**8. Hafta hi Soru ve Cevap Bölümü: FİNAL**

**Değerlendirme Soruları**

**1. “Mecra mesajdır” sözü kime aittir?**

**a. Marshall McLuhan**

b. David Ogilvy

c. Alex Bogusky

d. Hugh Laurie

e. Bruce Dickinson

**2. Aşağıdakilerden hangisi iç halkla ilişkilerin hedef kitlelerinden biri değildir?**

a. İşgörenler

b. İşgörenlerin aileleri

c. Tedarikçiler

d. Kuruluşun iş ilişkisi olan kesimler

**e. Siyasetçiler**

**3. Çalışanların sorularını veya sorunlarını yöneticilere doğrudan iletme şansı buldukları iç halkla ilişkiler ortamı aşağıdakilerden hangisidir?**

a. Kuruluş gazetesi

**b. Toplantı**

c. Kurum dergisi

d. Kitap

e. Basın kokteyli

**4. Aşağıdakilerden hangisi çalışanların ailelerine yönelik bir iç halkla ilişkiler faaliyeti olabilir?**

a. Basın gezisi

b. Kitap

c. Broşür

**d. Piknik**

e. Extranet

**5. Aşağıdakilerden hangisi bir kuruluş yayını olamaz?**

**a. Sergi**

b. Kurum dergisi

c. Mektup

d. Kitap

e. Broşür

**6. Kuruluşa özel, sadece çalışanların yararlanabildiği internet ağına ne ad verilir?**

a. Extranet

b. Facebook

c. Twitter

**d. Intranet**

e. Blog

**7. Aşağıdakilerden hangisi dış halkla ilişkilerde kullanılan ortam ve araçlardan biri değildir?**

a. Sinema

b. Radyo

c. Televizyon

d. Gazete

**e. Extranet**

**8. Belli bir konu veya sektörle ilgili olarak düzenlenen ve pek çok firmanın katılarak, marka ve ürün/hizmetlerini tanıttıkları geniş kapsamlı organizasyonlara ne ad verilir?**

a. Intranet

b. Extranet

**c. Fuar**

d. Sergi

e. Toplantı

**9. Himaye etmenin modern halkla ilişkilerdeki tanımlaması aşağıdakilerden hangisidir?**

a. Basın gezisi

**b. Sponsorluk**

c. Fuar

d. Toplantı

e. Sosyal medya

**10. Aşağıdakilerden hangisi bir halkla ilişkiler uzmanının dış halkla ilişkiler araçlarıyla ilgili bilmesi gereken konulardan biri değildir?**

a. Medya kurumunun yayın politikası

**b. Kuruluş yayınları**

c. Hedef kitlelere ulaşma oranı

d. Mesajların yayınlanma şansı

e. Materyallerin teslim zamanı

**9. Hafta hi Soru ve Cevap Bölümü:**

Soru 1: Halkla ilişkiler ve pazarlamanın temel farkı nedir?

A) Halkla ilişkiler yalnızca reklam yapar, pazarlama itibar yönetir.

**B) Pazarlama, satış odaklıdır; halkla ilişkiler itibar yönetimine odaklanır.**

C) Halkla ilişkiler doğrudan ürün satışı yapar.

D) Pazarlama yalnızca medya ilişkilerine dayanır.

E) İkisi de sadece kriz yönetimi için kullanılır.

**Soru 2: Halkla ilişkiler ve pazarlamanın tarihsel gelişiminde Edward Bernays hangi alanda devrim yaratmıştır?**

A) Reklamcılık

**B) Halkla ilişkiler**

C) Doğrudan satış

D) Dijital pazarlama

E) Ürün lansmanları

**Soru 3: Pazarlama ile halkla ilişkiler arasındaki bağlantıyı en iyi açıklayan durum hangisidir?**

A) Pazarlama, yalnızca satış artırmaya odaklanır, halkla ilişkiler etkilenmez.

**B) Halkla ilişkiler, pazarlamanın mesajlarını yönetmek için itibar oluşturur.**

C) Halkla ilişkiler, yalnızca kriz yönetiminde pazarlamaya destek verir.

D) Pazarlama ve halkla ilişkiler tamamen farklı hedeflere sahiptir.

E) Pazarlama ve halkla ilişkiler aynı teknikleri kullanır.

