5. Seuraavat väitteet koskevat sponsorointia ja hyväntekeväisyystoimintaa. Mikä niistä on tosi?

   1. Sponsorointi on toisinaan vastikkeetonta.
   2. Hyväntekeväisyystoiminta on toisinaan vastikkeellista.
   3. Sponsorointi on avustamista.
   4. Kaikki edelläesitetyt väitteet ovat vääriä.

6. Kirjassa todetaan, että asiakassuhteen luonnetta voidaan arvioida tarkastelemalla suhteen neljää eri ominaispiirrettä (Ford, Håkansson ja Johanson, 1986). Mikä seuraavista ei kuulu näihin?

   1. Herkkyys
   2. Kyvykkyys
   3. Vastavuoroisuus
   4. Erityisyys

7. Suhdeorientoitunut markkinoija painottaa Grönroosin mukaan

   1. markkinointimixiä.
   2. lyhyttä tähtäintä.
   3. hinnan ja tuoteominaisuuksien arvoa asiakkaille.
   4. Kaikki em. näkemykset ovat vääriä.

8. Penrosen efekti vaivaa lähinnä

   1. suuryrityksiä.
   2. pk-yrityksiä.
   3. kasvuyrityksiä.
   4. mikroyrityksiä.

	1	2	3	4	5	6	7	8	
OMA									**TULOS**
OIKEA									