

2. HAFTA REKLAM KAM. SORU CEVAPLARI

1. Aşağıdakilerden hangisi markanın temel özelliklerinden biri değildir?

- A) Rakiplerinden farklılaşmasını sağlar
- B) Somut bir ürün olarak değerlendirilir
- C) Tüketici algısı ile şekillenir
- D) Fiziksel, duygusal ve deneyimsel unsurlar içerir
- E) Ekonomik değer yaratır

Cevap: B) Somut bir ürün olarak değerlendirilir

2. Pazarlama karması (4P) içinde yer alan unsurlar aşağıdakilerden hangisidir?

- A) Ürün, fiyat, dağıtım, tutundurma
- B) Marka, logo, reklam, satış
- C) Tüketici, üretici, fiyatlandırma, medya
- D) Halkla ilişkiler, satış, ambalaj, internet
- E) Pazar, müşteri, rekabet, medya

Cevap: A) Ürün, fiyat, dağıtım, tutundurma

3. Bir reklam kampanyasının en temel amacı aşağıdakilerden hangisidir?

- A) Yeni ürünler tasarlamak
- B) Rakip şirketlerin reklamlarını incelemek
- C) Hedef kitleyi ikna etmek ve marka bilinirliğini artırmak
- D) Üretim maliyetlerini düşürmek
- E) Ürün stoklarını azaltmak

Cevap: C) Hedef kitleyi ikna etmek ve marka bilinirliğini artırmak

4. Aşağıdakilerden hangisi pazarlama iletişimi karmasında yer alan bileşenlerden biri değildir?

- A) Reklam
- B) Satış geliştirme
- C) Kişisel satış
- D) Ürün geliştirme
- E) Halkla ilişkiler

Cevap: D) Ürün geliştirme

5. Aşağıdakilerden hangisi reklam türlerinden biri değildir?

- A) Ürün reklamı
- B) Kurumsal reklam
- C) Coğrafi reklam
- D) Birincil talep yaratan reklam
- E) İkincil talep yaratan reklam

Cevap: C) Coğrafi reklam

6. Hedef kitlenin belirlenmesi neden önemlidir?

- A) Reklam bütçesinin artırılması için
- B) Rastgele kişilere ulaşmak için
- C) Doğru mesajın, doğru kişilere iletilmesi için
- D) Sadece yaşlı tüketicilere hitap edebilmek için
- E) Ürün geliştirmeyi tamamen durdurmak için

Cevap: C) Doğru mesajın, doğru kişilere iletilmesi için

7. Aşağıdakilerden hangisi reklamın temel unsurlarından biri değildir?

- A) Kitlesele iletişim kanallarında yayınlanması
- B) Belirli bir ücret karşılığında yapılması
- C) İkna edici bir mesaj içermesi
- D) Reklamın kaynağının gizli olması
- E) Marka veya kuruma yönelik olması

Cevap: D) Reklamın kaynağının gizli olması

8. Aşağıdakilerden hangisi bir reklam kampanyasının aşamalarından biri değildir?

- A) Hedef kitlenin tanımlanması
- B) Reklam mesajlarının belirlenmesi
- C) Kampanya bütçesinin belirlenmesi
- D) Kampanya sürecinde tamamen rastgele medya kanallarının kullanılması
- E) Kampanya performansının değerlendirilmesi

Cevap: D) Kampanya sürecinde tamamen rastgele medya kanallarının kullanılması

9. Küresel markalar neden “Global Düşün, Yerel Davran” stratejisini benimser?

- A) Reklamları her ülkede aynı şekilde yayınlamak için
- B) Kültürel farklılıkları göz ardı etmek için
- C) Yerel tüketici alışkanlıklarına uygun mesajlar oluşturmak için
- D) Reklam bütçelerini azaltmak için
- E) Yalnızca büyük şehirlerde reklam yapmak için

Cevap: C) Yerel tüketici alışkanlıklarına uygun mesajlar oluşturmak için

10. Aşağıdakilerden hangisi reklam kampanyalarında kullanılan medya kanallarından biri değildir?

- A) Televizyon
- B) Radyo
- C) Sosyal medya
- D) Fabrika üretim hattı
- E) Açık hava reklam panoları

