

ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ, ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ, ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΝΕΟΛΑΙΑΣ
ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΜΕΣΗΣ ΓΕΝΙΚΗΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ

ΕΝΙΑΙΑ ΓΡΑΠΤΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ Α΄ ΤΕΤΡΑΜΗΝΟΥ 2021-22

ΤΑΞΗ: Γ΄ ΛΥΚΕΙΟΥ

ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ: 19 ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΥ 2022

ΕΞΕΤΑΖΟΜΕΝΟ ΜΑΘΗΜΑ: ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ (Α΄ ΣΕΙΡΑ)

ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ: Γ071

ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΓΡΑΠΤΗΣ ΕΞΕΤΑΣΗΣ: 90 λεπτά

ΤΟ ΕΞΕΤΑΣΤΙΚΟ ΔΟΚΙΜΙΟ ΑΠΟΤΕΛΕΙΤΑΙ ΑΠΟ ΕΞΙ (6) ΣΕΛΙΔΕΣ

ΟΔΗΓΙΕΣ

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**. Μολύβι επιτρέπεται, αν το ζητάει η εκφώνηση, και μόνο για σχήματα, πίνακες, διαγράμματα κ.λπ.
6. Απαγορεύεται η χρήση διορθωτικού υγρού και διορθωτικής ταινίας.

ΣΑΣ ΕΥΧΟΜΑΣΤΕ ΚΑΛΗ ΕΠΙΤΥΧΙΑ

ΕΡΩΤΗΣΗ 1

Να αντιγράψετε στο τετράδιο απαντήσεών σας μόνο τη **Στήλη Α** και να σημειώσετε δίπλα ΟΡΘΟ ή ΛΑΘΟΣ, όπου ισχύει:

| Στήλη Α | |
|----------------|---|
| α. | Οι ανθρώπινες ανάγκες δημιουργούν την αίσθηση της ικανοποίησης. |
| β. | Οι μάρκετερς επιδιώκουν το χτίσιμο βραχυχρόνιων σχέσεων με τους πελάτες, τους διανομείς και τους προμηθευτές τους. |
| γ. | Η επιχείρηση διαιρεί την αγορά σε τμήματα πελατών και επιλέγει τα τμήματα που θα επιδιώξει να κατακτήσει. |
| δ. | Τα 4 Ρ του μάρκετινγκ είναι: Product, Price, Place, Pollution. |
| ε. | Στη φιλοσοφία της παραγωγής οι επιχειρήσεις επικεντρώνονται στη βελτίωση της παραγωγής και διανομής των προϊόντων τους. |

(Μονάδες 10)

ΕΡΩΤΗΣΗ 2

Να γράψετε στο τετράδιο των απαντήσεών σας τον αριθμό της ερώτησης και δίπλα το γράμμα που δηλώνει την ορθή απάντηση (π.χ. **2.ι - α** ή **2.ι - β** κ.λπ.). **Υπάρχει μόνο μία ορθή απάντηση.**

- ι.** Η φιλοσοφία της πώλησης:
- α.** Επικεντρώνεται στη διαρκή βελτίωση των προϊόντων.
 - β.** Θεωρεί ότι οι στόχοι επιτυγχάνονται με τη γνώση των αναγκών και των επιθυμιών των καταναλωτών-στόχων και την ικανοποίησή τους σε μεγαλύτερο βαθμό από ότι οι ανταγωνιστές.
 - γ.** Πιστεύει ότι οι καταναλωτές θα προτιμήσουν τα προϊόντα της, αν η επιχείρηση καταβάλλει μεγάλες προσπάθειες προώθησης και πώλησής τους.
 - δ.** Βασίζεται στην αντίληψη ότι οι καταναλωτές προτιμούν προϊόντα που είναι διαθέσιμα και εύκολα να τα αγοράσουν.

- ii. Η επιβράδυνση του ρυθμού των γεννήσεων οφείλεται:
- α. Στο γεγονός ότι σήμερα υπάρχουν περισσότεροι ηλικιωμένοι.
 - β. Στην αύξηση του αριθμού των μορφωμένων ατόμων.
 - γ. Στην αυξανόμενη διαφορετικότητα.
 - δ. Στην προσπάθεια του ανθρώπου να βελτιώσει το βιοτικό του επίπεδο, στην επιθυμία των γυναικών να εργάζονται και στους αποτελεσματικούς τρόπους περιορισμού των γεννήσεων.
- iii. Ποιο από τα παρακάτω ανήκει στο πολιτικό περιβάλλον;
- α. Οι νόμοι που ρυθμίζουν τη λειτουργία των επιχειρήσεων.
 - β. Τα μεγάλα ποσά που δαπανώνται για έρευνα και ανάπτυξη.
 - γ. Ο γρήγορος ρυθμός των τεχνολογικών αλλαγών.
 - δ. Οι αλλαγές στις δευτερεύουσες πολιτιστικές αξίες.
- iv. Οι προμηθευτές:
- α. Βοηθούν την επιχείρηση να βρει πελάτες και να πωλήσει τα προϊόντα της.
 - β. Παρέχουν τα μέσα που χρειάζεται η επιχείρηση για να παράγει τα προϊόντα και τις υπηρεσίες της.
 - γ. Βοηθούν την επιχείρηση να μεταφέρει και να αποθηκεύει τα προϊόντα της.
 - δ. Χρηματοδοτούν και ασφαλίζουν τις συναλλαγές της επιχείρησης.
- v. Κοινό επικοινωνίας, είναι:
- α. Οι τράπεζες, οι επενδυτές και οι μέτοχοι.
 - β. Οι οργανώσεις καταναλωτών και οι περιβαλλοντικές οργανώσεις.
 - γ. Οι εφημερίδες, τα περιοδικά, η τηλεόραση και οι μεταφορείς ειδήσεων.
 - δ. Οι κοινοτικοί οργανισμοί και οι κάτοικοι γειτονικών περιοχών.

