

MODULUL II – MARKETING

Piața și dimensiunile acestuia

Răspundeți prin adevărat (A) sau fals (F) la următoarele enunțuri. Transformați enunțurile false în enunțuri adevărate.

- ☐ 1. Prin intermediul pieței, economia se reglează, stabilește proporțiile și echilibrele necesare între cantități și prețuri.
- ☐ 2. Piața națională este piața în care cumpărarea și vânzarea de bunuri se desfășoară la nivelul unui oraș sau sat.
- ☐ 3. Piața la termen oferă posibilitatea realizării tranzacțiilor la o dată convenită în momentul negocierii condițiilor contractuale, peste 48 de ore.
- ☐ 4. Gravitația comercială reflectă distribuția și densitatea cererii, ofertei, vânzărilor, publicității pe o piață.
- ☐ 5. Gravitația comercială este influențată de mărimea populației și de distanța dintre centru și zonele învecinate.
- ☐ 6. Structura pieței permite optimizarea utilizării resurselor umane, materiale, financiare ale firmei, prin repartizarea și exploatarea rațională a acestora pe segmentele-țintă.
- ☐ 7. Capacitatea efectivă a pieței exprimă volumul maxim al tranzacțiilor pe care-l poate realiza o firmă.
- ☐ 8. Capacitatea efectivă a pieței este determinată prin volumul cererii, volumul ofertei, volumul tranzacțiilor de piață.
- ☐ 9. Analiza privind capacitatea pieței poate fi realizată la nivelul pieței produsului și al pieței firmei.
- ☐ 10. Piața firmei exprimă gradul în care firma pătrunde cu produsele și serviciile sale pe piață.
- ☐ 11. Piața produsului semnifică gradul de solicitare, de pătrundere a unui produs în consum.
- ☐ 12. Noțiunea de elasticitate a fost împrumutată din fizică și aplicată la teoria economică de Philip Kotler.
- ☐ 13. Cataloagele concurenților reprezintă surse comerciale de informare.