# 1ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ Μάρκετινγκ Θέμα #17609 ΘΕΜΑ 2ο 1.1

α) Να περιγράψετε την διαδικασία της ανταλλαγής με ένα παράδειγμα. (Μονάδες 10)

β) i. Τι έχει προστεθεί στις ανταλλαγές και πως ονομάζονται σήμερα;(Μονάδες 5)

ii. Τι είναι χρήμα και ποιος ο ρόλος του; (Μονάδες 10)

# Θέμα #16786 ΘΕΜΑ 2ο 1.1

Το Μάρκετινγκ εξυπηρετεί ανθρώπινες ανάγκες, βοηθά στην επίτευξη των στόχων της επιχείρησης και είναι πολύ σημαντικό για την κοινωνία α) Να δώσετε τον ορισμό του Μάρκετινγκ (Marketing). (Μονάδες 13)

β) Να περιγράψετε τα κύρια στοιχεία που αποτελούν το μίγμα μάρκετινγκ (4Ps).(Μονάδες 12)

# Θέμα #19594 ΘΕΜΑ 4ο

α) i. Τι συνδυάζει η επιχείρηση για να γίνει η παραγωγή των αγαθών; (Μονάδες 5)

ii. Ποιος είναι ο βασικός σκοπός της επιχείρησης και με ποιον τρόπο πραγματοποιείται; (Μονάδες 5)

β) Η έμμεση συμβολή του Μάρκετινγκ αναφέρεται στις συνολικές θετικές επιπτώσεις που έχει η εφαρμογή του πάνω στη δομή μιας οικονομίας.

1. Ποια είναι η αφετηρία αυτών των επιπτώσεων και τι αποτέλεσμα έχει για τις επιχειρήσεις; (Μονάδες 6)
2. Ποιες είναι οι συνέπειες από την δημιουργία νέων επιχειρήσεων για τους καταναλωτές; (Μον. 9)

# Θέμα #17414 ΘΕΜΑ 2ο

α) Τι ονομάζεται γενικό και τι ειδικό Μάρκετινγκ; Σε ποιες κατηγορίες διακρίνεται; Να δώσετε

από ένα παράδειγμα. (Μονάδες 10)

β) Να χαρακτηρίσετε τις προτάσεις που ακολουθούν, γράφοντας τον αριθμό που αντιστοιχεί σε κάθε πρόταση και δίπλα του τη λέξη Σωστό, αν η πρόταση είναι σωστή, ή τη λέξη Λάθος, αν η πρόταση είναι λανθασμένη.

1. Το χρήμα δεν παίζει το ρόλο του μέσου διευκόλυνσης των συναλλαγών.
2. Ο τρόπος με τον οποίο οι άνθρωποι ικανοποιούν τις ανάγκες τους είναι διαφορετικός.
3. Το Μάρκετινγκ με βάση το σκοπό που επιδιώκει διακρίνεται σε εμπορικό / κερδοσκοπικό και κοινωνικό / μη κερδοσκοπικό.
4. Οι παράγοντες που επηρεάζουν την συμπεριφορά του καταναλωτή ομαδοποιούνται σε εσωτερικούς και ατομικούς.
5. Το Μάρκετινγκ εστιάζει την προσοχή του στις κινήσεις του καταναλωτή όχι μόνο τη στιγμή της αγοράς των προϊόντων , αλλά και πριν και μετά από αυτήν. (Μονάδες 15)

**ΘΕΜΑ 4ο 21895**

Ένα δημόσιο μουσείο προσφέρει ένα «προϊόν» πολιτισμού σε ένα ευρύ κοινό Ελλήνων και ξένων πολιτών και του- ριστών. Η εφαρμογή του μάρκετινγκ αφορά στον εντοπισμό των διαφόρων κατηγοριών επισκεπτών του (κάτοικοι περιοχής, εσωτερικός-εξωτερικός τουρισμός, διάφορες ηλικίες και γεωγραφικές προελεύσεις τουριστών, κ.ο.κ.),

στην προβολή μιας ισχυρής και ελκυστικής εικόνας και πρότασης σε κάθε κατηγορία πελατών και τη διαμόρφωση του αντίστοιχου μίγματος μάρκετινγκ.

