denir?
- A - Telepazarlama
 - B - İnfomercial
 - C - Elektronik reklamcılık
 - D - İnternette pazarlama
 - E - Promosyon
127. Aşağıdakilerden hangisi pazarlama karmasının dört elemanından biri değildir?
- A - Ürün
 - B - Dağıtım
 - C - Fiyat
 - D - Süre
 - E - Tutundurma

128. Booms ve Bitner, dört elemandan oluşan pazarlama karmasına üç adet yeni karma elemanını kaç yılında ilave etmiştir?
- A - 1953
B - 1981
C - 1960
D - 1970
E - 2001
129. 120 kişilik kapasitesi olan bir a la carte restorana 200 kişilik talep olduğunda kısa dönemde bu restorana 80 kişilik ek kapasitenin eklenmesi mümkün olmaması, turistik ürünün hangi özelliğini açıklamaktadır?
- A - Gerçekleşen tüketimin soyut olması
B - Talebin aşırı esnek olması
C - Turistik ürünün arzının kısa dönemde inelastik olması
D - Turistik ürünün stok edilememesi
E - Talebin zaman ve mekân içinde yoğunlaşması
130. Bir turistik bölgenin gelenek ve görenekleri, ibadet yerleri ve tarihi kentleri hangi çekicilik unsurları arasında yer almaktadır?
- A - Sosyokültürel çekicilikler
B - Doğal ve insan yapısı çekicilikler
C - Ekonomik çekicilikler
D - Psikolojik çekicilikler
E - Ulaşılabilirlik
131. Turizm ürününün yaşam sürecinde; ürünün artık pazarda benimsendiği, satışların ve kârlılığın arttığı ve rakiplerin sayısının da artmaya başladığı aşama aşağıdakilerden hangisidir?
- A - Pazara giriş dönemi
B - Büyüme dönemi
C - Olgunluk dönemi
D - Düşüş dönemi
E - Pazardan çekilme dönemi

132. "Bireylerin sürekli olarak yaşamlarını sürdürdükleri konutlarından ayrılışından itibaren başlayıp yeniden evlerine dönmelerine kadar geçen sürede satın aldıkları veya yararlandıkları mal ve hizmetlerin oluşturduğu bir paket veya edindikleri deneyimlerin bir toplamıdır". Yukarıdaki tanım aşağıdakilerden hangisi için yapılmıştır?
- A - Turist
 - B - Turizm İşletmesi
 - C - Turizm
 - D - Turizm Ürünü
 - E - Turistik Çekicilik
133. Aşağıdakilerden hangisi turizm işletmelerinin, fiyatlama yaparken yönettiği beş amaçtan biri değildir?
- A - Rekabeti karşılamak
 - B - Savunmak
 - C - Kâr elde etmek
 - D - Geniş bir dağıtım ağı kurmak
 - E - Mevcut durumu korumak
134. Turizm pazarlamasında toptancı kimliğine sahip olan aracı kuruluşlar olup, müşterilere bir paket halinde turizm deneyimi sunan kuruluş aşağıdakilerden hangisidir?
- A - Tur operatörleri
 - B - Seyahat acenteleri
 - C - Hava yolları bilet satış acenteleri
 - D - Otel temsilcileri
 - E - Turizm enformasyon büroları
135. Radyo reklamları, televizyon reklamları ve sinema reklamları hangi grupta yer almaktadır?
- A - Yazılı reklam ortamları
 - B - Dış mekân araçları
 - C - Görsel-işitsel ortamlar
 - D - Elektronik reklam ortamları
 - E - Diğer reklam ortamları

136. Aşağıdakilerden hangisi turizm işletmelerinin satış elemanlarına yönelik satış tutundurma araçlarından biridir?

- A - İkramlar
- B - Ticari fuarlara katılma
- C - Ek komisyonlar
- D - Seyahat acentesi toplantıları
- E - Primler

137. Pazarlama karmasını oluşturan değişkenler üzerinde verilen kararlar bir işletmenin pazarlama faaliyetlerinin hangi aşamasında gerçekleşmektedir?

- A - Pazarlama faaliyetlerinin belirlenme aşamasında
- B - Pazarlama faaliyetleri öncesinde
- C - Pazarlama faaliyetleri esnasında
- D - Pazarlama faaliyetlerine ara verildiğinde
- E - Pazarlama faaliyetleri sonrasında

138. Aşağıdakilerden hangisi 4P kısaltmasıyla da ifade edilen pazarlama karması elemanlarının İngilizce karşılıkları arasında yer almaz?

- A - Product
- B - Price
- C - Plan
- D - Place
- E - Promotion

139. Otellerin sürekli birlikte çalıştıkları ve ilişkilerinin iyi olduğu seyahat acentelerine ya da sürekli konaklayan müşterilerine uyguladıkları indirimli özel fiyatlar hangi fiyat politikaları kapsamında değerlendirilir?

- A - Pazarın Kaymağını Alma
- B - Psikolojik Fiyatlama
- C - Reklam Amaçlı Fiyatlama
- D - Farklı Fiyatlama
- E - Sezonluk Fiyatlama