

ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ, ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΝΕΟΛΑΙΑΣ
ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΜΕΣΗΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ

ΕΝΙΑΙΕΣ ΤΕΛΙΚΕΣ ΑΠΟΛΥΤΗΡΙΕΣ ΓΡΑΠΤΕΣ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ 2023-2024

Γ΄ ΤΑΞΗΣ ΛΥΚΕΙΟΥ

ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ: 17 ΜΑΪΟΥ 2024

ΕΞΕΤΑΖΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑ: ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Α΄ ΣΕΙΡΑ

ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ: Γ071

ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΓΡΑΠΤΗΣ ΕΞΕΤΑΣΗΣ: 90 λεπτά

ΤΟ ΕΞΕΤΑΣΤΙΚΟ ΔΟΚΙΜΙΟ ΑΠΟΤΕΛΕΙΤΑΙ ΑΠΟ ΕΞΙ (6) ΣΕΛΙΔΕΣ

ΟΔΗΓΙΕΣ (για τους εξεταζομένους)

1. Στο εξώφυλλο του τετραδίου απαντήσεων να συμπληρώσετε όλα τα κενά με τα στοιχεία που ζητούνται.
2. **Να απαντήσετε ΟΛΑ τα ερωτήματα.**
3. **Να μην αντιγράψετε τα θέματα** στο τετράδιο απαντήσεων.
4. Να μη γράψετε πουθενά στις απαντήσεις **το όνομά σας**.
5. Να απαντήσετε στο τετράδιό σας σε όλα τα θέματα **μόνο με μπλε πένα ανεξίτηλης μελάνης**.
6. Απαγορεύεται η χρήση διορθωτικού υγρού και διορθωτικής ταινίας.

Ερώτηση 1

Να γράψετε στο τετράδιο των απαντήσεών σας τον αριθμό της ερώτησης και δίπλα το γράμμα που δηλώνει την ορθή απάντηση (π.χ. **ι - α** ή **ι - β** κ.λπ.). **Υπάρχει μόνο μία ορθή απάντηση.**

i. Για τη διεξαγωγή μιας έρευνας, η μέθοδος επαφής η οποία χαρακτηρίζεται από ταχύτητα και χαμηλό κόστος είναι η:

- α. ταχυδρομική έρευνα
- β. τηλεφωνική έρευνα
- γ. προσωπική συνέντευξη
- δ. διαδικτυακή έρευνα

ii. Το τελευταίο στάδιο της διαδικασίας της έρευνας είναι:

- α. η εφαρμογή του σχεδίου της έρευνας
- β. ο ορισμός των στόχων της έρευνας
- γ. η παρουσίαση των αποτελεσμάτων
- δ. η διαμόρφωση του σχεδίου της έρευνας

iii. Για την επιλογή της μεθόδου συλλογής πληροφοριών σε μια έρευνα λαμβάνεται υπόψη:

- α. το αντικείμενο της έρευνας
- β. η φύση του πληθυσμού της έρευνας
- γ. το κόστος της έρευνας
- δ. όλα τα πιο πάνω

(Μονάδες 6)

Ερώτηση 2

Η Ελένη Καρπασίτη αποφάσισε να δημιουργήσει τη δική της επιχείρηση η οποία ασχολείται με την κατασκευή και πώληση αρωματικών κεριών στην **καταναλωτική αγορά**. Όμως κατά την ετοιμασία του επιχειρηματικού πλάνου προβληματίζεται σε ποιες αγορές θα απευθύνονται τα προϊόντα της. Είστε σύμβουλοι μάρκετινγκ και η Ελένη απευθύνεται σε εσάς για να τη συμβουλευσετε.

Ζητείται:

α) Να εξηγήσετε στην Ελένη τι είναι η **τμηματοποίηση της αγοράς. **(Μονάδες 3)****

β) Να αναφέρετε **τρεις (3) μεταβλητές τμηματοποίησης των καταναλωτικών αγορών.**

(Μονάδες 6)

γ) Να αναφέρετε **δύο (2) χαρακτηριστικά που θα πρέπει να έχουν τα τμήματα της αγοράς για να είναι χρήσιμα. **(Μονάδες 2)****

Ερώτηση 3

Να χαρακτηρίσετε το περιεχόμενο των πιο κάτω προτάσεων ως Ορθό ή Λάθος. Να σημειώσετε στο τετράδιο των απαντήσεών σας το κάθε γράμμα με τον αντίστοιχο χαρακτηρισμό (π.χ. **α – Ορθό** ή **α – Λάθος** κ.λπ.).