α) Να περιγράψετε τα στοιχεία (ενέργειες) του μίγματος μάρκετινγκ, που ταιριάζουν στην παραπάνω περίπτωση και θα έκαναν αποτελεσματικότερη τη λειτουργία του μουσείου. (Μονάδες 16)

β) Να εξηγήσετε γιατί όλα αυτά τα στοιχεία μαζί ονομάζονται Μίγμα Μάρκετινγκ. (Μονάδες 9)

# Θέμα #16532 ΘΕΜΑ 2ο 1.1

α) Τι ονομάζουμε ανάγκη και τι αγαθό; (Μονάδες 10)

β) Σε ποιες κατηγορίες ταξινόμησε τις ανάγκες ο ψυχολόγος Α. Μάσλοου (A.Maslow). Δώστε ένα παράδειγμα για κάθε κατηγορία. (Μονάδες 15)

# Θέμα #19795 ΘΕΜΑ 2ο

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 φιλο- σοφία 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  1.Εποχή της  παραγωγής  2.Εποχή των πωλήσεων 3.Εποχή Μάρκετινγκ  4.Εποχή κοινωνικά υπεύθυνου Μάρκετινγκ | B  α. Οι επιχειρήσεις διαπίστωσαν ότι ο πελάτης, με τις ανάγκες και επιθυμίες του, είναι αυτός που υποδεικνύει ποιο αγαθό θα παραχθεί και ποιο όχι.  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.  γ. Ο ρόλος της κοινωνίας μέσα στην οποία λειτουργούν οι επιχειρήσεις.  δ. Οι επιχειρήσεις προσπαθούν να πουλήσουν τα προϊόντα τους χρησιμοποιώντας τη διαφήμιση και τους πωλητές. |

(Μονάδες 10)

# Θέμα #19789 ΘΕΜΑ 2ο

α) Τι γνωρίζετε για την εποχή του «κοινωνικά ευαίσθητου» ή «κοινωνικά υπεύθυνου» Μάρκετινγκ; (Μονάδες 10)

β) i. Ποια είναι τα χαρακτηριστικά της οικολογικής συνείδησης των καταναλωτών και των επιχειρήσεων; (Μονάδες 10)

ii. Ποιες μορφές παίρνει η συμβολή του Μάρκετινγκ στην οικονομική ανάπτυξη; (Μονάδες 5)

# Θέμα #16505 ΘΕΜΑ 4ο 1.2-1.4

Η επιχείρηση στην οποία εργάζεστε έχει αποδεχθεί και υιοθετήσει την φιλοσοφία ή το «σκεπτικό» του Μάρκετινγκ. α) Σύμφωνα με αυτή την φιλοσοφία, τι ενέργειες πρέπει να κάνει η επιχείρηση; (Μονάδες 10)

β) i. Κατά την άσκηση των καθηκόντων σας ως άνθρωπος του Μάρκετινγκ (Marketer) αντιμετωπίζεται το πρόβλημα της παραγωγής προϊόντων που θέλει ο πελάτης αλλά η κατασκευή τους συνεπάγεται χρήση σπάνιων πρώτων υλών και πόρων ή ακόμη και καταστρεπτικές επιδράσεις στο περιβάλλον. Πώς θα ερμηνεύσετε τη φιλοσοφία του

Μάρκετινγκ σε αυτήν την περίπτωση; (Μονάδες 10)

ii. Με ποιον τρόπο αντιμετωπίζεται η φύση αυτού του προβλήματος και πώς πρέπει να ενεργήσετε ως απασχολούμενος στο Μάρκετινγκ; (Μονάδες 5)

# Θέμα #18854 ΘΕΜΑ 2ο

α) Ποιοι θεωρούνται πελάτες μιας επιχείρησης σύμφωνα με τη φιλοσοφία του Μάρκετινγκ;(Μον. 13)

β) Δίπλα από τον αριθμό των προτάσεων που δίνονται παρακάτω για να περιγράψουν τα καθήκοντα του στελέχους Μάρκετινγκ, να γράψετε τη λέξη ή τις λέξεις που συμπληρώνουν σωστά την πρόταση, αφού την/τις επιλέξετε από αυτές που δίνονται (σημειώνεται ότι δύο από τις λέξεις θα περισσέψουν).

Λέξεις που δίνονται: κανάλια, προώθηση, στόχους, αποφάσεις, τιμές, διανομής, έρευνες, ελέγχους. Το στέλεχος του Μάρκετινγκ:

* 1. Διεξάγει για να βρει νέες ανάγκες και τρόπους ικανοποίησης.
  2. Βάζει που πρέπει να επιτευχθούν.
  3. Καθορίζει την τιμολογιακή πολιτική και θέτει τις προϊόντων και

υπηρεσιών.

