

1. Bir sosyal girişimi geleneksel bir işletmeden ayıran şey nedir?

- a) Kar maksimizasyonu tek amaçtır.
- b) Finansal sürdürülebilirliğin yanı sıra sosyal ve çevresel etkiye odaklanmak.
- c) Devlet düzenlemelerine sıkı sıkıya bağlılık.
- d) Çalışanların refahına özel önem verilmesi.

2. Aşağıdakilerden hangisi sosyal girişim terminolojisindeki "çifte sonucu" en iyi şekilde tanımlar?

- a) Hissedar kârlarına öncelik verilmesi.
- b) Finansal getirileri sosyal ve/veya çevresel hedeflerle dengelemek.
- c) Sıkı finansal muhasebe uygulamaları.
- d) Çalışan bağlılığının vurgulanması.

3. Sosyal girişimcilik bağlamında “sosyal etki değerlendirmesi” nedir?

- a) Çalışan performansını değerlendirmek.
- b) İşletmenin toplum ve çevre üzerindeki etkilerini ölçmek.
- c) Piyasa rekabetinin değerlendirilmesi.
- d) Mali denetimleri yapmak.

4. Sürdürülebilirlik bir sosyal girişimin faaliyetlerinde nasıl bir rol oynuyor?

- a) Sosyal etkinin en aza indirilmesi.
- b) Kısa vadeli karları maksimize etmek.
- c) Uzun vadeli sürdürülebilirlik için ekonomik, sosyal ve çevresel hususların dengelenmesi.
- d) Toplumun ihtiyaçlarını göz ardı etmek.

5. Bir sosyal girişimin gelir yaratmasının temel amacı nedir?

- a) Hissedarların tatmin edilmesi.
- b) Topluluk projelerini ve sosyal girişimleri finanse etmek.
- c) Çalışanlara ikramiye verilmesi.
- d) Yönetici maaşlarının azami düzeye çıkarılması.

6. Kurumsal yönetimde Temel Performans Göstergesinin (KPI) amacı nedir?

- a) Pazarlama kampanyalarının başarısını ölçmek.
- b) Çalışanların katılımını değerlendirmek.
- c) Organizasyonel performansı değerlendirmek ve izlemek.
- d) Büro mobilyası ihtiyaçlarını belirlemek.

7. Kurumsal operasyonlar bağlamında “Tedarik Zinciri Yönetimi” terimi neyi ifade eder?

- a) Büro malzemeleri envanterini yönetmek.
- b) Mal ve hizmetlerin üretimden tüketime akışını optimize etmek.
- c) Bir kuruluş içindeki iç iletişimi yönetmek.
- d) Çalışanlara yönelik eğitim programları düzenlemek.

8. İşletme yönetiminde İş Sürekliliği Planının (BCP) temel amacı nedir?

- a) Çalışan devrini en aza indirmek.
- b) Kârın maksimize edilmesi.
- c) Kesintiler sırasında işletme faaliyetlerinin devam etmesini sağlamak.
- d) İşyeri estetiğinin geliştirilmesi.

9. Hangi mali tablo, bir şirketin belirli bir andaki mali durumunun anlık görüntüsünü sağlar?

- a) Gelir tablosu.
- b) Nakit akış tablosu.
- c) Bilanço.
- d) Dağıtılmamış karlar tablosu.

10. İşletme yönetiminde Kurumsal Kaynak Planlama (ERP) sistemlerinin temel amacı nedir?

- a) Çalışanların moralini yükseltmek.
- b) İletişimi kolaylaştırmak.
- c) İş süreçlerini entegre etmek ve yönetmek.
- d) Müşteri hizmetlerini kolaylaştırmak.

11. Stratejik planlama sürecinde SWOT analizinin amacı nedir?

- a) Çalışan performansının değerlendirilmesi.
- b) İçsel güçlü ve zayıf yönlerin yanı sıra dış fırsat ve tehditlerin belirlenmesi.
- c) Müşteri memnuniyetini değerlendirmek.
- d) Ofis ekipmanlarının bakımını izlemek.

12. Kurumsal ortamlarda Müşteri İlişkileri Yönetimi (CRM) yazılımının temel amacı nedir?

- a) Çalışanların katılımının izlenmesi
- b) Tedarik zinciri lojistiğini yönetmek.
- c) Organizasyon içindeki iletişimi geliştirmek.
- d) Müşterilerle ilişkiler kurmak ve sürdürmek.

13. İşletme ve kurumsal yönetim bağlamında ROI kısaltması neyi ifade eder?