α.	Με τη χρήση των μεσαζόντων οι παραγωγοί αυξάνουν τον αριθμό των συναλλαγών τους.
β.	Η επιλογή του καναλιού διανομής των προϊόντων μιας επιχείρησης επηρεάζει και όλες τις άλλες αποφάσεις μάρκετινγκ.
γ.	Ένας παραγωγός μπορεί να συναλλάσσεται μόνο με χονδρέμπορους.
δ.	Οι παραγωγοί προσφέρουν μεγάλη ποικιλία προϊόντων σε μικρές ποσότητες.
ε.	Οι μεσάζοντες μεταφέρουν τις επιθυμίες των καταναλωτών στους παραγωγούς για να διαμορφώνουν ανάλογα τα προϊόντα τους.

(Μονάδες 5)

Ερώτηση 4

α) Να εξηγήσετε τι είναι το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.

(Μονάδες 4)

β) Να αναφέρετε **τρεις (3)** τρόπους με τους οποίους μπορεί μια επιχείρηση να αποκτήσει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.

(Μονάδες 6)

Ερώτηση 5

Να χαρακτηρίσετε το περιεχόμενο των πιο κάτω προτάσεων ως Ορθό ή Λάθος. Να σημειώσετε στο τετράδιο των απαντήσεών σας το κάθε γράμμα με τον αντίστοιχο χαρακτηρισμό (π.χ. **α – Ορθό** ή **α – Λάθος** κ.λπ.).

α.	Οι δευτερεύουσες πεποιθήσεις είναι πιο δύσκολο να αλλάξουν σε σχέση με τις κύριες πεποιθήσεις.
β.	Η κατανομή του εισοδήματος σε μία οικονομία μπορεί να επηρεάσει τις αποφάσεις μάρκετινγκ μιας επιχείρησης.
γ.	Η αυξημένη ρύπανση απασχολεί την κοινωνία και επηρεάζει τις ενέργειες των μάρκετερς.
δ.	Τα κεφαλαιουχικά προϊόντα είναι βιομηχανικά προϊόντα που ενσωματώνονται στην παραγωγή τελικών προϊόντων.
ε.	Η κουλτούρα ενός ατόμου επηρεάζει τις επιθυμίες και την αγοραστική συμπεριφορά του.

(Μονάδες 10)

Ερώτηση 6

Να χαρακτηρίσετε το περιεχόμενο των πιο κάτω προτάσεων ως Ορθό ή Λάθος. Να σημειώσετε στο τετράδιο των απαντήσεών σας το κάθε γράμμα με τον αντίστοιχο χαρακτηρισμό (π.χ. **α – Ορθό** ή **α – Λάθος** κ.λπ.).

α.	Το πρώτο στάδιο της αγοραστικής διαδικασίας του καταναλωτή είναι η συλλογή πληροφοριών.
β.	Τα διαφημιστικά πάνελ αποτελούν εξωτερική διαφήμιση.
γ.	Η ηλικία ενός ατόμου δεν μπορεί να επηρεάσει την αγοραστική του συμπεριφορά.
δ.	Οι μάρκετερς διαφοροποιούν τα προϊόντα τους για να μπορούν να επηρεάσουν και διαφοροποιημένες πολιτισμικά υποομάδες.
ε.	Οι επιχειρήσεις αποφεύγουν τη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης για την προώθηση των προϊόντων τους.

(Μονάδες 5)

Ερώτηση 7

α) Να κατατάξετε τα **πέντε (5)** στάδια της διαδικασίας του μάρκετινγκ σε σειρά, χρησιμοποιώντας την αρίθμηση της **Στήλης Α** και αρχίζοντας από το Στάδιο 1 (π.χ. **Στάδιο 1 – i** ή **Στάδιο 1 – ii** κ.λπ.).