* 1. Διαχειρίζεται τα από τα οποία πρέπει να περάσει το

προϊόν.

* 1. Αναπτύσσει σχέδια για τη διαφήμιση και την ..................... των πωλήσεων. (Μονάδες 12)

**ΘΕΜΑ 4ο 21573**

Στο παρακάτω διάγραμμα φαίνεται το ποσοστό των καινοτόμων επιχειρήσεων ανά χώρα και το αντίστοιχο ποσοστό απασχόλησης σε καινοτόμες επιχειρήσεις για τα έτη 2014-16

α) i. Ποιες τρεις χώρες παρουσιάζουν τα υψηλότερα ποσοστά καινοτόμων επιχειρήσεων; (Μονάδες 6)

ii. Ποιες τρεις χώρες παρουσιάζουν τα υψηλότερα ποσοστά απασχόλησης σε καινοτόμες επιχειρήσεις; (Μονάδες 6)

β) Να περιγράψετε πως το Μάρκετινγκ, μέσω της άμεσης συμβολής του στην οικονομική ανάπτυξη, οδηγεί στην αύξηση της απασχόλησης σε μία οικονομία. (Μονάδες 13)

# Θέμα #21571 ΘΕΜΑ 4ο

α) Να εξηγήσετε πως το Μάρκετινγκ συμβάλει στη δημιουργία νέων επιχειρήσεων. (Μονάδες 5)

β) Να αναλύσετε τις θετικές συνέπειες στην οικονομία από την ύπαρξη περισσότερων επιχειρήσεων

1. όσον αφορά τα έσοδα του κράτους. (Μονάδες 10)
2. όσον αφορά την πληροφόρηση των καταναλωτών. (Μονάδες 10)

**21570 ΘΕΜΑ 2ο**

α) Ποια είναι η προϋπόθεση στην οποία βασίζεται η άμεση συμβολή του Μάρκετινγκ στην ανάπτυξη μιας οικονομίας; (Μονάδες 10)

β) Πως το Μάρκετινγκ συμβάλει στην αναζήτηση καινοτομιών και στην τεχνολογική πρόοδο; (Μονάδες 15)

**Θέμα #18856 ΘΕΜΑ 2ο**

α) Ποιες χώρες χαρακτηρίζονται αναπτυγμένες; (Μονάδες 13)

β) Ποια η συμβολή του Μάρκετινγκ στην οικονομική ανάπτυξη των ήδη αναπτυγμένων χωρών; (Μονάδες 12)

# Θέμα #18739 ΘΕΜΑ 2ο

α) Ποιες χώρες χαρακτηρίζονται υπό ανάπτυξη ή αναπτυσσόμενες;(Μονάδες 13)

β) Ποια η συμβολή του Μάρκετινγκ στην οικονομική ανάπτυξη των αναπτυσσόμενων χωρών; (Μονάδες 12)

# Θέμα #21572 ΘΕΜΑ 4ο

α) Ποιος ο νέος ορισμός του Μάρκετινγκ, ο οποίος περιλαμβάνει το αυξανόμενο ενδιαφέρον της κοινωνίας για θέματα προστασίας του περιβάλλοντος;(Μονάδες 15)

β) Με βάση τον ορισμό του οικολογικού Μάρκετινγκ ποια είναι η σπουδαιότερη έμμεση συνεισφορά του Μάρκετινγκ στην οικονομική ανάπτυξη; (Μονάδες 10)

# Θέμα #21894 ΘΕΜΑ 4ο

Ένα δημόσιο μουσείο προσφέρει ένα «προϊόν» πολιτισμού σε ένα ευρύ κοινό Ελλήνων και ξένων πολιτών και τουριστών. Η εφαρμογή του μάρκετινγκ αφορά στον εντοπισμό των διαφόρων κατηγοριών επισκεπτών του (κάτοικοι περιοχής, εσωτερικός-εξωτερικός τουρισμός, διάφορες ηλικίες και γεωγραφικές προελεύσεις τουριστών, κ.ο.κ.),

στην προβολή μιας ισχυρής και ελκυστικής εικόνας και πρότασης σε κάθε κατηγορία πελατών και τη διαμόρφωση του αντίστοιχου μίγματος μάρκετινγκ.