Cevap: D) Fabrika üretim hattı

3. Hafta reklam kam. Test Soruları ve Cevapları

1. Modern reklamcılığın temelini atan en önemli gelişme aşağıdakilerden hangisidir?
 - a) Radyo icadı
 - b) Televizyon icadı
 - c) Matbaanın icadı ✓
 - d) İnternetin gelişmesi
 - e) Billboard reklamcılığı
2. Coca-Cola'nın ilk gazete reklamı hangi yılda yayımlanmıştır?
 - a) 1886 ✓
 - b) 1900
 - c) 1950
 - d) 1923
 - e) 1875
3. IKEA'nın reklam kampanyalarında tüketicilere hangi konuda rehberlik edilmektedir?
 - a) Ürün fiyatları
 - b) Montaj süreçleri ✓
 - c) Markanın tarihçesi
 - d) Şirket değerleri
 - e) Rekabet stratejileri
4. Türkiye'de ilk basılı reklam hangi yıl yayımlanmıştır?
 - a) 1923
 - b) 1860
 - c) 1841 ✓
 - d) 1908
 - e) 1880
5. Aşağıdakilerden hangisi bir reklam kampanyasının temel unsurlarından biri değildir?
 - a) Hedef kitle analizi
 - b) Stratejik planlama
 - c) Reklam içeriği
 - d) Ürün geliştirme ✓
 - e) Değerlendirme süreci

6. İlk ticari radyo reklamları hangi yıllarda yaygınlaşmıştır?

- a) 1920'ler ✓
- b) 1940'lar
- c) 1960'lar
- d) 1980'ler
- e) 2000'ler

7. Super Bowl reklamları hangi tür reklam araçlarına örnektir?

- a) Basılı medya
- b) Açık hava reklamları
- c) Televizyon reklamları ✓
- d) Dijital reklamlar
- e) Radyo reklamları

8. Türkiye'de ilk reklam ajansı hangi yıl kurulmuştur?

- a) 1909 ✓
- b) 1944
- c) 1957
- d) 1970
- e) 1985

9. Pepsi'nin sosyal sorumluluk odaklı reklam kampanyası hangisidir?

- a) Think Different
- b) Pepsi Refresh ✓
- c) Just Do It
- d) Open Happiness
- e) I'm Lovin' It

10. Google Ads hangi tür reklamcılık modeline örnektir?

- a) Geleneksel reklam
- b) Doğrudan pazarlama
- c) Dijital reklam ✓
- d) Sosyal sorumluluk reklamı
- e) Basılı medya reklamı

4. Hafta reklam kam. Test Soruları ve Cevapları

1. Aşağıdakilerden hangisi reklamların toplumsal işlevlerinden biri değildir?

- a) Bilgilendirme
- b) İkna etme
- c) Hatırlatma
- d) Değer katma
- e) **Halkla ilişkiler**

2. Aşağıdakilerden hangisi tüketici davranışlarını etkileyen kültürel faktörlerden biridir?

- a) **Sosyal sınıf**
- b) Normlar
- c) Psikoloji
- d) Sosyoloji
- e) Satış

3. Aşağıdakilerden hangisi kültürün özellikleri arasında değildir?

- a) Kültür gelenekseldir.
- b) Kültür dinamik bir yapıya sahiptir, değişebilir.
- c) Kültür oluşturulur.
- d) **Kültür doğuştan gelir.**
- e) Kültür toplumun üyeleri tarafından paylaşılır.

4. Aşağıdakilerden hangisi kültürün öğeleri arasında değildir?

- a) Değerler
- b) **Ahlak**
- c) Dil
- d) Gelenekler
- e) Töreler

5. Aşağıdakilerden hangisi evrensel normlar arasında değildir?

- a) Eğitim
- b) **Gelenek**
- c) Cenaze törenleri
- d) Ahlak
- e) Mülkiyet hakkı

6. Aşağıdakilerden hangisi tüketicilerin davranışlarını etkileyen sosyal faktörlerden biridir?

- a) Reklam
- b) Yaşam tarzı
- c) Müzik
- d) **Aile**
- e) Sinema

7. Aşağıdakilerden hangisi Aristo'nun karşı tarafın duygularına hitap etme ya da hislerine dokunabilme olarak nitelendirdiği unsurdur?