(Μονάδες 10)

ΕΡΩΤΗΣΗ 3

Οι προσεγγίσεις έρευνας είναι:

- Η έρευνα με παρατήρηση
- Η έρευνα με επισκόπηση, και
- Η έρευνα με πείραμα

Να εξηγήσετε δύο (2) από τις πιο πάνω προσεγγίσεις έρευνας.

(Μονάδες 10)

ΕΡΩΤΗΣΗ 4

Να αντιγράψετε στο τετράδιο απαντήσεών σας μόνο τη **Στήλη Α** και να σημειώσετε δίπλα ΟΡΘΟ ή ΛΑΘΟΣ, όπου ισχύει:

| | |
|----------------|--|
| Στήλη Α | |
| α. | Το περιβάλλον του μάρκετινγκ αποτελείται από το μεσοπεριβάλλον και το μακροπεριβάλλον. |
| β. | Το δημογραφικό και το τεχνολογικό περιβάλλον ανήκουν στο μικροπεριβάλλον μιας επιχείρησης. |
| γ. | Στις κοινωνίες δυτικού τύπου έχει κλονισθεί ο θεσμός της παραδοσιακής οικογένειας. |
| δ. | Σε χώρες που υπάρχει οικονομική ύφεση, η αγοραστική δύναμη των καταναλωτών αυξάνεται. |
| ε. | Το πολιτισμικό περιβάλλον αποτελείται από τους θεσμούς, τις αξίες και άλλες δυνάμεις που διέπουν τη συμπεριφορά της κοινωνίας. |

(Μονάδες 10)

ΕΡΩΤΗΣΗ 5

«Το δεύτερο στάδιο της αγοραστικής συμπεριφοράς του καταναλωτή είναι η συλλογή πληροφοριών.»

Να αναφέρετε τέσσερις (4) πηγές από τις οποίες μπορούν να αντλήσουν πληροφορίες οι καταναλωτές.

(Μονάδες 10)

ΕΡΩΤΗΣΗ 6

Να αναφέρετε τέσσερις (4) δυνάμεις οι οποίες ανήκουν στο μακροπεριβάλλον μιας επιχείρησης και να εξηγήσετε μία (1) από αυτές.

(Μονάδες 10)

ΕΡΩΤΗΣΗ 7

Να αντιγράψετε στο τετράδιο απαντήσεών σας μόνο τη **Στήλη Α** και να σημειώσετε δίπλα ΟΡΘΟ ή ΛΑΘΟΣ, όπου ισχύει:

| Στήλη Α | |
|----------------|--|
| α. | Μια επιχείρηση για να αποκτήσει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα έναντι των ανταγωνιστών της πρέπει να προσδιορίσει τα τμήματα της αγοράς στα οποία θα επικεντρώσει τη δράση της. |
| β. | Το στοχευόμενο μάρκετινγκ αποτελείται από την τμηματοποίηση και τη στόχευση και τη χωροθέτηση της αγοράς. |
| γ. | Από τις αρχές του 21 ^{ου} αιώνα οι επιχειρήσεις καταναλωτικών προϊόντων εφαρμόζουν το μαζικό μάρκετινγκ. |
| δ. | Στο μάρκετινγκ περιθωριακής αγοράς η επιχείρηση προσαρμόζει τα προγράμματα της στις προτιμήσεις συγκεκριμένων ατόμων. |
| ε. | Ψυχογραφική τμηματοποίηση είναι ο διαχωρισμός της αγοράς σε ομάδες με βάση την κοινωνική τάξη, τον τρόπο ζωής και την προσωπικότητα. |

(Μονάδες 10)

ΕΡΩΤΗΣΗ 8

Να εξηγήσετε τι είναι η συσκευασία ενός προϊόντος και να αναφέρετε δύο (2) λειτουργίες τις οποίες επιτελεί.

(Μονάδες 10)

ΕΡΩΤΗΣΗ 9

Να εξηγήσετε τι είναι το μαζικό μάρκετινγκ, να αναφέρετε το σημαντικότερο πλεονέκτημα του καθώς και τις προοπτικές για το μέλλον του.

(Μονάδες 10)

ΕΡΩΤΗΣΗ 10

Να αντιγράψετε στο τετράδιο απαντήσεών σας μόνο τη **Στήλη Α** και να σημειώσετε δίπλα ΟΡΘΟ ή ΛΑΘΟΣ, όπου ισχύει:

| Στήλη Α | |
|----------------|--|
| α. | Το προϊόν αποκτάται, χρησιμοποιείται ή καταναλώνεται ικανοποιώντας μια επιθυμία ή ανάγκη. |
| β. | Μη διαρκή είναι τα καταναλωτικά προϊόντα που χρησιμοποιούνται για μεγάλο χρονικό διάστημα και αντέχουν σε πολλές χρήσεις. |
| γ. | Μια μοτοσυκλέτα Harley Davidson ή ένα αυτοκίνητο Ferrari είναι ειδικά προϊόντα. |
| δ. | Τα βιομηχανικά προϊόντα χωρίζονται στις ομάδες: <ul style="list-style-type: none">• Υλικά και εξαρτήματα• Κεφαλαιουχικά προϊόντα• Εφόδια και υπηρεσίες |
| ε. | Η αφοσίωση των αγοραστών στη μάρκα, επηρεάζει την αγοραστική της αξία. |

(Μονάδες 10)

(Σύνολο μονάδων 100)

ΤΕΛΟΣ ΕΞΕΤΑΣΤΙΚΟΥ ΔΟΚΙΜΙΟΥ