Στήλη Α	Στάδια της διαδικασίας του μάρκετινγκ
i.	Δημιουργία ενός ολοκληρωμένου προγράμματος που παρέχει αξία.
ii.	Δέσμευση αξίας από τους πελάτες για τη δημιουργία κερδών και ποιότητας πελατών.
iii.	Σχεδιασμός της πελατοκεντρικής στρατηγικής μάρκετινγκ.
iv.	Κατανόηση της αγοράς, των αναγκών και επιθυμιών των καταναλωτών.
v.	Ανάπτυξη αποδοτικών σχέσεων και δημιουργία ικανοποίησης για τους πελάτες.

(Μονάδες 5)

β) «*Η ανάπτυξη κερδοφόρων πελατειακών σχέσεων είναι ένας σημαντικός στόχος για κάθε επιχείρηση*».

Να εξηγήσετε πώς μια επιχείρηση πετυχαίνει την ανάπτυξη κερδοφόρων πελατειακών σχέσεων και γιατί είναι τόσο σημαντική για την επιχείρηση.

(Μονάδες 5)

γ) Να αναφέρετε τα 4P του μάρκετινγκ.

(Μονάδες 4)

Ερώτηση 8

α) Να ονομάσετε τις **δύο (2)** ομάδες που αποτελούν το περιβάλλον της επιχείρησης. **(Μονάδες 1)**

β) «Η συνετή αξιοποίηση της τεχνολογίας Artificial Intelligence (AI) μπορεί να αποφέρει σημαντικά οφέλη στις επιχειρήσεις αλλά και στον ευρύτερο δημόσιο τομέα».

Πηγή: In Business News ημερομ. 19/02/2024

Να εξηγήσετε γιατί τα στελέχη του μάρκετινγκ είναι σημαντικό να παρακολουθούν την τεχνολογία. **(Μονάδες 2)**

γ) Το πολιτικό περιβάλλον σε μία χώρα είναι πολύ σημαντικό για τις επιχειρήσεις. Να αναφέρετε **δύο (2)** λόγους, που να δικαιολογούν την ύπαρξη νόμων που ρυθμίζουν τη λειτουργία των επιχειρήσεων. **(Μονάδες 4)**

Ερώτηση 9

α) Ο Παντελής Μυρτιώτης έχει δημιουργήσει ένα εργαστήριο γλυκών και θέλει να του δώσει το όνομα «Εκκλησούλα Μολυβδοκολοπελεκητή». Η φίλη του Άννα επιμένει πως δεν είναι το κατάλληλο όνομα.

Να αναφέρετε **δύο (2)** ιδιότητες που πρέπει να διαθέτει μία ονομασία μάρκας για να είναι επιτυχημένη. **(Μονάδες 4)**

β) Να αναφέρετε **δύο (2)** από τα τέσσερα επίπεδα μηνύματος που μπορεί να μεταφέρει μία μάρκα. **(Μονάδες 4)**

γ) Να ταιριάξετε τις έννοιες στις πιο κάτω δύο στήλες. Να γράψετε στο τετράδιο των απαντήσεών σας **τον αριθμό** της Στήλης Α και δίπλα **το γράμμα** της Στήλης Β που δηλώνει την ορθή απάντηση (π.χ. **1 – α** ή **1 – β** κ.λπ.).

Στήλη Α	
1.	Επέκταση σειράς
2.	Επέκταση μάρκας
3.	Πολυμάρκες
4.	Νέες μάρκες

Στήλη Β	
α.	Η εταιρεία «ΘΗΤΑ» χρησιμοποιεί την πετυχημένη ονομασία της στα γιαούρτια για να παρουσιάσει δύο νέες γεύσεις γιαουρτιών, με μέλι και με φρούτα.
β.	Η εταιρεία που παράγει τα πλυντήρια «KATHARA» δημιούργησε τη νέα μάρκα «STEGNA» για το νέο της προϊόν που είναι στεγνωτήρια ρούχων.
γ.	Μια εταιρεία παραγωγής καφέ δημιούργησε άλλες δύο μάρκες καφέ, «KING» και «PRINCESS», για δύο καφέδες τους οποίους επιθυμεί να προωθήσει σε διαφορετικές κατηγορίες πελατών.
δ.	Η εταιρεία «KONDA» η οποία κατασκευάζει αυτοκίνητα χρησιμοποιεί την επιτυχημένη μάρκα της για να επεκταθεί σε ένα νέο προϊόν, μηχανές θαλάσσης.

