Grupa a

1.przedstawić rodzaje klientów jeżeli chodzi o innowacyjność
2. przedstawić podstawowy model etapów zakupów
3. rozszyfrować AIDA
4. przedstawić sześciokąt tożsamości Kapferera

Gruba b

1)Przedstaw ryzyka jakie zauważa konsument
2)Wymień funkcje opakowania
3)Przedstaw poziomy postrzegania produktu przez klienta
4)Przedstaw siatkę FCB

Z otwartych:
-Rozwiń skrót:
F
R
E
D

-Napisz, co się składa na profil społeczny

-Opisz wady reklamy w prasie codziennej

-Wymień korzyści płynące z posiadania silnej marki