- a) Yatırımın Geri Dönüşü.
- b) Enflasyon Oranı.
- c) Gelir Genel Gider Endeksi.
- d) İflas Riski.

14. Kurumsal sistemler ve altyapı bağlamında "ölçeklenebilirlik" terimi ne anlama geliyor?

- a) Çalışan verimliliğini ölçebilme yeteneği.
- b) Artan talebe uyum sağlama ve büyüme yeteneği.
- c) Çalışan memnuniyeti ölçümleri.
- d) İşyeri güvenliğinin sağlanması.

15. Hangi liderlik tarzı, bir liderin çalışanları güçlendirmeye ve karar vermelerini sağlamaya odaklanmasıyla karakterize edilir?

- a) Otokratik liderlik.
- b) İşlemsel liderlik.
- c) Dönüşümcü liderlik.
- d) Bırakınız yapsınlar liderliği.

GİRİŞİMCİLİK

16. Proje yönetiminde Gantt şemasının amacı nedir?

- a) Müşteri geri bildirimlerini değerlendirmek.
- b) Zaman içindeki proje ilerlemesinin izlenmesi.
- c) Çalışan motivasyonunun değerlendirilmesi.
- d) Piyasa eğilimlerini analiz etmek.

17. Kurumsal süreçlerde Kalite Yönetim Sisteminin (QMS) temel amacı nedir?

- a) Çalışan devrinin azaltılması.
- b) Endüstri standartlarına ve yönetmeliklere uygunluğun sağlanması.
- c) Reklam bütçelerini en üst düzeye çıkarmak.
- d) Ofis estetiğinin iyileştirilmesi.

18. Sosyal girişim bağlamında “üçlü kâr”ın temel amacı nedir?

- a) Hissedar zenginliğini en üst düzeye çıkarmak.
- b) Finansal, sosyal ve çevresel performansı dengelemek.
- c) Müşteri memnuniyetini ön planda tutmak.
- d) Çalışanların iş-yaşam dengesini sağlamak.

19. Sosyal girişim terminolojisinde “sosyal inovasyon” terimi neyi ifade eder?

- a) Geleneksel iş uygulamaları
- b) Sosyal ve çevresel zorlukları ele alan yaratıcı çözümler
- c) Endüstri normlarına sıkı bağlılık.
- d) Çalışan eğitim programları.

20. “Kar amacı gütmeyen bir sosyal girişimi” kar amaçlı bir sosyal girişimden ayıran nedir?

- a) Kâr yaratmaya odaklanması.
- b) Yalnızca hükümet finansmanına dayanması
- c) Kâr amacı gütmekten sosyal etkinin vurgulanması
- d) Toplumsal katılımın dışlanması

21. Sosyal girişim bağlamında “etki yatırımı” teriminin önemi nedir?

- a) Finansal risklerin en aza indirilmesi.
- b) Olumlu sosyal ve çevresel sonuçlar elde etmek amacıyla yatırım yapmak.
- c) Kısa vadeli karları maksimize etmek.
- d) Toplumun ihtiyaçlarını göz ardı etmek.

22. Bir sosyal girişimin başarısında topluluk katılımının rolü nedir?

- a) Sosyal girişimin başarısı üzerinde hiçbir etkisi yoktur.
- b) İşbirliğini teşvik etmek ve topluluk ihtiyaçlarını karşılamaktır.
- c) Rakiplerin girişine engel oluşturmaktır.
- d) Çalışan devrinin azaltılması.

23. Sosyal girişimcilik bağlamında “sosyal misyon beyanı” nedir?

- a) Mali hedefleri özetleyen bir beyan.
- b) Kuruluşun sosyal ve çevresel hedeflerine bağlılığının beyanı.
- c) Çalışan davranış kuralları.
- d) İç iletişim stratejisi.

24. Sosyal girişimlerin istihdam uygulamaları açısından öncelikli odağı nedir?

- a) Yönetici maaşlarının azami düzeye çıkarılması.
- b) Çalışanlara kapsamlı faydalar sağlamak.
- c) Fırsat eşitliği ve adil ücret sunmak.
- d) İş kanunlarına sıkı sıkıya bağlılık.

GİRİŞİMCİLİK

25. Bir sosyal girişimin pazarlama stratejisinin temel amacı nedir?

- a) Güçlü bir kurumsal imaj yaratmak.
- b) Kâr marjlarını maksimuma çıkarmak.
- c) Toplumu sosyal ve çevresel konularda eğitmek.
- d) Topluluk katılımı hariç.