- a) Ethos
- b) Artistik
- c) **Pathos**
- d) İkna
- e) Logos

8. Aşağıdakilerden hangisi reklam kampanyalarında kullanılan ikna stratejileri arasında değildir?

- a) **Kaynak**
- b) Tanıklık
- c) Uzman Kişi Desteği
- d) Hayattan Örnekler
- e) Ünlü Kullanımı

9. Aşağıdakilerden hangisi ürünün reklamının günlük hayattan bir kesit alınarak yapıldığı ikna stratejisidir?

- a) Müzik
- b) Ünlü Kullanımı
- c) Karşılaştırma
- d) **Hayattan Örnekler**
- e) Uzman Kişi Desteği

10. Aptamil Devam Sütü reklam kampanyası hangi unsuru içermez?

- a) Yapay zeka destekli kişiselleştirilmiş mesajlar
- b) Annelerin duygusal bağlarını güçlendirme
- c) Toplum 5.0 konsepti ile pazarlama
- d) Büyük veri analizi kullanarak tüketici tercihlerini analiz etme
- e) **Ürünün fiyat karşılaştırması sunması** ✓

5. Hafta reklam kam. Test Soruları ve Cevapları

1. Bilinç kavramı aşağıdakilerden hangisi ile en doğru şekilde tanımlanabilir?

- a) İnsan zihninin tamamen farkında olmadığı süreçlerdir.
- b) Algılama, düşünme ve farkındalık süreçlerinin toplamıdır.
- c) Kişinin sadece rüya görme anında aktif hale gelen zihinsel faaliyetleridir.
- d) Geçmiş yaşantıların ve bilinçaltındaki hatıraların saklanmasıdır.
- e) Tamamen fiziksel reflekslerden ibarettir.

Cevap: b) Algılama, düşünme ve farkındalık süreçlerinin toplamıdır.

2. Sigmund Freud'un bilinç ve bilinçaltı teorisinde, bilinç hangi metafor ile açıklanmıştır?

- a) Bir dağ zirvesi
- b) Bir labirent
- c) Bir buzdağı
- d) Bir ayna
- e) Bir saat mekanizması

Cevap: c) Bir buzdağı

3. Bilinçaltı reklamların temel amacı nedir?

- a) Tüketicinin bilinçli olarak fark edemediği mesajlar ile satın alma kararlarını etkilemek
- b) Tüketicie ürünü doğrudan anlatmak ve açık bir şekilde bilgilendirmek
- c) Reklamın dikkat çekici olması için parlak renkler kullanmak
- d) Reklam bütçesini düşürerek daha ekonomik bir pazarlama stratejisi oluşturmak
- e) Sadece genç tüketicileri hedefleyen reklam içerikleri üretmek

Cevap: a) Tüketicinin bilinçli olarak fark edemediği mesajlar ile satın alma kararlarını etkilemek

4. Aşağıdaki hangi örnek bilinçaltı reklam tekniklerinden biri değildir?

- a) Amazon'un logosunda A'dan Z'ye uzanan okun bir gülümsemeyi çağrıştırması
- b) Filmlerde saniyenin binde biri kadar sürede gösterilen sloganlar
- c) Bir mağazada çalınan müziğin alışveriş süresini uzatması
- d) Bir markanın sosyal medya hesaplarında yaptığı doğrudan ürün tanıtımları
- e) Coca-Cola'nın kırmızı rengi iştah açıcı bir etki oluşturması için kullanması

Cevap: d) Bir markanın sosyal medya hesaplarında yaptığı doğrudan ürün tanıtımları

5. Aşağıdakilerden hangisi bilinçaltı reklam tekniklerinden biri olan 25. kare tekniği ile ilgilidir?

- a) Tüketicinin belirli bir ürünü almak için bilinçli karar vermesini sağlamak
- b) Sinema veya televizyon ekranında, gözle algılanamayacak hızda eklenen bir kare ile mesaj vermek
- c) Tüketicie ürün hakkında detaylı bilgi sunarak bilinçli seçim yapmasını sağlamak
- d) Bir ürünü satın almak için tüketiciyi zorlamak
- e) Reklam süresini mümkün olduğunca uzatarak izleyiciyi ikna etmek

Cevap: b) Sinema veya televizyon ekranında, gözle algılanamayacak hızda eklenen bir kare ile mesaj vermek

6. Bilinçaltı algı tekniklerinden biri olan takistoskop, ilk olarak hangi amaçla kullanılmıştır?

- a) Reklamlarda renk psikolojisini anlamak için
- b) II. Dünya Savaşı'nda pilotların düşman uçaklarını hızlı tanınması için
- c) Çocukların öğrenme süreçlerini hızlandırmak için
- d) Mağaza içi müşteri deneyimini artırmak için
- e) Sosyal medya reklamlarını daha etkili hale getirmek için

Cevap: b) II. Dünya Savaşı'nda pilotların düşman uçaklarını hızlı tanınması için

7. Bir mağazada çalınan hafif tempolu müziğin alışveriş süresini uzatarak satışları artırdığı bilinmektedir. Bu durum hangi bilinçaltı ileti türüne örnektir?