**Soru 4: MPR’nin (Pazarlama Amaçlı Halkla İlişkiler) temel hedeflerinden biri nedir?**

A) Ürünlerin fiyatını düşürmek

**B) Marka bilinirliğini artırmak**

C) Rekabeti artırmak

D) Yalnızca kriz yönetimi sağlamak

E) Tüm pazarlama araçlarını kullanmak

**Soru 5: Aşağıdakilerden hangisi pazarlama iletişim araçlarından biri değildir?**

A) Reklam

B) Etkinlik yönetimi

C) Sosyal medya

**D) İnsan kaynakları politikaları**

E) Medya ilişkileri

**Soru 6: Proaktif pazarlama halkla ilişkileri hangi durumda kullanılır?**

A) Beklenmedik krizlerin çözümünde

**B) Yeni ürün lansmanlarında**

C) Medya skandallarında

D) Çalışan şikayetlerinin yönetiminde

E) Hedef kitle segmentasyonu için

**Soru 7: Reaktif pazarlama halkla ilişkilerinin amacı nedir?**

A) Yeni pazarlar oluşturmak

**B) Krizlere hızlı yanıt vermek**

C) Marka bilinirliğini artırmak

D) Sosyal medya içeriklerini planlamak

E) Reklam stratejileri geliştirmek

**Soru 8: Bir markanın sosyal medyayı MPR aracı olarak kullanmasındaki temel amaç nedir?**

A) Ürün fiyatlarını düşürmek

**B) Tüketici etkileşimini artırmak**

C) Sadece reklam yapmak

D) Çalışan memnuniyetini artırmak

E) Kurumsal kültür geliştirmek

**Soru 9: MPR’nin başarısını ölçmek için aşağıdakilerden hangisi kullanılmaz?**

A) Medya görünürlüğü

B) Sosyal medya etkileşimleri

C) Web trafiği

**D) Ürün maliyet analizleri**

E) Hedef kitleye ulaşma oranı

**Soru 10: Aşağıdaki seçeneklerden hangisi, Coca-Cola’nın Noel Baba figürünü kullanarak başardığı** **halkla ilişkiler stratejisini en iyi tanımlar?**

A) Fiyat rekabetini artırma

**B) Marka imajını güçlendirme**

C) Yeni pazarlara giriş

D) Ürün geri çağırma yönetimi

E) Dijital medya kullanımı

**10. HAFTA Hİ TEST SORULARI**

1. Aşağıdakilerden hangisi krizlerin üç temel özelliğinden biri değildir?

A) Tehdit

B) Zaman baskısı

C) Sürpriz

D) Belirsizlik

**E) Uzun vadeli planlama**

2. Aşağıdaki kriz türlerinden hangisi Johnson & Johnson firmasının 1982'de karşılaştığı Tylenol olayı için en uygun tanımdır?

A) Finansal kriz

B) Teknolojik kriz

C) Hukuki kriz

**D) Ürün kaynaklı kriz**

E) Çevresel kriz

3. “Kriz” kelimesi etimolojik olarak hangi dile dayanmaktadır?

A) Latince

**B) Yunanca**

C) Çince

D) Sanskritçe

E) Arapça

4. Aşağıdaki ifadelerden hangisi proaktif bir yaklaşımı tanımlar?

A) Değişim sinyallerine karşı hızlı ama plansız tepki vermek

B) Krizleri önlemek yerine krize tepki vermeyi tercih etmek

C) Kriz sinyallerine karşı duyarsız kalmak

**D) Çevresel değişimleri izleyerek önleyici tedbirler almak**

E) Kriz sonrası iyileştirme süreçlerine odaklanmak

5. Aşağıdakilerden hangisi dış çevre faktörlerinden biri değildir?

A) Doğal afetler

B) Ekonomik dalgalanmalar

C) Teknolojik gelişmeler

**D) Örgütün yönetim tarzı**

E) Küreselleşme

6. Oxford Sözlüğü’ne göre kriz nasıl tanımlanır?

A) "Tehlikeli bir durum"

B) "Geri dönülmez bir değişim süreci"

**C) "Daha iyi ya da daha kötüye gitmek için dönüm noktası"**

D) "Kurumların kontrol edemediği ani durumlar"

E) "Risk faktörleriyle karşı karşıya kalınan dönem"

7. Aşağıdakilerden hangisi Turner’ın kriz evrelerinden biri değildir?

A) Kavramsal başlangıç

B) Kuluçka dönemi

C) Belirme

D) Kurtarma

**E) Tehlikenin sona ermesi**

8. Aşağıdakilerden hangisi kurumsal itibar yönetiminde yer alan üç ana adımdan biri değildir?

A) Durum analizi

B) Geleceği tasarlamak

**C) İletişim süreçlerini kapatmak**

D) Değişimi yönetmek

E) Hedef belirlemek

9. İtibar kavramı Türk Dil Kurumu’na göre aşağıdakilerden hangisiyle ifade edilir?

