

ΘΕΜΑ 2^ο

α) i. Με ποιους τρόπους η υιοθέτηση της φιλοσοφίας του Μάρκετινγκ παρακινεί τις επιχειρήσεις να αυξήσουν την παραγωγή και την προσφορά αγαθών προς τα μέλη της κοινωνίας;

(Μονάδες 10)

ii. Σε ποιες κατηγορίες διακρίνεται το Μάρκετινγκ ανάλογα το σκοπό που αυτό επιδιώκει;

(Μονάδες 5)

β) Στον παρακάτω πίνακα περιγράφονται τα χαρακτηριστικά που έχουν οι διάφορες εποχές σύμφωνα με την φιλοσοφία του Μάρκετινγκ.

Να γράψετε τους αριθμούς 1,2,3,4 από τη στήλη Α και δίπλα ένα από τα γράμματα α, β, γ, δ της στήλης Β που δίνει τη σωστή αντιστοίχιση.

A	B
1.Εποχή της παραγωγής	α. Οι επιχειρήσεις διαπίστωσαν ότι ο πελάτης, με τις ανάγκες και επιθυμίες του, είναι αυτός που υποδεικνύει ποιο αγαθό θα παραχθεί και ποιο όχι.
2.Εποχή των πωλήσεων	β. Οι επιχειρήσεις έριχναν το βάρος τους στην παραγωγή των προϊόντων και όχι στις ανάγκες των πελατών τους, διότι ήταν σίγουρες ότι θα πουλούσαν ό,τι παρήγαγαν.
3.Εποχή Μάρκετινγκ	γ. Ο ρόλος της κοινωνίας μέσα στην οποία λειτουργούν οι επιχειρήσεις.
4.Εποχή κοινωνικά υπεύθυνου Μάρκετινγκ	δ. Οι επιχειρήσεις προσπαθούν να πουλήσουν τα προϊόντα τους χρησιμοποιώντας τη διαφήμιση και τους πωλητές.

(Μονάδες 10)