- a) Görsel bilinçaltı ileti
- b) İşitsel bilinçaltı ileti
- c) Dokunsal bilinçaltı ileti
- d) Kokusal bilinçaltı ileti
- e) Tat alma duyusuna hitap eden bilinçaltı ileti

Cevap: b) İşitsel bilinçaltı ileti

8. Hangi marka bilinçaltı reklam teknikleri kullanarak tüketicileri etkileme konusunda ünlü bir örnektir?

- a) Apple'ın "Mac vs. PC" reklamları
- b) Nike'ın "Just Do It" sloganı
- c) Coca-Cola'nın kırmızı rengi ile iştah açıcı etki yaratması
- d) British Airways'in bekleme salonlarında çimen kokusu yayması
- e) Tüm seçenekler doğrudur

Cevap: e) Tüm seçenekler doğrudur

9. Kokusal pazarlama ile ilgili aşağıdaki ifadelerden hangisi yanlıştır?

- a) Kokular, müşteri deneyimini iyileştirmek için mağazalarda kullanılır.
- b) Kokular, insanların bilinçaltında belirli duyguları harekete geçirebilir.
- c) Kokusal pazarlama teknikleri yalnızca restoran ve gıda sektöründe kullanılır.
- d) British Airways, bekleme salonlarına çimen kokusu vererek ferahlık hissi yaratmıştır.
- e) Samsung'un New York mağazası kavun kokusu yayarak müşterileri rahatlatmayı hedeflemiştir.

Cevap: c) Kokusal pazarlama teknikleri yalnızca restoran ve gıda sektöründe kullanılır.

10. Renklerin bilinçaltı algılamaya etkisi ile ilgili aşağıdaki ifadelerden hangisi doğrudur?

- a) Mavi renk genellikle güven ve sadakati temsil eder.
- b) Kırmızı renk genellikle sakinlik ve huzur hissi verir.
- c) Yeşil renk yalnızca doğa ve çevre konularında kullanılır.
- d) Sarı renk insanlar üzerinde genellikle olumsuz etkiler bırakır.
- e) Siyah renk her zaman tehdit edici ve olumsuz bir etkiye sahiptir.

Cevap: a) Mavi renk genellikle güven ve sadakati temsil eder.

6. Hafta Reklam ve Medya Konularına Uygun Test Soruları

1. Reklam verenin ajansa karşı sorumluluklarından biri aşağıdakilerden hangisidir?

- a) Reklam ajansının reklam kampanyalarına karışmamak
- b) Ödemeleri geciktirmek
- c) Gerçekçi ve ölçülebilir hedefler belirlemek
- d) Reklam kampanyasının başarısını değerlendirmemek
- e) Reklam stratejisine katkı sağlamamak

Cevap: c) Gerçekçi ve ölçülebilir hedefler belirlemek

2. Reklam ajanslarının temel görevleri arasında aşağıdakilerden hangisi yer almaz?

- a) Reklam kampanyalarının oluşturulması
- b) Hedef kitlenin belirlenmesi
- c) Kampanya sonrası ölçme ve değerlendirme yapılması
- d) Sadece televizyon reklamları üretmek
- e) Medya planlaması yapmak

Cevap: d) Sadece televizyon reklamları üretmek

3. Reklam ajansları ile çalışmanın avantajlarından biri aşağıdakilerden hangisidir?

- a) Kampanya sürecinde dışarıdan nesnel bir bakış açısı sunmaları
- b) İşletmelerin kendi reklamlarını yapmasını zorlaştırmaları
- c) Medya planlamasını ihmal etmeleri
- d) Küçük işletmeler için her zaman daha pahalı olmaları
- e) Reklam stratejilerini tek bir mecraya odaklamaları

Cevap: a) Kampanya sürecinde dışarıdan nesnel bir bakış açısı sunmaları

4. Aşağıdakilerden hangisi bir reklam ajansı türü değildir?

- a) Tam hizmet ajansı
- b) Yaratıcı butik ajans
- c) Medya satın alma ajansı
- d) Kamu hizmetleri ajansı
- e) Modüler hizmet ajansı

Cevap: d) Kamu hizmetleri ajansı

5. Reklam ajanslarının örgüt yapısında aşağıdaki birimlerden hangisi yer almaz?

- a) Müşteri ilişkileri birimi
- b) Araştırma birimi
- c) Yaratıcı birim
- d) Muhasebe birimi
- e) Medya birimi