A) Toplumun beklentileri

**B) Saygı görme ve güvenilir olma durumu**

C) Yönetim kalitesi ve finansal sağlamlık

D) Kriz yönetimi kapasitesi

E) Marka imajı ve kültürel yapı

10. Fortune Magazine’e göre bir kurumun itibarını belirleyen nitelikler arasında aşağıdakilerden hangisi yer almaz?

A) Yönetim kalitesi

B) Ürün ve hizmet kalitesi

C) Uzun vadeli yatırım değeri

**D) Finansal başarısızlık**

E) Sosyal sorumluluk

**Hi 11 Hafta Test Soruları**

**1.Kurumsal Sosyal Sorumluluk (KSS) hangi özelliğiyle diğer ticari faaliyetlerden ayrılır?**A) Zorunlu olması  
**B) Tamamen gönüllülük esasına dayanması**C) Sadece kâr amacı taşıması  
D) Yasal yükümlülüklerden doğması  
E) Kısa vadeli etkiler yaratması

**2.Aşağıdakilerden hangisi 2000’li yıllarda KSS’nin öncelikli hale gelen özelliklerinden biridir?**A) Üst düzey yöneticilerin tercihlerine bağlı faaliyetler  
B) İyi görünmek için yapılan iyilikler  
**C) Ölçümleme ve değerlendirme süreçlerinin gelişmesi**D) Stratejik planlamadan uzak kampanyalar  
E) Sadece finansal yardımlar

**3.Sosyal Sorumluluk Kampanyalarının başarısında aşağıdaki faktörlerden hangisi en az etkili olur?**A) Etkin iletişim kanallarının kullanımı  
B) Paydaşların katılımının sağlanması  
C) Yönetim desteği  
D) Etik değerlere uyum  
**E) Kısa süreli planlama yapılması**

**4.Sponsorluk faaliyetlerinde kullanılan "entegre iletişim" yaklaşımı neyi ifade eder?**A) Sponsorluk faaliyetlerinin tamamen bağımsız gerçekleştirilmesi  
**B) Sponsorluk faaliyetlerinin diğer iletişim araçlarıyla uyumlu çalışması**C) Sadece halkla ilişkiler faaliyetlerine odaklanılması  
D) Ürün yerleştirme ve satış geliştirme faaliyetlerinin birleştirilmesi  
E) Medyada yer alma garantisi sunulması

**5. Lobiciliğin temel işlevlerinden biri olan "Yasa Yapıcıların Toplumsal Görüşlere Ulaşmasını Sağlama" nasıl gerçekleştirilir?**A) Lobicilerin yalnızca bireysel çabalarıyla  
B) Baskı gruplarının gizli faaliyetleriyle  
C) Yasaların değiştirilmesiyle  
D) Sivil toplum örgütlerini dışlayarak  
**E) Medya ve kamuoyu desteğiyle**

**6. Lobicilik faaliyetlerinde kullanılan "yerel halkın desteğiyle yürütülen lobi" yönteminde en sık başvurulan tekniklerden biri nedir?  
A) İmza kampanyaları ve yürüyüş düzenlemek**B) Meclis toplantılarına katılım  
C) Bilimsel rapor sunmak  
D) Reklam kampanyaları oluşturmak  
E) Üst düzey yöneticilerle özel toplantılar yapmak

**7.Aşağıdakilerden hangisi halkla ilişkiler ve lobiciliğin ortak amaçlarından biridir?**A) Kâr elde etme  
B) Bireysel çalışmalara odaklanmak  
C) Kısa süreli projeler yürütmek  
D) Yalnızca siyasi kararları etkileyerek sonuç almak  
**E) Hedef kitleyi ikna etmek ve destek kazanmak**

**8. Aşağıdakilerden hangisi sponsorluğun reklamdan farklı bir yönüdür?**A) Medya aracılığıyla hedef kitleye ulaşmak  
**B) Önceden kontrol edilmiş mesajlara ihtiyaç duyulmaması**C) Marka bilinirliğini artırmak  
D) Hedef kitleyle iletişim kurmak  
E) Ürün tanıtımında medya kullanmak

