

ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ, ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ, ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΝΕΟΛΑΙΑΣ

**ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΜΕΣΗΣ ΓΕΝΙΚΗΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ
ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΜΕΣΗΣ ΤΕΧΝΙΚΗΣ ΚΑΙ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗΣ
ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ ΚΑΙ ΚΑΤΑΡΤΙΣΗΣ**

**ΕΝΙΑΙΑ ΓΡΑΠΤΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ Β΄ ΤΕΤΡΑΜΗΝΟΥ 2021-22
Γ΄ ΤΑΞΗΣ ΤΕΣΕΚ**

ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ: ΠΕΜΠΤΗ 26 ΜΑΪΟΥ 2022

ΜΑΘΗΜΑ: ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ (Α΄ ΣΕΙΡΑ)

ΚΩΔΙΚΟΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ: ΓΠ0572

**ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΕΣ ΛΥΣΕΙΣ-ΟΔΗΓΟΣ ΔΙΟΡΘΩΣΗΣ
ΤΕΣΣΕΡΙΣ (4) ΣΕΛΙΔΕΣ**

ΕΡΩΤΗΣΗ 1

α - 4^ο στάδιο

β - 1^ο στάδιο

γ - 3^ο στάδιο

δ - 2^ο στάδιο

Κεφ.9 σελ.156

(4x2,5M= 10M)

ΕΡΩΤΗΣΗ 2

(α) Διαφήμιση είναι κάθε μορφή **πληρωμένης, μη προσωπικής παρουσίας και προώθησης ιδεών, αγαθών, ή υπηρεσιών από ένα συγκεκριμένο χρηματοδότη.**

Κεφ.9 σελ.163

(1x5M=5M)

(β) Τα «5 M» της διαφήμισης είναι τα αρχικά των αγγλικών λέξεων Mission (Αποστολή), Money (Χρήματα), Message (Μήνυμα), Media (Μέσα) και Measurement (Μέτρηση).

Κεφ.9 σελ.163-164

**(5x1M=5M)
(5M+5M=10M)**

ΕΡΩΤΗΣΗ 3

(α) Τέσσερα (4) από τα πιο κάτω:

- Έρευνα
- Στόχευση
- Επικοινωνία
- Πώληση
- Εξυπηρέτηση
- Συγκέντρωση πληροφοριών
- Κατανομή προϊόντων

(4x2M=8M)

(β) Δύο (2) από τα πιο κάτω:

Διανομέας, παραγγελιολήπτης, ιεραπόστολος, τεχνικός, δημιουργός ζήτησης, πωλητής λύσεων

Κεφ 9.σελ.180

(2x1M=2M)

ΕΡΩΤΗΣΗ 4

1. **Πληροφοριακή διαφήμιση:** Έχει ως στόχο να δημιουργήσει επίγνωση και γνώση των νέων προϊόντων ή των νέων χαρακτηριστικών σε ήδη υπάρχοντα προϊόντα.
2. **Διαφήμιση πειθούς:** Έχει στόχο να δημιουργήσει ευαρέσκεια, προτίμηση και πεποίθηση στην αγορά για κάποιο προϊόν ή για κάποια υπηρεσία.
3. **Υπενθυμητική διαφήμιση:** Έχει στόχο την επαναλαμβανόμενη αγορά του προϊόντος ή της υπηρεσίας

4. **Ενισχυτική διαφήμιση:** Έχει σκοπό να πείσει τους υφιστάμενους αγοραστές, ότι έκαναν την πιο σωστή επιλογή.

Κεφ. 9 σελ.164-165

(4x2,5M= 10M)

ΕΡΩΤΗΣΗ 5

(α) Στόχος των δημοσίων σχέσεων είναι η προώθηση ή η προστασία της εικόνας μιας εταιρείας ή των επιμέρους προϊόντων της.

Κεφ. 9 σελ. 175

(4x1M=4M)

(β) Τρεις (3) από τις πιο κάτω:

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

Κεφ. 9 σελ.176

**(3x2M=6M)
(4M+6M=10M)**

ΕΡΩΤΗΣΗ 6

- i. α
- ii. δ
- iii. δ
- iv. α
- v. γ

Κεφ.9 σελ.158

(5x2M=10M)

ΕΡΩΤΗΣΗ 7

- 1.-γ
- 2.-δ
- 3.-ε
- 4.-β
- 5.-α

Κεφ.9 σελ.160-162

(5x2M=10M)

ΕΡΩΤΗΣΗ 8

- (α) 1. - συναισθηματική νύξη
2. - ορθολογική νύξη
3. - συναισθηματική νύξη ή ηθική νύξη (οποιοδήποτε από τα δύο είναι σωστό)
4. - συναισθηματική νύξη ή ηθική νύξη (οποιοδήποτε από τα δύο είναι σωστό)
(4x1M=4M)

- (β) **Συναισθηματική νύξη:** Οι εταιρίες επιχειρούν να υποκινήσουν συναισθήματα* αρνητικά ή θετικά που θα προκαλέσουν την ώθηση για αγορά* του προϊόντος.
(2x3M=6M)
Κεφ.9 σελ.159 (4M+6M=10M)

ΕΡΩΤΗΣΗ 9

- α.- ΟΡΘΟ
β.- ΟΡΘΟ
γ.-ΛΑΘΟΣ
δ.-ΟΡΘΟ
ε.-ΛΑΘΟΣ
Κεφ.9 σελ.166

(5x2M=10M)

ΕΡΩΤΗΣΗ 10

- α.- ΟΡΘΟ
β.-ΟΡΘΟ
γ.-ΛΑΘΟΣ
δ.-ΟΡΘΟ
ε.-ΛΑΘΟΣ
Κεφ.9 σελ.154

(5x2M=10M)

(Σύνολο μονάδων 100)

ΤΕΛΟΣ