Cevap: d) Muhasebe birimi

6. Medya stratejisini belirlerken aşağıdaki faktörlerden hangisi dikkate alınmaz?

- a) Bin kişi başına maliyet
- b) Tıklanma başına maliyet
- c) Çalışan maaşları
- d) Reklamın erişim oranı
- e) Reklamın yayınlanma sıklığı

Cevap: c) Çalışan maaşları

7. Aşağıdakilerden hangisi medya stratejisinin amaçlarından biri değildir?

- a) Doğru hedef kitleye ulaşmak
- b) Reklam bütçesini en iyi şekilde kullanmak
- c) Reklam sürecinde düzensizlik yaratmak
- d) Reklamın doğru zamanda yayınlanmasını sağlamak
- e) Medya türlerini en verimli şekilde kullanmak

Cevap: c) Reklam sürecinde düzensizlik yaratmak

8. Aşağıdakilerden hangisi reklam ajanslarının müşteriye sunduğu hizmetlerden biri değildir?

- a) Ürün fiyatlandırmasını belirleme
- b) Rakip analizi yapma
- c) Kampanya planlama
- d) Medya seçimi yapma
- e) Hedef kitleyi analiz etme

Cevap: a)

9. Reklam kampanyalarının başarısı için medya stratejisinde hangi faktörler göz önünde bulundurulmalıdır?

- a) Sadece gazete reklamlarının kullanılması
- b) Reklamın sürekli olarak aynı platformda yayınlanması
- c) Reklamın zamanlaması ve bütçesi
- d) Hedef kitlenin dikkate alınmaması
- e) Reklamın yalnızca televizyonlarda gösterilmesi

Cevap: c) Reklamın zamanlaması ve bütçesi

10. Medya seçiminde zamanlamanın önemi hangi faktörle doğrudan ilgilidir?

- a) Reklam bütçesinin tamamen tüketilmesi
- b) Reklamın mevsimsel değişkenliklere göre planlanması
- c) Medya kanallarının sadece bir kez kullanılması
- d) Reklamın hedef kitleye ulaşma zorunluluğunun olmaması
- e) Reklamın herhangi bir zamanda yayınlanmasının aynı sonucu vermesi

Cevap: b) Reklamın mevsimsel değişkenliklere göre planlanması

7. Hafta Reklamcılık Soru Cevap

1. Reklam kampanyalarında hedef kitleye en uygun iletişim aracını seçmenin temel nedeni aşağıdakilerden hangisidir?

- a) Daha fazla ürün çeşidi sunmak b) İletişim sürecini daha pahalı hâle getirmek c) **En düşük maliyetle en fazla kişiye ulaşmak ✓** d) Ürünü sadece üst gelir grubuna tanıtmak e) Marka ismini değiştirmek

2. Aşağıdakilerden hangisi görsel reklam araçları içinde yer almaz?

- a) Gazete b) Dergi c) Açık hava panosu d) Katalog e) **Radyo ✓**

3. Dergi reklamları ile ilgili aşağıdaki ifadelerden hangisi doğrudur?

- a) Her kesime hitap eder, özelleşmemiştir b) Ucuzdur ve hızlı yayılır c) Kısa süreli saklanabilirliği vardır d) **Kaliteli baskı ve hedef kitleye doğrudan ulaşma avantajına sahiptir ✓** e) Dergi reklamları sesli ve animasyonludur

4. Doğrudan postalama ile ilgili olarak aşağıdakilerden hangisi yanlıştır?

- a) El ilanları, broşür ve kataloglar içerir b) Hedef kitleye birebir ulaşma imkânı sunar c) Adres bilgisi gerektirir d) **Dağıtımı kolay ve ucuzdur ✓** e) Kurumsal imaj oluşturabilir

5. Açık hava reklamcılığıyla ilgili aşağıdaki ifadelerden hangisi doğrudur?

- a) Hedef kitleyle birebir iletişim kurulamaz b) Kısa ömürlü ve maliyeti yüksektir c) **İnsanların yoğun olarak bulunduğu yerlerde konumlandırılarak sürekli görünürlük sağlar ✓** d) Reklamdan kaçınmak kolaydır e) Daha çok kırsal bölgelerde etkilidir

6. Aşağıdakilerden hangisi televizyon reklamlarının avantajlarından biridir?

- a) Yalnızca yazı kullanımı ile mesaj iletir b) Sesli reklamdan ibarettir c) **Görsel ve işitsel birleşimi ile her yaş grubuna hitap edebilir ✓** d) Yalnızca lüks ürünlerde işe yarar e) Düşük prodüksiyonla yüksek etki sağlar

