

ΘΕΜΑ 2°

α) Οι μεγαλύτερες επιχειρήσεις είναι «αναγκασμένες» να δαπανούν σημαντικούς πόρους στην επικοινωνία. Γιατί, πιστεύετε, ότι συμβαίνει αυτό;

(Μονάδες 13)

β) Να αναφέρετε τέσσερις από τους παράγοντες που επιδρούν στη διαμόρφωση του διαφημιστικού προϋπολογισμού.

(Μονάδες 12)