α) Να εξηγήσετε σε ποιες κατηγορίες μάρκετινγκ θα εντάσσατε την παραπάνω περίπτωση, με κριτήρια: το σκοπό του, τα αγαθά στα οποία αναφέρεται, τη γεωγραφική διάσταση και τον αγοραστή του αγαθού; (Μονάδες 16)

β) Οι παραπάνω κατηγορίες που επιλέξατε ταιριάζουν σε αυτό που συνήθως εννοούμε όταν αναφερόμαστε στο Μάρκετινγκ; (Μονάδες 9)

**Θέμα #16787 ΘΕΜΑ 2o** 1.4

α) Τι ονομάζουμε Αντι-Μάρκετινγκ και ποια είναι τα εργαλεία που χρησιμοποιεί;(Μονάδες 13)

β) Να περιγράψετε δύο περιπτώσεις εφαρμογής του ΑντιΜάρκετινγκ στην καθημερινή μας ζωή.

(Μονάδες 12)

# Θέμα #17197 ΘΕΜΑ 2ο 1.4 1.5 2.5

α) Τι είναι το καταναλωτικό και τι το βιομηχανικό Μάρκετινγκ; Να δώσετε ένα παράδειγμα για κάθε περίπτωση. (Μονάδες 10)

β) Να χαρακτηρίσετε τις προτάσεις που ακολουθούν, γράφοντας τον αριθμό που αντιστοιχεί σε κάθε πρόταση και δίπλα του τη λέξη Σωστό, αν η πρόταση είναι σωστή, ή τη λέξη Λάθος, αν η πρόταση είναι λανθασμένη.

1. Αυτό που ονομάζουμε ΑντιΜάρκετινγκ στοχεύει στην αποθάρρυνση της κατανάλωσης και συνεπώς, στην αύξηση της ζήτησης.
2. Η ανταπόκριση του Μάρκετινγκ στα νέα δεδομένα οδήγησε στο αποκαλούμενο «πράσινο» (green) ή οικολογικό ή περιβαλλοντικό Μάρκετινγκ.
3. Το μέγεθος της αγοράς μπορεί να μετρηθεί σε ποσότητα προϊόντος και όχι σε αξία. 4. Η μέση ετήσια κατανάλωση υπολογίζεται, αν διαιρέσουμε το μέγεθος της αγοράς με το συνολικό πληθυσμό.

5. Προϊόντα ευρείας κατανάλωσης είναι αυτά, τα οποία χρησιμοποιούνται συχνά, σε μικρές ποσότητες. (Μονάδες 15)

# Θέμα #17971 ΘΕΜΑ 2ο

α) Ποια είναι τα κύρια βήματα για τη λήψη μιας απόφασης για αγορά ενός προϊόντος ή υπηρεσίας ; (Μονάδες 10)

β) Να γράψετε στο τετράδιο σας τον λατινικό αριθμό καθεμιάς από τις παρακάτω προτάσεις και δίπλα στον αριθμό, το γράμμα που αντιστοιχεί στη σωστή απάντηση.

* 1. Τα λεγόμενα 4 πι είναι:

α. Προϊόν – Τιμή – Προώθηση – Πώληση

β. Προϊόν – Τιμή – Προώθηση – Αγορά

γ. Προϊόν – Τιμή – Κανάλια διανομής – Προώθηση

δ. Προϊόν – Τιμή – Προώθηση – Διαφήμιση

* 1. Το Μάρκετινγκ με κριτήριο ποιος είναι ο αγοραστής του προϊόντος ή της υπηρεσίας διακρίνεται σε: α. γενικό και ειδικό Μάρκετινγκ

β. εμπορικό και κοινωνικό Μάρκετινγκ γ. εγχώριο και διεθνές Μάρκετινγκ

δ. καταναλωτικό και βιομηχανικό Μάρκετινγκ

* 1. Τα προϊόντα τα διακρίνουμε σε διαρκή και καταναλωτά ή αναλώσιμα ανάλογα:
  2. α. με τη φύση τους

β. τη δυνατότητά τους να χρησιμοποιούνται κατ’ επανάληψη ή μία μόνο φορά

γ. με τον προορισμό τους

δ. με το βαθμό επεξεργασίας που έχουν υποστεί (Μονάδες 15)

