

**ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ, ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ,
ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΝΕΟΛΑΙΑΣ
ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΑΝΩΤΕΡΗΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ
ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ**

**ΓΡΑΠΤΕΣ ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΕΓΓΡΑΦΗ ΚΑΙ ΚΑΤΑΤΑΞΗ
ΣΤΟΥΣ ΠΙΝΑΚΕΣ ΔΙΟΡΙΣΙΜΩΝ 2021**

Εξεταζόμενο αντικείμενο (Κωδικός): ΕΜΠΟΡΙΚΑ – ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ (524)

ΜΕΡΟΣ Γ' (15 Μονάδες)

ΛΥΣΕΙΣ ΕΞΕΤΑΣΤΙΚΟΥ ΔΟΚΙΜΙΟΥ

ΕΡΩΤΗΣΗ 1

Να σημειώσετε ΟΡΘΟ (Ο) ή ΛΑΘΟΣ (Λ)

1. Στην εμπορική αγοραπωλησία υπάρχουν συμφωνίες στις οποίες ως αντάλλαγμα δεν δίνονται χρήματα, αλλά άλλα αγαθά **ΛΑΘΟΣ**
 2. Η ασφάλιση των εμπορευμάτων γίνεται είτε από τον εισαγωγέα είτε από τον εξαγωγέα **ΟΡΘΟ**
 3. Το γραφείο συμψηφισμού επιταγών ανήκει στην Ένωση Κυπριακών Τραπεζών **ΛΑΘΟΣ**
 4. Το δικαίωμα να παίρνουν πρώτοι το μέρισμα τους από τα κέρδη της εταιρείας το έχουν οι κάτοχοι κοινών μετοχών **ΛΑΘΟΣ**
- (Μονάδες 2)**

(Κεφάλαια 4 Εμπορική αγοραπωλησία, 2.2 Εισαγωγικό εμπόριο, 5.2 Επιταγή, 7.2 Εταιρείες, Σελίδες 84, 42, 124, 181)

ΕΡΩΤΗΣΗ 2

Κλιμακώνεται το «μποτιλιάρισμα» στα εμπορικά λιμάνια του κόσμου.

«Μια ατελείωτη σειρά από πλοία που μεταφέρουν εμπορευματοκιβώτια περιμένουν παρατεταγμένα στους τερματικούς σταθμούς στα σημαντικότερα εμπορικά λιμάνια της Κίνας, στο Χονγκ Κονγκ και στη Σεντζέν. Η τελευταία αυτή εξέλιξη προστίθεται στο χάος και στον συνωστισμό που εξακολουθεί να επικρατεί στα λιμάνια του κόσμου, αλλά στην Κίνα φαίνεται πως έχει επιδεινωθεί τις τελευταίες ημέρες»

Πηγή: Εφημερίδα Οικονομική Καθημερινή, 20 Οκτωβρίου 2021

Το πιο πάνω άρθρο αναφέρεται στην διακοπή της ομαλής διεξαγωγής του εμπορίου, λόγω εξωγενών παραγόντων. Αυτό αποτελεί μια δυσάρεστη εξέλιξη.

Να αναφέρετε τέσσερις (4) τρόπους με τους οποίους το εμπόριο συμβάλλει στην οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη μιας χώρας.

(Μονάδες 2)

- Στη μεταφορά των αγαθών από τον τόπο παραγωγής όπου υπάρχει αφθονία, στον τόπο κατανάλωσης όπου υπάρχει έλλειψη.
- Στη διατήρηση της σταθερότητας των τιμών των αγαθών και των υπηρεσιών.
- Στην ανάπτυξη των υπηρεσιών που συνδέονται άμεσα με την διακίνηση των εμπορευμάτων και τη δημιουργία θέσεων εργασίας.
- Στην αύξηση της παραγωγής αγαθών σε όλους τους τομείς γιατί υπάρχει η δυνατότητα διάθεσής τους.
- Στην ανάπτυξη του πολιτισμού.
- Στην ανάπτυξη της εθνικής και της παγκόσμιας οικονομίας.
- Αναπτύσσει στενές σχέσεις με άλλες χώρες.
- Δημιουργεί πρότυπα σχετικά με τη μόδα και τη κοινωνία.
- Ποικιλία αγαθών και υπηρεσιών.

(Κεφάλαιο 1.2 Οικονομική και κοινωνική σημασία του εμπορίου, Σελίδες 14-15)

ΕΡΩΤΗΣΗ 3

Να αναφέρετε δύο (2) πλεονεκτήματα και δύο (2) μειονεκτήματα της διαφήμισης.
(Μονάδες 2)

Πλεονεκτήματα:

- Κάνει γνωστά στον καταναλωτή τα διάφορα προϊόντα που προσφέρονται στην αγορά και τον βοηθά να επιλέξει εκείνο που τον ενδιαφέρει.
- Ενθαρρύνει τον υγιή ανταγωνισμό μεταξύ των προμηθευτών του ίδιου προϊόντος και τους ωθεί να βελτιώνουν συνεχώς την ποιότητα των προϊόντων.
- Αυξάνει τη ζήτηση των αγαθών με αποτέλεσμα τη μαζικοποίηση της παραγωγής και την αύξηση της απασχόλησης.
- Βοηθά στην προώθηση νέων προϊόντων.

