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