26. Sosyal girişim yönetiminde kurumsal yönetimin rolü nedir?

- a) Hissedar değerini en üst düzeye çıkarmak.
- b) Finansal performansı etik hususlarla dengelemek.
- c) Çevre düzenlemelerini göz ardı etmek.
- d) Geleneksel iş modellerine sıkı sıkıya bağlılık.

27. Bir sosyal girişim etkisini nasıl ölçer ve paydaşlara nasıl iletir?

- a) Etki değerlendirmesinin göz ardı edilmesi.
- b) Yalnızca mali raporlar aracılığıyla.
- c) Sosyal etki ölçümlerinin ve şeffaf raporlamanın kullanılması.
- d) Yalnızca anekdot niteliğindeki kanıtlara dayanmak.

28. Girişimciler için etkili iletişim becerilerinin temel özelliği nedir?

- a) Sadece gerektiğinde konuşmak.
- b) Göz temasından kaçınmak.
- c) Fikirlerin açık ve öz bir şekilde ifade edilmesi.
- d) Geri bildirim dikkate almamak.

29. Dayanıklılık neden girişimciler için değerli bir beceri olarak görülüyor?

- a) Risk almaktan kaçınmak.
- b) Uyum sağlamak ve aksiliklerden sonra toparlanmak.
- c) Durağan bir iş modelini sürdürmek.
- d) Değişime direnmek.

30. Girişimcilikte yaratıcılığın rolü nedir?

- a) Yerleşik normlara uymak.
- b) Katı bir iş planına bağlı kalmak.
- c) Yenilikçi fikir ve çözümler üretmek.
- d) Deney yapmaktan kaçınmak.

31. Girişimciler için zaman yönetimi neden önemlidir?

- a) Etkili bir şekilde ertelemek için.
- b) Stres seviyelerini arttırmak için.
- c) Görevlere öncelik vermek ve üretkenliği optimize etmek için.
- d) Aynı anda birden fazla proje üzerinde çalışmak için.

32. Girişimcilik becerileri bağlamında “finansal okuryazarlık” terimi neyi ifade eder?

- a) Mali tabloların dikkate alınmaması.
- b) Bir işletmenin finansal yönlerini anlamak ve yönetmek.
- c) Dış mali danışmanlara güvenmek.
- d) Kişisel harcamaları maksimuma çıkarmak.

33. Girişimcilik başarısında uyum yeteneğinin önemi nedir?

- a) Katı bir iş planına bağlı kalmak.
- b) Tutarlılığı sürdürmek için
değişime direnmek.
- c) Stratejilerin pazar dinamiklerine
göre ayarlanması.
- d) Müşteri geri bildirimlerini
dikkate almamak.

34. Etkili liderlik girişimcilik başarısına nasıl katkıda bulunur?

- a) Her görevi mikro düzeyde yöneterek.
- b) Yalnızca bireysel başarıya odaklanarak.
- c) Bir ekibe ortak hedefler doğrultusunda ilham vererek ve rehberlik ederek.
- d) Karar verme sorumluluklarından kaçınarak.

35. Ağ oluşturma girişimciler için neden çok önemli bir beceri olarak görülüyor?

- a) Kendini sektördeki benzerlerinden izole ettiği için.
- b) Potansiyel fırsatlara maruz kalmanın en aza indirilmesi sebebiyle.
- c) Değerli ilişkiler ve ortaklıklar kurduğu için.
- d) Endüstri trendlerini göz ardı ettiği için.

36. Girişimci girişimlerde risk almanın rolü nedir?

- a) Konforu korumak için zorluklardan kaçınmak.
- b) Yenilik ve büyümeyi teşvik etmek için hesaplanmış riskler almak.
- c) Her türlü belirsizliğe direnmek.
- d) Piyasa eğilimlerini göz ardı etmek.

37. Girişimcilik becerileri bağlamında duygusal zeka nedir?

- a) Karar verirken duygularını göz ardı etmek.
- b) Kendisinin ve başkalarının duygularını anlamak ve yönetmek.
- c) Yalnızca mantıksal akıl yürütmeye odaklanmak.
- d) İş etkileşimlerinde empatiyi en aza indirmek.