**9.Aşağıdakilerden hangisi sosyal sorumluluk kampanyalarının başarı kriterlerinden biri değildir?**A) Etik ve yasal değerlere uygunluk  
B) Toplumsal ihtiyaçlara duyarlılık  
C) Kampanya hedeflerinin stratejik olarak belirlenmesi  
**D) Tek seferlik etkinlikler düzenlemek**E) Paydaşların katılımının sağlanması

**10.Aşağıdakilerden hangisi lobicilikte "ortaklaşa yürütülen lobi faaliyetlerinin" bir avantajıdır?  
A) Daha düşük maliyetle geniş bir etki alanına ulaşma**B) Sadece bireysel çıkarların savunulması  
C) Tüm lobi gruplarının bağımsız çalışması  
D) Halk desteği olmadan ilerleme sağlanması  
E) Uzun vadeli bir strateji gerektirmemesi

**Hi 12. Hafta Test Soruları**

1. **Lobicilik nedir?**  
   A) Belirli çıkar gruplarının siyasi karar alma süreçlerini etkilemek için yaptığı organize faaliyetlerdir.  
   B) Halkla ilişkiler faaliyetleriyle birebir aynıdır.  
   C) Yalnızca yasa yapıcıların katıldığı bir etkinliktir.  
   D) Medyanın bağımsızlığı üzerinde çalışan bir bilim dalıdır.  
   E) Siyasi partilerin seçim kampanyalarını yönlendirme çalışmasıdır.  
   **Cevap: A**
2. **Aşağıdakilerden hangisi lobicilik faaliyetlerinin amaçlarından biri değildir?**  
   A) Yasa yapıcıları etkilemek  
   B) Kamuoyu oluşturmak  
   C) Çıkar gruplarını organize etmek  
   D) Hükümet yetkililerini tehdit etmek  
   E) Karar alma süreçlerinde etkinlik sağlamak  
   **Cevap: D**
3. **Doğrudan lobicilik aşağıdaki hangi teknikle gerçekleştirilir?**  
   A) Halk desteği ile yürüyüş düzenleme  
   B) Yasa yapıcılarla birebir görüşme  
   C) Medya aracılığıyla kamuoyu oluşturma  
   D) İmza kampanyaları başlatma  
   E) Sosyal medya üzerinden mesaj gönderme  
   **Cevap: B**
4. **Aşağıdakilerden hangisi lobicilik faaliyetlerine katılan taraflardan biri değildir?**  
   A) Ticari kuruluşlar  
   B) Sendikalar  
   C) Profesyonel lobici şirketler  
   D) Bireyler ve toplumlar  
   E) Doğrudan yasa yapıcılar  
   **Cevap: E**
5. **Lobicilik faaliyetleri ile baskı grupları arasındaki fark nedir?**  
   A) Baskı grupları yasa yapıcılarla daha yakın ilişkiler içindedir.  
   B) Lobiler yalnızca sosyal medyayı kullanır.  
   C) Lobiler, devlet yetkililerini doğrudan etkiler.  
   D) Baskı grupları lobilerden daha profesyoneldir.  
   E) İkisi de aynı işlevi görür.  
   **Cevap: C**
6. **Hangi yöntem halkın desteğiyle yürütülen lobicilik faaliyetlerinde etkili değildir?**  
   A) Yasa yapıcılara mektup yazma  
   B) İmza kampanyaları düzenleme  
   C) Protesto yürüyüşleri düzenleme  
   D) Rüşvet verme  
   E) Medya aracılığıyla kamuoyunu bilgilendirme  
   **Cevap: D**
7. **Ortaklaşa yürütülen lobi faaliyetlerinin amacı nedir?**  
   A) Bireysel çıkarların korunmasını sağlamak  
   B) Küçük grupların birleşerek daha geniş bir etki alanı oluşturması  
   C) Yasa yapıcıları tehdit etmek  
   D) Sadece yerel sorunlarla ilgilenmek  
   E) Halkın ilgisini azaltmak  
   **Cevap: B**
8. **Lobicilikte riskli yöntemlerden biri aşağıdakilerden hangisidir?**  
   A) Medya ile işbirliği yapmak  
   B) Hükümet yetkilileriyle dostluk ilişkileri kurmak  
   C) Bilgi paylaşımı yapmak  
   D) Tehdit ve rüşvet uygulamak  
   E) Halkla ilişkiler kampanyaları düzenlemek  
   **Cevap: D**
9. **Halkla ilişkiler ve lobicilik arasındaki temel ortak nokta nedir?**  
   A) Yalnızca kısa vadeli planlama içerir.  
   B) Her ikisi de sadece ticari kuruluşlar için çalışır.  
   C) Hedef kitleyi etkileme ve destek kazanmayı amaçlar.  
   D) Yasaları yürürlüğe koyma yetkisine sahiptirler.  
   E) Medya ile ilgilenmezler.  
   **Cevap: C**
10. **Lobicilik faaliyetlerinde halkla ilişkilerin hangi işlevi öne çıkar?**  
    A) Sadece yasa yapıcılarla iletişim kurma  
    B) Kamuoyu oluşturma ve medya ilişkilerini geliştirme  
    C) Baskı gruplarını ortadan kaldırma  
    D) Rüşvet ve tehdit gibi yöntemlere başvurma  
    E) Çıkar gruplarının tamamen gizli kalmasını sağlama  
    **Cevap: B**