(Μονάδες 8)

Ερώτηση 10

Η Νεοφύτα εργάζεται σε ένα διαφημιστικό γραφείο και σήμερα το πρωί πήρε το πιο κάτω ηλεκτρονικό μήνυμα από την προϊστάμενή της:

Από: nitsazwdiati@morfoumail.com
Προς: neofytalapithiwti@morfoumail.com
Θέμα: Νέες εργασίες

Αγαπητή Νεοφύτα,

Παρακαλώ όπως αναλάβεις τις ακόλουθες εργασίες:

1. Ετοιμασία διαφημιστικών μηνυμάτων για:
 - Αντηλιακά προϊόντα από την εταιρεία «**SUN**» τα οποία κυκλοφορούν τα τελευταία 8 χρόνια στην αγορά. Η εταιρεία «**SUN**» ζήτησε ένα διαφημιστικό μήνυμα για να επαναφέρει στη μνήμη των καταναλωτών τα αντηλιακά της προϊόντα τη φετινή καλοκαιρινή περίοδο.
 - Ένα νέο μηχάνημα καθαρισμού τζαμιών με πρωτοποριακή τεχνολογία από την εταιρεία «**Λάμψη**». Η εταιρεία «**Λάμψη**» ζήτησε ένα διαφημιστικό μήνυμα για την εισαγωγή του νέου μηχανήματός της στην αγορά.
2. Η εταιρεία «**Λάμψη**» ζήτησε να της προτείνουμε διαφημιστικά μέσα, στα οποία μπορεί να προβληθεί το διαφημιστικό της μήνυμα.
3. Η εταιρεία «**SUN**» ζήτησε ιδέες για προώθηση των πωλήσεών της. Πέρσι είχαμε προτείνει ένα διαγωνισμό (με κάθε αγορά αντηλιακού προϊόντος μία συμμετοχή σε κλήρωση, με δώρο ένα ταξίδι στο Παρίσι), φέτος ζητά κάτι διαφορετικό.

Για επιπλέον πληροφορίες σχετικά με τα προϊόντα παρακαλώ όπως επικοινωνήσεις με τον Γιάννη (τηλ.-234).

Ημερομηνία παράδοσης εργασιών: 27 Μαΐου 2024.

Καλή σου μέρα και καλή δουλειά,

Νίτσα Ζωδιάτη

Υπεύθυνη Τμήματος

Διαφημιστικό Γραφείο «Μόρφου»

Ζητείται:

Με βάση το πιο πάνω ηλεκτρονικό μήνυμα:

α) Να ονομάσετε, ανάλογα με τον σκοπό που θέλουν οι εταιρείες να επιτευχθεί, ποια από τις τέσσερις κατηγορίες διαφημιστικών στόχων (**πληροφοριακή διαφήμιση, διαφήμιση πειθούς, υπενθυμητική διαφήμιση, ενισχυτική διαφήμιση**) είναι κατάλληλη για:

- i. τα αντηλιακά προϊόντα
- ii. το μηχάνημα καθαρισμού τζαμιών

(Μονάδες 6)

β) Να αναφέρετε:

- i. **δύο (2)** διαφημιστικά μέσα που μπορεί να προτείνει η Νεοφύτα στην προϊσταμένη της για την εταιρεία «Λάμψη». **(Μονάδες 4)**
- ii. **ένα (1)** παράγοντα που πρέπει να ληφθεί υπόψη από τη Νεοφύτα κατά την επιλογή του τύπου του διαφημιστικού μέσου. **(Μονάδες 2)**
- iii. **δύο (2)** εργαλεία προώθησης πωλήσεων που μπορεί να προτείνει η Νεοφύτα για την εταιρεία «SUN» (εκτός από τον διαγωνισμό που αναφέρεται στο πιο πάνω ηλεκτρονικό μήνυμα). **(Μονάδες 4)**

Σύνολο Μονάδων 100

ΤΕΛΟΣ ΕΞΕΤΑΣΤΙΚΟΥ ΔΟΚΙΜΙΟΥ

ΣΑΣ ΕΥΧΟΜΑΣΤΕ ΚΑΘΕ ΕΠΙΤΥΧΙΑ