



Ασκήσεις Ενότητας 1:

Βασικές Αρχές Αποτελεσματικού Marketing

1. Ποια είναι τα 4P's στο μάρκετινγκ;

- A) Προϊόν, Τοποθεσία, Προώθηση, Τιμή
- B) Τοποθεσία, Προώθηση, Άνθρωποι, Φιλοσοφίες
- Γ) Προϊόν, Τοποθεσία, Τιμή, Ατομική Πώληση
- Δ) Τιμή, Διαδικασία, Προώθηση, Ατομική Πώληση

2. Ποιος είναι ο ορισμός του μάρκετινγκ;

- A) Το μάρκετινγκ είναι η διαφήμιση ενός προϊόντος/υπηρεσίας.
- B) Το μάρκετινγκ είναι οι πωλήσεις ενός προϊόντος/υπηρεσίας.
- Γ) Το μάρκετινγκ είναι η αγορά ενός προϊόντος/υπηρεσίας.
- Δ) Το μάρκετινγκ είναι η διαδικασία σχεδιασμού και υλοποίησης της παραγωγής, τιμολόγησης, προώθησης και διανομής ιδεών, αγαθών και υπηρεσιών.

3. Ποια είναι τα στοιχεία που αποτελείται η στρατηγική μάρκετινγκ;

- A) Τμηματοποίηση αγοράς, στόχευση και τοποθέτηση.
- B) Πλάνο, στόχευση, τμηματοποίηση αγοράς.
- Γ) Τμηματοποίηση αγοράς, στόχευση, διαφοροποίηση, τοποθέτηση
- Δ) Πλάνο, σχεδιασμός, τμηματοποίηση αγοράς, διαφοροποίηση.

4. Ποιο από τα παρακάτω θεωρείται αδυναμία μιας εταιρείας, με βάση την ανάλυση SWOT;

- A) Ιδιαίτερη τεχνολογία
- B) Έλλειψη κεφαλαίου
- Γ) Αύξηση του ανταγωνισμού
- Δ) Αύξηση κόστους των υλικών

5. Στο μικροπεριβάλλον μιας επιχείρησης ανήκουν οι:

- A) Προμηθευτές μιας εταιρείας
- B) Διαμεσολαβητές
- Γ) Ανταγωνιστές

Δ) Όλα τα παραπάνω

6. Γιατί είναι σημαντικό το σύστημα πληροφοριών μάρκετινγκ;

- A) Αναπτύσσει πληροφορίες που είναι απαραίτητες για τις εσωτερικές βάσεις δεδομένων της εταιρείας, τα δεδομένα της τεχνητής νοημοσύνης και της έρευνας του μάρκετινγκ.
- B) Βοηθά την εταιρεία να προωθήσει, να πουλήσει και να διανείμει τα προϊόντα/υπηρεσίες της στους τελικούς αγοραστές.
- Γ) Αποτελεί σημαντικό κρίκο στην προσπάθεια παροχής υπέρτερης αξίας στους πελάτες.
- Δ) Παρέχει απαραίτητα υλικά για την παραγωγή προϊόντων και υπηρεσιών.

7. Όταν οι πελάτες για να αγοράσουν προϊόντα υψηλής αξίας, συγκεντρώνουν σχολαστικά πληροφορίες για το προϊόν ή την υπηρεσία που τους ενδιαφέρει, τις αναλύουν προσεκτικά και παίρνουν τις αγοραστικές τους αποφάσεις με πολλή σκέψη, σε ποιο είδος αγοραστικής συμπεριφοράς ανήκουν;

- A) Σύνθετη αγοραστική συμπεριφορά
- B) Αγοραστική συμπεριφορά ελάττωσης της ασυμφωνίας
- Γ) Αγοραστική συμπεριφορά αναζήτησης ποικιλίας
- Δ) Αγοραστική συμπεριφορά αντιμετώπισης του αγνώστου

8. Στο Μάρκετινγκ, το μικροπεριβάλλον (Microenvironment) αποτελείται από παράγοντες στο στενό περιβάλλον της εταιρείας που επηρεάζουν την ικανότητά της να εξυπηρετεί αποκλειστικά τους πελάτες της.

- A) Σωστό
- B) Λάθος

9. Κατά το στάδιο ανάπτυξης προϊόντων, μία εταιρία παρουσιάζει ένα νέο προϊόν για να τροφοδοτήσει την υπάρχουσα αγορά

- A) Σωστό
- B) Λάθος

10. Οι πωλητές θεωρούν σημαντικές τις ηλεκτρονικές πωλήσεις καθώς έχουν τη δυνατότητα να ανταλλάσσουν πληροφορίες με τους πελάτες και να πωλούν προϊόντα και υπηρεσίες.

- A) Σωστό

Β) Λάθος

Απαντήσεις Ερωτήσεων Αυτοαξιολόγησης

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
A	Δ	Δ	B	Δ	A	B	B	A	A

Εργασίες Ενότητας

1. Να αναλύσετε τις δραστηριότητες που έχουν αξία για τον πελάτη κατά τη διαδικασία του μάρκετινγκ, βήμα προς βήμα.
2. Να παρουσιάσετε τους παράγοντες που επηρεάζουν την καταναλωτική συμπεριφορά.