**13. HAFTA Hİ SINAV SORULARI Test Soruları**

**1. Aşağıdakilerden hangisi kurumsal sermaye türlerinden biri değildir?**

A) Ekonomik Sermaye

B) Bilgi Sermayesi

C) Toplumsal Sermaye

D) Siyasi Sermaye **(Doğru)**

E) Sembolik Sermaye

**2. Bilgi sermayesi hangi kavramla eş anlamlıdır?**

A) Kültürel Sermaye **(Doğru)**

B) Sosyal Sermaye

C) Ekonomik Sermaye

D) Sembolik Sermaye

E) Maddi Sermaye

**3. BP’nin 2010 Meksika Körfezi krizindeki halkla ilişkiler stratejisinde hangi sermaye türü öncelikli olarak kullanılmıştır?**

A) Toplumsal Sermaye

B) Bilgi Sermayesi

C) Sembolik Sermaye

D) Ekonomik Sermaye **(Doğru)**

E) Politik Sermaye

**4. Aşağıdakilerden hangisi toplumsal sermayenin bir örneği olarak değerlendirilebilir?**

A) Tesla'nın çevre dostu yenilikçilik imajı

B) Coca-Cola'nın Afrika'daki temiz su projeleri **(Doğru)**

C) Marlboro’nun reklam kampanyaları

D) Goldman Sachs’ın medya açıklamaları

E) BP’nin kriz yönetimi bütçesi

**5. Halkla ilişkilerin rıza üretimi ile ilişkisini vurgulayan kavram aşağıdakilerden hangisidir?**

A) Sembolik Sermaye

B) Rıza Mühendisliği **(Doğru)**

C) Propaganda Teknikleri

D) Toplumsal Sermaye

E) Etik Kurallar

**6. Halkla ilişkilerde kullanılan nitel yöntemlerden biri aşağıdakilerden hangisidir?**

A) Anket

B) Kamuoyu Yoklaması

C) Derinlemesine Mülakat **(Doğru)**

D) Sayısal Analiz

E) Formül Hesaplama

**7. Volkswagen’in emisyon skandalında kullandığı halkla ilişkiler kampanyası hangi amaçla gerçekleştirilmiştir?**

A) Ekonomik kayıpları azaltmak

B) Marka itibarını yeniden kazanmak **(Doğru)**

C) Yeni ürün lansmanı yapmak

D) Siyasi destek sağlamak

E) Çalışan motivasyonunu artırmak

**8. Edward Bernays’in halkla ilişkilerde geliştirdiği kavram aşağıdakilerden hangisidir?**

A) Toplumsal İletişim

B) Rıza Mühendisliği **(Doğru)**

C) Medya Manipülasyonu

D) İkna Teknikleri

E) Halkla İlişkiler Akademisi

**9. PRSA’nın etik kodları hangi halkla ilişkiler unsurunu geliştirmeyi amaçlar?**

A) Maddi Kaynaklar

B) Bilgi Paylaşımı

C) Şeffaflık ve Doğruluk **(Doğru)**

D) Kampanya Yönetimi

E) Finansal Performans

**10. Sembolik sermaye aşağıdakilerden hangisiyle ilişkilidir?**

A) Maddi Kaynaklar

B) Toplumsal İlişkiler

C) Kurumun itibar ve imajı **(Doğru)**

D) Bilgi Sermayesi

E) Medya Manipülasyonu