Μειονεκτήματα:

- Αυξάνει τα έξοδα των επιχειρήσεων και κατά συνέπεια την τιμή πώλησης των αγαθών.
- Πολλές φορές αντί να βοηθά τον καταναλωτή στην επιλογή του καλύτερου αγαθού, του προκαλεί σύγχυση.
- Οδηγεί τον καταναλωτή στην αγορά εμπορευμάτων που ίσως να είναι άχρηστα για αυτόν.
- Εκμεταλλεύεται πολλές φορές τις αδυναμίες των καταναλωτών με αποτέλεσμα να είναι κατακριτέα, περισσότερο από ηθικής παρά οικονομικής άποψης. Π.χ. παρουσιάζεται η κατανάλωση οινόπνευματων ποτών ή τσιγάρων σαν ένδειξη ωριμότητας ή λεπτού γούστου, διαφημίζονται τα παιδικά παιχνίδια για να επηρεαστούν τα μικρά παιδιά κ.λ.π.

(Κεφάλαιο 6.2 Διαφήμιση, Σελίδα 150)

ΕΡΩΤΗΣΗ 4

Μια εμπορική επιστολή πρέπει να χαρακτηρίζεται από συγκεκριμένες αρετές όπως η συντομία, η σαφήνεια, η ακρίβεια, η απλότητα και η ευγένεια.

Εκτός από τις πιο πάνω αρετές να αναφέρετε τρία (3) άλλα στοιχεία στα οποία πρέπει να δίνουμε μεγάλη προσοχή σε μια επιστολή για να προκαλεί καλή εντύπωση στον παραλήπτη.

(Μονάδες 1,5)

- Γλώσσα
- Ορθογραφία
- Καθαρότητα – Καλή εμφάνιση
- Σωστή διάταξη

(Κεφάλαιο 3.5 Η εμπορική επιστολή, Σελίδα 71)

ΕΡΩΤΗΣΗ 5

«Στο 1,3% βρισκόταν ο δείκτης των γεννήσεων στην Κύπρο το 2020, σύμφωνα με στοιχεία που δόθηκαν στην ad hoc Επιτροπή της Βουλής για μελέτη του δημογραφικού προβλήματος, βουλευτές της οποίας εξέφρασαν την ανησυχία τους για το χαμηλό ποσοστό γεννήσεων και ζητούν την άμεση λήψη μέτρων....»

Πηγή: philenews / ΚΥΠΕ, 09 Νοεμβρίου 2021

Να εξηγήσετε γιατί οι τάσεις σχετικά με τον πληθυσμό μιας αγοράς (χώρας) και η μεταβαλλόμενη ηλικιακή δομή αποτελούν χρήσιμες πληροφορίες και λαμβάνονται υπόψη από τους μάρκετερς (μέχρι 60 λέξεις).

(Μονάδες 1)

Οι τάσεις σχετικά με τον πληθυσμό μιας αγοράς (χώρας) που επικρατούν, καθορίζουν στους μάρκετερς σημαντικές ενδείξεις για τη ζήτηση για κάποια αγαθά ή υπηρεσίες. Για παράδειγμα, μια σημαντική πληθυσμιακή αύξηση σε μια αγορά θα προκαλούσε αύξηση στη ζήτηση παιδικών τροφών, βρεφικού ρουχισμού και παιχνιδιών σε σύντομο χρονικό διάστημα. Ακόμη, μεσοχρόνια και μακροχρόνια θα προκαλούσε αύξηση στη ζήτηση σε μεγάλα οικογενειακά αυτοκίνητα, σχολεία και οικογενειακές κατοικίες. Στην Ευρώπη, τις Ηνωμένες Πολιτείες και σε μερικά πλούσια κράτη της Ασίας (π.χ. Ιαπωνία) το μεγαλύτερο ποσοστό του πληθυσμού ανήκει σε μεγαλύτερες ηλικιακά ομάδες, με συνεχώς αυξητική τάση, δηλαδή ο πληθυσμός γερνά συνεχώς.

(Κεφάλαιο 2.1 Το μακροπεριβάλλον της επιχείρησης, Σελίδα 19)

ΕΡΩΤΗΣΗ 6

Για τις ερωτήσεις 6.1 - 6.6, να βάλετε σε κύκλο τη σωστή απάντηση.