38. Karar verme neden girişimciler için kritik bir beceri olarak görülüyor?

- a) Öylesine bir karar vermekten kaçınmak için
- b) Tüm karar alma görevlerini başkalarına devretmek için
- c) İşletmeyi yönlendirecek bilinçli ve zamanında seçimler yapmak için
- d) Yalnızca sezgiye dayandığı için

39. Girişimcilik becerileri bağlamında “sorumlu risk alma” terimi ne anlama geliyor?

- a) Her türlü riskten kaçınmak.
- b) Sonuçlarını düşünmeden risk almak.
- c) Hedeflere ulaşmak için hesaplanmış ve iyi düşünülmüş kararlar vermek.
- d) Başarısızlık olasılığını göz ardı etmek.

40. Etkili problem çözme girişimcilik başarısına nasıl katkıda bulunur?

- a) Pozitifliği sürdürmek için sorunları görmezden gelerek.
- b) Zorluklar karşısında değişime direnerek.
- c) Yenilikçi çözümler bulmak için sorunları proaktif bir şekilde ele alarak
- d) İş zorlukları nedeniyle sorumluluktan kaçınarak.

41. Pazar değışiklikleri karşısında uyum sağlamanın girişimciler için rolü nedir?

- a) Katı bir iş modelinin sürdürülmesi.
- b) Her türlü değışime direnmek.
- c) Gelişen pazar eğilimlerine uyum sağlayacak şekilde stratejilerin ayarlanması.
- d) Ürün iyileştirmelerine ilişkin müşteri geri bildirimlerinin göz ardı edilmesi.

42. Girişimciler için neden güçlü bir iş ahlakının gerekli olduğu düşünülüyor?

- a) Ertelemeyi teşvik etmek için.
- b) İşe karşı rahat bir yaklaşımı sürdürmek için.
- c) İşinin başarısına bağlılığı ve özveri göstermesi için.
- d) Günlük operasyonlarda çabayı en aza indirmek.

43. Girişimcilik becerileri bağlamında “müzakere becerileri” ile ne kastedilmektedir?

- a) Her türlü müzakereden kaçınmak.
- b) Çatışmacı iletişimde bulunmak.
- c) Başkalarıyla etkili bir şekilde iletişim kurmak ve anlaşmalara varmak.
- d) İş ortaklarının çıkarlarının göz ardı edilmesi.

44. Girişimcilik bağlamlarında "vizyoner düşünme" terimi ne anlama gelir?

- a) Yalnızca kısa vadeli hedeflere odaklanmak.
- b) Uzun vadeli planlamayı göz ardı etmek.
- c) İşletme için uzun vadeli bir vizyon geliştirmek ve sürdürmek.
- d) Her türlü stratejik planlamayı reddetmek.

45. Gelişmeye yönelik zihniyet, bir girişimcinin başarısına nasıl katkıda bulunur?

- a) Kişinin yeteneklerine ilişkin sabit bir bakış açısına sahip olması.
- b) Zorlukları kucaklamak ve başarısızlıkları büyüme fırsatları olarak görmek.
- c) Her türlü kişisel gelişimden kaçınmak.
- d) Sürekli öğrenme ihtiyacının göz ardı edilmesi.

46. Etkili delegasyon girişimciler için neden önemli bir beceridir?

- a) İşin her yönünü mikro düzeyde yönettiği için.
- b) Ekip üyelerine görev atamaktan kaçındığı için.
- c) Ekip üyelerinin güçlendirilmesi ve güçlü yönlerinin kullanılmasını sağladığı için
- d) Organizasyon içindeki işbirliğini en aza indirdiği için.

47. Başarılı girişimcilerin liderlik tarzında empatinin rolü nedir?

- a) Başkalarının ihtiyaç ve endişelerini göz ardı etmek.
- b) Başkalarının bakış açılarını anladığını ve dikkate aldığını göstermek.
- c) Kişilerarası bağlantıları en aza indirmek.
- d) Yalnızca kişisel başarılarla odaklanmak.

48.Pazarlama aşamasında pazar bölümlendirmenin amacı nedir?

- a) Müşteri çeşitliliğini göz ardı etmek.
- b) Pazarın tamamını aynı şekilde hedeflemek.
- c) Piyasayı özelliklerine göre farklı gruplara ayırmak.
- d) Müşteri geri bildirimlerinden kaçınmak.

49. Pazarlama aşamasında pazarlama karmasının (4P) rolü nedir?

- a) Ürünü, fiyatı, yeri ve promosyonu göz ardı etmek.
- b) Yalnızca ürün özelliklerine odaklanmak.
- c) Ürün, fiyat, yer ve tanıtım stratejilerini entegre etmek.
- d) Tanıtım faaliyetlerinin dışında olması

50. Bir ürün veya hizmetin pazarlama aşamasında pazar araştırması neden önemlidir?

- a) Müşteri ihtiyaçlarını anlamaktan kaçınmak.
- b) Pazar fırsatlarını ve zorluklarını belirlemek ve analiz etmek.
- c) Rakip analizini atlamak.
- d) Müşteri geri bildiriminin önemini en aza indirmek.

