

M8/9 Dezvoltarea unei afaceri în domeniu

Numele și prenumele:

Clasa:

Fișă de lucru

Bifați varianta/varianțele considerate corectă/corecte (se acordă câte 1 punct pentru fiecare răspuns corect, 0 puncte pentru răspuns greșit, incomplet sau lipsă răspuns)::

1. Promovarea este o componentă a mixului de marketing.
 - a) Adevărat
 - b) Fals
2. Politica promoțională cuprinde următoarele **forme** (3 variante corecte):
 - a) Publicitatea;
 - b) Surse de informare;
 - c) Promovarea vânzărilor;
 - d) Relațiile publice.
3. Printre obiectivele publicității regăsim (3 variante corecte):
 - a) Crearea de noi piețe;
 - b) Extinderea pieței;
 - c) Alternarea piețelor;
 - d) Ridicarea calității produselor.
4. După aria teritorială de răspândire a mesajului, există publicitate (3 variante corecte):
 - a) Locală;
 - b) Națională;
 - c) Internațională;
 - d) Instituțională.
5. Avantajele presei cotidiene sunt (3 variante corecte):
 - a) Durată de viață scurtă;
 - b) Arie vastă de difuzare;
 - c) Flexibilitate;
 - d) Posibilitate de divizare a mesajului.
6. Perioada mare de timp necesară pentru difuzarea mesajului reprezintă un avantaj al presei periodice.
 - a) Adevărat
 - b) Fals
7. Printre avantajele radioului ca mediu publicitar putem enumera (3 variante corecte):
 - a) Flexibilitate;
 - b) Impact vizual puternic;
 - c) Cost scăzut;
 - d) Mobilitate mare.
8. **Cinematograful** este o tehnică publicitară:
 - a) Gratuită;
 - b) Ieftină;
 - c) Costisitoare;
 - d) Rapidă.
9. Merchandisingul producătorului se referă la:
 - a) Etalarea produsului;
 - b) Design;
 - c) Demonstrații tehnice ale produsului;
 - d) Reduceri de preț.
10. După rolul atribuit activității promoționale există:
 - a) Strategie de firmă;
 - b) Strategie informațională;
 - c) Strategie continuă;
 - d) Strategie ofensivă.