# Θέμα #16788 ΘΕΜΑ 2ο 1.5 2.1

α) Να δώσετε τον ορισμό του Μάρκετινγκ, που ανταποκρίνεται στις σύγχρονες απαιτήσεις για την προστασία του περιβάλλοντος. (Μονάδες 10)

β) Ποια είναι η έννοια του προγραμματισμού γενικά, ως μια λειτουργία της ανθρώπινης ζωής, που εμφανίζεται σε όλες της φάσεις και σε όλους τους τομείς της; Να δώσετε δύο παραδείγματα από την καθημερινή ζωή. (Μονάδες 15)

# Θέμα #16792 ΘΕΜΑ 4Ο 1.6

Είσαστε στέλεχος στο τμήμα μάρκετινγκ μιας επιχείρησης.

α) Να περιγράψετε πέντε βασικά καθήκοντα που περιλαμβάνει η θέσης σας. (Μονάδες 15)

β) Ποια χαρακτηριστικά της προσωπικότητάς σας, πιστεύετε ότι θα σας βοηθήσουν να ανταποκριθείτε στις απαιτήσεις της εργασίας σας; (Μονάδες 10)

# Θέμα #16793 ΘΕΜΑ 4Ο 1.6 1.3

α) Οι αμοιβές των στελεχών Μάρκετινγκ είναι κατά κανόνα ψηλότερες από το μέσο όρο των αμοιβών των άλλων θέσεων εργασίας σε μια επιχείρηση. Γιατί συμβαίνει αυτό κατά τη γνώμη σας; (Μονάδες 12)

β) Γιατί κατά τη γνώμη σας οι υπεύθυνοι του Μάρκετινγκ, οι μάρκετερς δίνουν σήμερα πολύ μεγάλη προσοχή και στην τρίτη ηλικία; (Μονάδες 13)

# 2ο Κεφάλαιο Μάρκετινγκ Θέμα #17612 ΘΕΜΑ 4ο

Ως στέλεχος Μάρκετινγκ στην εταιρεία «Ψ» πρέπει να καταρτίσετε την έκθεση κερδών και ζημιών της συγκεκριμένης επιχείρησης . Έχετε στην διάθεση σας τα παρακάτω στοιχεία:

- Πωλήσεις : 500.000.000 €

* Κόστος πωληθέντων : 350.000.000 €
* Έξοδα Μάρκετινγκ : 50.000.000 €
* Διοικητικά έξοδα: 35.000.000 €

α) Να προσδιοριστεί το μικτό κέρδος της επιχείρησης καθώς και το σύνολο των δαπανών της.

(Μονάδες 10)

β) i. Να καταρτίσετε την έκθεση κερδών – ζημιών του προϊόντος της επιχείρησης(Μονάδες 10)

ii. Να υπολογίσετε το καθαρό κέρδος ή τη ζημία της επιχείρησης. (Μονάδες5)

# Θέμα #17012 ΘΕΜΑ 4ο

α) Ποιες είναι οι συνιστώσες – κλειδιά ενός προγράμματος Μάρκετινγκ; (Μονάδες 10)

β) Ως στέλεχος Μάρκετινγκ στην εταιρεία «Α» η οποία παράγει οδοντόκρεμα καλείστε να εφαρμόσετε το πρόγραμμα Μάρκετινγκ ( Marketing plan) αυτής της επιχείρησης. Έχετε στη διάθεσή σας τα παρακάτω στοιχεία: Ο όγκος αγοράς της οδοντόκρεμας κατανέμεται σε:

* 2 εκατομμύρια σωληνάρια των 150 γραμμαρίων αξίας 2,5 ευρώ το σωληνάριο.
* 10 εκατομμύρια σωληνάρια των 100 γραμμαρίων αξίας 2 ευρώ το σωληνάριο.
* 6 εκατομμύρια σωληνάρια των 75 γραμμαρίων αξίας 1,5 ευρώ το σωληνάριο.
* 5 εκατομμύρια σωληνάρια των 50 γραμμαρίων αξίας 1 ευρώ το σωληνάριο.