6.1 Η τμηματοποίηση της αγοράς με βάση την κοινωνική τάξη, τον τρόπο ζωής και την προσωπικότητα χρησιμοποιεί την:

A. ψυχολογική τμηματοποίηση

B. ψυχογραφική τμηματοποίηση

Γ. δημογραφική τμηματοποίηση

Δ. γεωγραφική τμηματοποίηση

Ε. τμηματοποίηση με βάση τη συμπεριφορά

(Κεφάλαιο 5.2 Τμηματοποίηση των καταναλωτικών αγορών, Σελίδα 74)

6.2 Σε σχέση με την υιοθέτηση καινούργιων προϊόντων, η μεγαλύτερη κατηγορία σαν ποσοστό του πληθυσμού, είναι:

A. οι βραδυκίνητοι αποδέκτες

B. οι καινοτόμοι καταναλωτές

Γ. η πρώιμη πλειοψηφία και η όψιμη πλειοψηφία

Δ. οι πρώιμοι αποδέκτες

Ε. οι καταναλωτές με υψηλή κοινωνική θέση

(Κεφάλαιο 4.3 Διαδικασία αγοράς νέων προϊόντων, Σελίδα 56)

6.3 Η ικανότητα του προϊόντος να επιτελεί τις λειτουργίες του όσον αφορά την αξιοπιστία, την ανθεκτικότητα και την ακρίβεια, αναφέρεται:

- A. στον πυρήνα του προϊόντος
- B. στο σχέδιο του προϊόντος
- Γ. στις υπηρεσίες του προϊόντος

Δ. στην ποιότητα του προϊόντος

- E. στα χαρακτηριστικά του προϊόντος

(Κεφάλαιο 6.3 Αποφάσεις για ατομικά προϊόντα, Σελίδα 92)

6.4 Από πλευράς του μάρκετερ, οι γονείς του αγοραστή αποτελούν την:

A. οικογένεια προσανατολισμού

- B. οικογένεια επικέντρωσης
- Γ. οικογένεια παραγωγικότητας
- Δ. οικογένεια δημιουργίας
- E. οικογένεια προσκόλλησης

(Κεφάλαιο 4.1 Αγοραστική συμπεριφορά των καταναλωτών, Σελίδα 49)

6.5 Μια αποτελεσματική ετικέτα μπορεί να επιτύχει όλες τις ακόλουθες λειτουργίες εκτός από τη(ν):

- A. αναγνώριση του προϊόντος
- B. διαβάθμιση της ποιότητας του προϊόντος

Γ. προστασία του προϊόντος

- Δ. περιγραφή του προϊόντος
- E. προβολή του προϊόντος

(Κεφάλαιο 6.3 Αποφάσεις για ατομικά προϊόντα, Σελίδα 105)

6.6 Οι ερωτήσεις που περιλαμβάνουν όλες τις πιθανές απαντήσεις από τις οποίες οι ερωτώμενοι μπορούν να επιλέξουν μίαν από αυτές, ονομάζονται:

- A. ανοικτές
- B. κλειστές**
- Γ. καθοδηγούμενες
- Δ. ελεύθερες
- E. επιλεκτικές

(Κεφάλαιο 3.2 Η διαδικασία της έρευνας μάρκετινγκ, Σελίδα 40)

(Μονάδες 3)

ΕΡΩΤΗΣΗ 7

Να εξηγήσετε με συντομία τη σημαντικότητα της φιλοσοφίας του κοινωνικού μάρκετινγκ για τους σύγχρονους οργανισμούς (μέχρι 50 λέξεις).

(Μονάδες 2)

Σύμφωνα με αυτή τη φιλοσοφία οι στρατηγικές μάρκετινγκ πρέπει να δίνουν αξία στους καταναλωτές με τρόπο που να βελτιώνεται η ευημερία τόσο των ίδιων όσο και της κοινωνίας. Δηλαδή εκτός από την ικανοποίηση των πελατών με κερδοφόρο τρόπο οι επιχειρήσεις πρέπει να νοιάζονται για την κοινωνία γενικότερα.

(Κεφάλαιο 1.3 Προσανατολισμοί της διοίκησης μάρκετινγκ, Σελίδα 12)

ΕΡΩΤΗΣΗ 8

Να αναφέρετε τρεις (3) λειτουργίες που επιτελεί ένα τμήμα δημοσίων σχέσεων.

(Μονάδες 1,5)

- Σχέσεις με τον τύπο
- Δημοσιότητα προϊόντος
- Εταιρικές επικοινωνίες
- Παρασκηνιακές ενέργειες
- Συμβουλευτικές υπηρεσίες

(Κεφάλαιο 9.4 Δημόσιες σχέσεις, Σελίδα 176)

ΤΕΛΟΣ ΜΕΡΟΥΣ Γ'