

## **ΘΕΜΑ 2°**

**2.1** Να χαρακτηρίσετε τις προτάσεις που ακολουθούν, γράφοντας δίπλα στο γράμμα που αντιστοιχεί σε κάθε πρόταση τη λέξη Σωστό, αν η πρόταση είναι σωστή ή τη λέξη Λάθος, αν η πρόταση είναι λανθασμένη.

- α. Η επικοινωνιακή στρατηγική στο πλαίσιο της Ο.Ε.Μ. δεν χρειάζεται πάντα να είναι προσχεδιασμένη, να έχει δηλαδή πλάνο.
- β. Οποιαδήποτε δράση ή ακόμη και η αδράνεια της εταιρείας έχει επικοινωνιακό αντίκτυπο.
- γ. Η Ο.Ε.Μ. τοποθετεί στο επίκεντρό της τον καταναλωτή χωρίς η πρόκληση αντίδρασης από τον καταναλωτή να είναι ο στόχος του marketing.
- δ. Ο λόγος ύπαρξης των σημάτων (λογότυπα) τα οποία συνοδεύουν εταιρίες και προϊόντα είναι διότι διευκολύνουν την επικοινωνία της εταιρίας με το κοινό της, μεταφέροντας πολλά περισσότερα από ένα όνομα που διαφοροποιεί τα προϊόντα της εταιρείας από τα ανταγωνιστικά.
- ε. Στο χώρο του marketing επικοινωνία σημαίνει προώθηση.

**(Μονάδες 10)**

**2.2** Να αναφέρετε πέντε (5) λόγους που η οποιαδήποτε ενέργεια προώθησης πρέπει να εντάσσεται στην Ολοκληρωμένη Επικοινωνία Marketing.

**(Μονάδες 15)**