51. Bir işletmenin pazarlama aşamasında pazarlama planının amacı nedir?

- a) Stratejik planlamadan kaçınmak.
- b) Pazarlama hedeflerine ulaşmak için amaç, strateji ve taktiklerin ana hatlarını çizmek.
- c) Pazarlama faaliyetlerine ilişkin bütçelemeyi ihmal etmek.
- d) Piyasa analizinin önemini küçümsemek.

52. Pazarlama aşamasında marka konumlandırmanın rolü nedir?

- a) Marka imajının göz ardı edilmesi.
- b) Markanın müşterilerin zihninde ayırt edici bir yer yaratması.
- c) Marka tutarlılığının ihmal edilmesi.
- d) Marka kimliğinin öneminin en aza indirilmesi.

53. Pazarlama aşamasında müşteri ilişkileri yönetimi (CRM) neden önemlidir?

- a) Müşteri etkileşimlerini göz ardı etmek.
- b) Müşteri memnuniyetini ve bağlılığını arttırmak.
- c) Kişiselleştirilmiş iletişimden kaçınmak.
- d) Müşteri geri bildiriminin önemini en aza indirmek.

54. Pazarlama aşamasında pazarlama hedeflerini belirlemenin önemi nedir?

- a) Belirli amaçlar olmaksızın çalışmak.
- b) Pazarlama çalışmalarına rehberlik etmek ve değerlendirmek.
- c) Ölçülebilir hedeflerin önemini küçümsemek.
- d) Pazarlama stratejilerini iş hedefleriyle uyumlu hale getirmekten kaçınmak.

55. Dijital pazarlama, modern iş ortamında pazarlama aşamasına nasıl katkıda bulunur?

- a) Online kanalları hariç tutarak.
- b) İzleyicilerle online platformlar aracılığıyla bağlantı kurarak.
- c) Sosyal medyanın varlığını göz ardı ederek.
- d) Teknolojiyi pazarlama faaliyetlerinde kullanmaktan kaçınarak

56. Pazarlama aşamasında pazarlama performansının izlenmesi ve analiz edilmesinin amacı nedir?

- a) Pazarlama çabalarının başarısını ölçmekten kaçınmak.
- b) Veriye dayalı kararlar almak ve stratejileri optimize etmek.
- c) Performans ölçütlerine olan ihtiyacı göz ardı etmek.
- d) Pazarlama analitiğinin önemini en aza indirmek.

57. Pazarlama aşamasında pazar konumlandırmanın amacı nedir?

- a) Rakiplere uyum sağlamak.
- b) Tüketicilerin zihninde bir ürün veya markaya ilişkin benzersiz ve olumlu bir algı oluşturmak.
- c) Hedef kitlenin tercihlerini göz ardı etmek.
- d) Farklılaştırma stratejilerinden kaçınmak.

58. Bir ürün veya hizmetin pazarlama aşamasında müşteri geri bildirimleri neden önemlidir?

- a) Müşteri görüşlerinin önemini küçümsemek.
- b) Tüketici içgörülerine dayalı iyileştirmeler yapmaktan kaçınmak.
- c) Geliştirilecek alanları belirlemek ve müşteri ihtiyaçlarını daha iyi karşılamak.
- d) Müşteri memnuniyetini pazarlama hususlarının dışında tutmak.

59. İçerik pazarlaması bir işletmenin pazarlama aşamasına nasıl katkıda bulunur?

- a) Bilgilendirici ve ilgi çekici içerikleri hariç tutarak.
- b) Hedef kitlelere değerli bilgiler sağlayarak ve marka otoritesi oluşturarak.
- c) Dijital platformlardan kaçınarak
- d) Hikaye anlatıcılığının pazarlamadaki önemini göz ardı ederek.

60. Bir işletmenin pazarlama aşamasında markalaşmasının rolü nedir?

- a) Marka tutarlılığını göz ardı etmek.
- b) Farklı bir kimlik oluşturmak, marka bağlılığı oluşturmak ve rakiplerden farklılaşmak.
- c) Marka bilinirliğinin önemini en aza indirmek.
- d) Tüketicilerle duygusal bağ kurmaktan kaçınmak.