1. Να βρεθεί το μέγεθος αγοράς ως προς την αξία της οδοντόκρεμας. (Μονάδες 10)
2. Η συνολική ετήσια κατανάλωση οδοντόκρεμας στην Ελλάδα το 2021 είναι 2.000 τόνοι και η επιχείρηση «Α» πέτυχε πωλήσεις 450 τόνων. Να βρεθεί το μερίδιο αγοράς της επιχείρησης ως ποσοστό. (Μονάδες 5)

# Θέμα #16507 ΘΕΜΑ 4ο

Είστε στέλεχος Μάρκετινγκ στην εταιρεία «Ζ» και πρέπει να καταρτίσετε την έκθεση κερδών - ζημιών της συγκεκριμένης επιχείρησης. Έχετε στη διάθεση σας τα παρακάτω στοιχεία:

* Πωλήσεις : 600.000.000 €
* Μικτό κέρδος: 300.000.000 €
* Διοικητικά έξοδα : 120.000.000 €
* Σύνολο άλλων δαπανών180.000.000 €

α) i. Να προσδιορίσετε το κόστος πωληθέντων της επιχείρησης καθώς και τα έξοδα Μάρκετινγκ. (Μονάδες 10)

ii. Να καταρτίσετε την έκθεση κερδών – ζημιών του προϊόντος της επιχείρησης και να υπολογίσετε το καθαρό κέρδος ή τη ζημία της επιχείρησης. (Μονάδες 10)

β) Η εταιρεία «Ζ» το 2021 πέτυχε πωλήσεις 350 τόνων προϊόντος όταν η συνολική παραγωγή από όλες τις επιχειρήσεις του κλάδου ήταν 7.000 τόνοι. Να υπολογίσετε σε ποσοστό το μερίδιο της αγοράς του προϊόντος της συγκεκριμένης επιχείρησης. (Μονάδες 5)

# Θέμα #16550 ΘΕΜΑ 2ο

α) Τι περιλαμβάνει ένα πρόγραμμα Μάρκετινγκ; (Μονάδες 10)

β) Να αντιστοιχίσετε τα δεδομένα της στήλης Α με τα δεδομένα της στήλης Β (Μονάδες 15)

# Θέμα #19589 ΘΕΜΑ 4ο

Το πρώτο θέμα που αναλύεται σε ένα πρόγραμμα Μάρκετινγκ από αυτά που περιλαμβάνονται στα στοιχεία της αγοράς είναι η περιγραφή της αγοράς. Γίνεται μία ανασκόπηση της υπάρχουσας κατάστασης στην αγορά και, πιο συγκεκριμένα, στον κλάδο στον οποίο ανήκει η επιχείρηση.

α) Ως στέλεχος Μάρκετινγκ στην εταιρεία «Χ» ποιες είναι οι ποσοτικές πληροφορίες που θα αξιοποιήσετε προκειμένου να κάνετε ανάλυση της αγοράς; (Μονάδες 15)

β) Στα πλαίσια του προγράμματος Μάρκετινγκ θα πρέπει να καταρτίσετε την έκθεση κερδών και ζημιών της επιχείρησης.

1. Τι περιλαμβάνει η συγκεκριμένη έκθεση;

(Μονάδες 5)

1. Με ποιόν τρόπο θα υπολογίσετε το καθαρό κέρδος ή τη ζημία; (Μονάδες5)

# Θέμα #19585 ΘΕΜΑ 2ο

α) Τι είναι ο επιχειρηματικός προγραμματισμός και ποια η χρησιμότητα του;

(Μονάδες 10)

β) Για ποιους λόγους είναι απαραίτητα το χρονοδιάγραμμα και ο προϋπολογισμός του κόστους σε ένα πρόγραμμα Μάρκετινγκ; (Μονάδες 15)

# Θέμα #21856 ΘΕΜΑ 4ο

α) Η έννοια του προγραμματισμού, γενικώς, σημαίνει ότι: σχεδιάζω σήμερα τι θα κάνω στο μέλλον για ένα συγκεκριμένο θέμα. Ποιες είναι οι διαστάσεις για το «τι θα κάνω στο μέλλον»; (Μονάδες 15)

β) Δίνονται τα παρακάτω στοιχεία που περιλαμβάνονται στην έκθεση κερδών και ζημιών της επιχείρησης «Ω»:

* Πωλήσεις: 600.000.000 €
* Κόστος πωληθέντων:400.000.000 €
* Διοικητικά έξοδα: 30.000.000 €
* Σύνολο δαπανών:130.000.000 €

Να υπολογιστούν το μικτό κέρδος της επιχείρησης και τα έξοδα Μάρκετινγκ. (Μονάδες 10)