7. Radyo reklamları ile ilgili aşağıdakilerden hangisi yanlıştır?

- a) Görsel öge içermez b) Ses efekti ve diyaloglarla etki oluşturur c) **Her reklam kaydedilip tekrar dinlenebilir ✓** d) Görsel medya ulaşamayan kesimlere hitap eder e) Günün her saatinde yayın yapılabilir

8. Aşağıdakilerden hangisi satış yeri reklamının temel amacıdır?

- a) Ürün hakkında teknik bilgi vermek b) Marka logosunu yaymak c) Fuar ve sergiye müşteri çekmek d) **Tüketiciyi satın alma kararının son aşamasında etkilemek ✓** e) Ürünü üreticiye tanıtmak

9. Sponsorluk stratejileri aşağıdaki alanlardan hangisinde en çok avantaj sağlar?

- a) Yalnızca yerel ürün tanıtımı b) Ürün iadesini kolaylaştırma c) Vergi kaçırma yöntemi d) **Doğrudan reklam yapılamayan sektörlerde marka görünürlüğünü artırma ✓** e) Sosyal medya gönderileri paylaşma

10. Gerilla reklamcılıkla ilgili olarak aşağıdaki ifadelerden hangisi yanlıştır?

- a) Beklenmedik zaman ve yerlerde yapılabilir b) **Sadece büyük bütçeli kampanyalarla yürütülebilir ✓** c) Küçük işletmeler için yaratıcı çözümler sunar d) Düşük maliyetli olabilir e) Tüketicinin dikkatini farklı yöntemlerle çeker

8. Hafta Reklamcılık Dersi Test Soruları

1. Reklamın temel işlevlerinden biri aşağıdakilerden hangisidir?

- a) Müşteri şikâyetlerini arşivlemek b) Tüketiciyi bilgilendirmek ve ikna etmek
c) Ürün fiyatlarını sabitlemek d) Rakip firmalara dava açmak e) Üretimi durdurmak

2. AIDA modeli aşağıdakilerin hangisini içermez?

- a) Dikkat b) İlgi c) İstek d) Şikâyet e) Harekete geçme

3. GölKöy Yoğurtları kampanyasında kullanılan “Anne Eli Değmiş Gibi” sloganı, hangi temaya dayanmaktadır?

- a) Nostalji ve güven b) Lüks ve statü c) Mizah ve hiciv d) Rekabet ve agresiflik
e) Teknoloji ve yenilik

4. Yaratıcılığın “sentez” türü ne anlama gelir?

- a) Eski fikirlerin birebir kopyalanması b) Bilinmeyen fikirlerin yoktan var edilmesi
c) Sadece görsel tekniklere odaklanılması d) Duygusal içeriklerin dijitalleşmesi

e) Farklı fikirlerin birleşerek yeni bir bütün oluşturması

5. “Kırmızı” rengin reklamdaki temel çağrışımı aşağıdakilerden hangisidir?

- a) Güven ve istikrar b) Doğallık ve huzur c) Soğukluk ve gizem
d) Dikkat ve enerji e) Zarafet ve yavaşlık

6. Televizyon reklamlarının hedef kitle üzerindeki avantajı aşağıdakilerden hangisidir?

- a) Yalnızca yazılı bilgi sunması b) Görsel-işitsel olarak mesajı daha güçlü iletmesi
c) Sadece radyo kullanıcılarına ulaşması d) Tamamen deneysel yapılara dayanması
e) Düşük prodüksiyon maliyetiyle hazırlanması

7. Göl Köy kampanyasında yerel pazarlarda kullanılan afişlerde hangi unsur özellikle öne çıkarılmıştır?

- a) Modern çizgiler ve dijital tasarım b) Yerel halkın yabancı markalara tepkisi
c) Kadın çiftçi yüzleri ve yöresel ifadeler d) Finansal yatırım çağrıları
e) Anonim mesajlar ve anlatım

8. Aşağıdaki reklam stratejilerinden hangisi “ürünün rakiplerden bir yönüyle daha iyi olduğunu kanıtlamaya” yöneliktir?

- a) Temel satış vaadi b) Marka imajı c) Kullanıcı imajı d) Öncü üstünlük e) Kullanım fırsatı

