

MODULUL II – MARKETING

Piața și dimensiunile acesteia

Încercuiți litera corespunzătoare răspunsului corect:

1. Funcția prin care piața realizează contactul permanent dintre producătorul ofertant și cumpărătorul consumator se referă la:

- ☐ a. stabilirea proporțiilor și a echilibrelor necesare între cantități și prețuri;
- ☐ b. alocarea și utilizarea eficientă a resurselor;
- ☐ c. asigurarea echilibrului economic între cerere și ofertă;
- ☐ d. informarea despre ofertă, nevoile consumatorilor, prețuri.

2. În funcție de obiectul tranzacției de vânzare și cumpărare, piața poate fi:

- ☐ a. piața locală;
- ☐ b. piața aurului;
- ☐ c. piața financiară;
- ☐ d. piață liberă.

3. Piața cu un număr foarte redus de cumpărători față de numărul mare de vânzători se numește:

- ☐ a. oligopson;
- ☐ b. monopol;
- ☐ c. monopson;
- ☐ d. oligopol.

4. În cadrul acestei piețe, tranzacția are loc imediat sau în cel mult 48 de ore de la negocierea condițiilor:

- ☐ a. piață la vedere;
- ☐ b. piață la termen;
- ☐ c. piață intermediară;
- ☐ d. piață reglementată.

5. Cota de piață absolută indică:

- ☐ a. capacitatea pieței firmei raportată la capacitatea concurenților săi;
- ☐ b. poziția ocupată de firmă în totalul pieței, la un moment dat;
- ☐ c. capacitatea de producție a firmei și capacitatea maximă pe care o poate avea piața firmei;
- ☐ d. volumul vânzărilor efectiv realizate, precum și volumul vânzărilor potențiale.

6. Atunci când apare între firmele ce oferă bunuri identice sau similare destinate să satisfacă aceleași categorii de nevoi ale consumatorilor, concurența este:

- ☐ a. indirectă;
- ☐ b. incorectă;
- ☐ c. neloială;
- ☐ d. directă.

7. Din punctul de vedere al dreptului comercial, concurența poate fi:

- ☐ a. imperfectă;
- ☐ b. perfectă;
- ☐ c. formală;
- ☐ d. loială.

8. Omogenitatea produsului este o caracteristică specifică:

- ☐ a. concurenței formale;
- ☐ b. concurenței perfecte;
- ☐ c. concurenței loiale;
- ☐ d. concurenței generice.

9. Apariția unor noi concurenți pe piață reprezintă:

- ☐ a. un punct tare;
- ☐ b. o amenințare;
- ☐ c. o oportunitate;
- ☐ d. un punct slab.

10. Dezvoltarea infrastructurii constituie pentru firmă:

- ☐ a. un punct tare;
- ☐ b. o amenințare;
- ☐ c. o oportunitate;
- ☐ d. un punct slab.

11. Prețurile practicate reprezintă pentru firmă:

- ☐ a. un punct tare;
- ☐ b. o amenințare;
- ☐ c. o oportunitate;
- ☐ d. un punct slab.

12. Deficiențele în rezolvarea problemelor interne reprezintă pentru firmă:

- ☐ a. un punct tare;
- ☐ b. o amenințare;
- ☐ c. o oportunitate;
- ☐ d. un punct slab.

