

ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ

ΘΕΜΑ 2ο

2.1)

α) Λ

β) Λ

γ) Σ

δ) Σ

ε) Λ

2.2)

Η διαφήμιση ως διαδικασία βασίζεται στην μεταφορά πληροφοριών από τον πομπό (επιχείρηση) στον δέκτη (υποψήφιος καταναλωτής). Μετά την λήψη των πληροφοριών, ο δέκτης του μηνύματος κατανοεί τις λεπτομέρειές του και συσχετίζεται θετικά (ή αρνητικά) με αυτό. Στο επόμενο, τρίτο στάδιο, διαμορφώνεται η στάση του καταναλωτή απέναντι στο προϊόν. Τέλος, σε περίπτωση που η στάση είναι θετική, ο καταναλωτής προχωρά στην δράση. Είναι επιτυχημένη η προσπάθεια της επιχείρησης όταν επιτύχει να οδηγήσει τον καταναλωτή από την κατάσταση της άγνοιας, σε δράση. Το μοντέλο που βασίζεται στην παραπάνω ακολουθία ονομάζεται Ιεραρχική κλιμάκωση των αποτελεσμάτων της διαφήμισης. Δεν είναι το μοναδικό μοντέλο-υπόδειγμα, αλλά υπάρχουν και άλλα. Ωστόσο, όλα τα ανάλογα μοντέλα βασίζονται στην υπόθεση ότι οι άνθρωποι περνούν από το γνωστικό στο συγκινησιακό στάδιο για να φτάσουν στην επιθυμητή για την επιχείρηση, δράση.