9. Radyo reklamlarında dinleyicinin dikkatini çekmek için en çok hangisine başvurulur?

- a) Üç boyutlu görseller b) Sessizlik ve durağanlık c) Ses efektleri ve yaratıcı diyaloglar
d) Ürün içeriği listesi e) Görsel animasyonlar

10. GölKöy kampanyasında tüketicinin duygusal bağ kurmasını sağlayan temel unsur nedir?

- a) İndirim kuponları b) Sık tekrarlanan ürün tanıtımı c) Yüksek sesli radyo anonsları
d) Nostaljik hikâyeler ve anne imgesi e) Ürün içeriklerinin teknik açıklaması

8. Hafta Reklamcılık Test Soruları

1. Basılı reklamlarda görsel ve metin unsurlarının önemi neden artmaktadır?

- a) Dijital ortamlara göre daha pahalı oldukları için
- b) Ses ve hareketli görüntü içermedikleri için
- c) Sosyal medya ile entegre çalışmadığı için
- d) Okuyucular reklama duyarsız olduğu için
- e) Gazeteler günlük yayınlandığı için

2. Aşağıdakilerden hangisi reklam başlığı türlerinden biri değildir?

- a) Doğrudan başlık
- b) Dolaylı başlık
- c) Pasif başlık
- d) Bileşik başlık
- e) Soru başlığı

3. Reklamda "Sizce hayalinizdeki telefon bu mu?" ifadesi hangi başlık türüne örnektir?

- a) Doğrudan başlık
- b) Soru başlığı
- c) Haber başlığı
- d) Kitlesini seçen başlık
- e) Emir başlık

4. Aşağıdakilerden hangisi David Ogilvy'nin reklam metni yazımında önerdiği unsurlardan biridir?

- a) Uzun cümleler kullanın
- b) Soyut kavramlar tercih edin
- c) Coşkulu ve doğru olun
- d) Süslü anlatımı tercih edin
- e) Teknik terimlere ağırlık verin

5. Aşağıdakilerden hangisi reklam sloganının temel işlevlerinden biri değildir?

- a) Markayı akılda tutmak
- b) Ürünü farklılaştırmak
- c) Reklam logosunu açıklamak
- d) Hedef kitlenin zihninde yer etmek
- e) Konumlandırma sağlamak

6. Aşağıdakilerden hangisi gazete reklamlarının avantajlarından biridir?

- a) Kâğıt kalitesi yüksek olması
- b) Güncel reklamların hızlı yayınlanabilmesi
- c) Sesli ve hareketli sunum yapılabilmesi
- d) Dergilere göre daha uzun ömürlü olması
- e) Herhangi bir dağıtım maliyeti olmaması

7. "Forever Sport" kampanyası ile Adidas hangi tasarım stratejisini kullanmıştır?

- a) Sesli anlatım
- b) Doğrudan satış mesajı
- c) Metinsiz görsel iletişim
- d) Uzun metinli açıklama
- e) Ürün kıyaslaması

8. Aşağıdakilerden hangisi dergi reklamlarının dezavantajlarından biridir?

- a) Kaliteli baskı yüzeyine sahip olması
- b) Tematik hedef kitleye ulaşması
- c) Yayın periyodunun uzunluğu
- d) Estetik tasarımların kullanılması
- e) Ürün görselleriyle dikkat çekmesi

9. El ilanlarının en temel avantajı nedir?

- a) Ulusal yayınlara ulaşma gücü
- b) Seçili hedef kitleye bire bir ulaşım sağlaması
- c) Dijital veriyle desteklenmesi
- d) Geniş tasarım alanı sunması
- e) Katalog kadar detay vermesi

10. "Torkla tanışın." ifadesiyle verilen Audi reklamında hangi öge öne çıkmaktadır?

- a) Detaylı ürün açıklamaları
- b) Kullanım kılavuzu metni
- c) Kısa ve vurucu slogan
- d) Teknik özellik tabloları
- e) Duygusal hikâye anlatımı

10. Hafta Reklamcılık Test Soruları

1. Radyoda ilk patent hakkını alan mucit kimdir?

- a) Tesla b) **Marconi** c) Edison d) Maxwell e) Marlowe

2. Türkiye’de ilk radyo yayını hangi içerikle başlamıştır?

- a) Şiir dinletisi b) Haber bülteni c) **Futbol karşılaşması** d) Konser yayını e) Tiyatro oyunu

3. Radyoda doğrudan spikerin anonsuyla yapılan reklamlara ne ad verilir?

- a) Özel tanıtıcı reklam b) **Spot reklam** c) Programlı reklam d) Müzikli reklam e) Dramatik reklam

4. Televizyonun ilk düzenli yayını hangi şehirde yapılmıştır?

- a) New York b) **Londra** c) Paris d) Berlin e) Moskova

5. Aşağıdakilerden hangisi bir televizyon reklam geçiş tekniğidir?

- a) Anonslama b) Senaryo bindirme c) **Fade out** d) Efekt baskılama e) Storyboard büyütme

6. Dove'un Gerçek Güzellik kampanyasında kullanılan ana strateji nedir?

- a) Ürün özelliklerini teknik şekilde açıklamak b) Ünlü modellerle tanıtım yapmak
c) **Gerçek kadınları kullanmak ve özgüveni artırmak** d) Sadece cingil reklamları kullanmak
e) İndirim ve promosyon vurgulamak

7. "Storyboard" reklamcılıkta neyi ifade eder?

- a) Kurguda ses efektleri eklenmesini b) Kamera ekipmanlarının listesini
c) **Sahnelerin çizimlerle planlanmasını** d) Oyuncuların sahne provasını
e) Çekim sonrası montaj planını

8. Reklamlarda fon müziğinin temel amacı nedir?

- a) Ürünü doğrudan anlatmak b) Görüntüye efekt vermek c) **Duygusal atmosfer oluşturmak**
d) Metni vurgulamak e) Ses efektlerini bastırmak

9. Televizyonda ürünün yakın plan detayını göstermek için hangi çekim ölçeği kullanılır?

- a) Bel çekim b) Uzak çekim c) Omuz çekim d) **Detay çekim** e) Genel plan

10. Dove Gerçek Güzellik kampanyasının sonucunda elde edilen başarı aşağıdakilerden hangisidir?

- a) Satışlarda düşüş yaşanmıştır b) Marka bilinirliği azalmıştır
c) **Satışlar %700 artmış ve toplumsal etki yaratılmıştır**
d) Kampanya kısa sürede sona ermiştir e) Ürün portföyü küçültülmüştür

11. Hafta Reklamcılık Test Soruları

1. Aşağıdakilerden hangisi internet reklamcılığının ayırt edici bir özelliği değildir?

- a) Etkileşimlilik **b) Hızlılık** c) Tek yönlü iletişim d) Kişiselleştirme e) Ölçülebilirlik

2. “Floating Ad” aşağıdakilerden hangisinde sınıflandırılır?

- a) Pop-alt reklam b) Geçiş reklamı **c) Zengin medya banner** d) E-posta reklamı e) Arama motoru reklamı

3. Facebook’ta kullanıcıya özel reklam gösterimi hangi özelliğe örnektir?

- a) Görsellik b) Ölçülebilirlik c) Hızlılık **d) Kişiselleştirme** e) İmaj oluşturma

4. Aşağıdakilerden hangisi sosyal medya reklamcılığının avantajlarından biridir?

- a) Yüksek baskı maliyeti b) Tek yönlü iletişim c) Etkileşime kapalı ortam d) Kitleye rastgele erişim **e) Hedef kitle ile**

doğrudan iletişim

5. Google’da yapılan aramalarda çıkan sponsorlu reklamlar hangi türe örnektir?

- a) Video reklam **b) Arama motoru reklamı** c) Pop-up d) E-posta reklamı e) Animasyon

6. “Emocanlar” karakterleriyle dikkat çeken reklam türü aşağıdakilerden hangisidir?

- a) Banner b) Web sitesi **c) Animasyon** d) Advergame e) Pop-up

7. Candy Crush oyununda seviye geçişlerinde çıkan reklama ne ad verilir?

- a) Pop-alt b) Banner **c) Geçiş reklamı** d) Video reklam e) Arama motoru reklamı

8. Aşağıdakilerden hangisi Online PR’ın temel amaçlarından biridir?

- a) Ürünlerin fiziksel satışını artırmak b) TV reklam bütçesini azaltmak c) Geleneksel medya görünürliğini artırmak **d)**

Markanın dijital ortamdaki algısını yönetmek e) Gazete ilanlarını yaymak

9. Aşağıdakilerden hangisi banner reklamlarının avantajlarından biri değildir?

- a) Kullanıcıyı yönlendirme b) Küçük dosya boyutu c) Düşük maliyet d) Etkileşimli yapı **e) Yüksek baskı kalitesi**

10. İnternet reklamlarının ölçülebilirliğini sağlayan sistem aşağıdakilerden hangisidir?

- a) Google Translate b) Google Forms **c) Google Ads** d) Google Maps e) Google Docs