

MODULUL II – MARKETING

Capitolul I – Conceptul de marketing și evoluția acestuia

Încercuți litera corespunzătoare răspunsului corect:

1. Continuarea revoluției industriale a avut ca efect:

- ☐ a. amplificarea producției și nevoia dezvoltării schimburilor;
- ☐ b. modificarea dimensiunilor și a structurii pieței;
- ☐ c. dezvoltarea rapidă a producției de masă;
- ☐ d. schimbarea condițiilor de muncă și de viață ale consumatorilor.

2. Dinamismul social-economic se referă la:

- ☐ a. amplificarea producției și nevoia dezvoltării schimburilor;
- ☐ b. modificarea dimensiunilor și a structurii pieței;
- ☐ c. dezvoltarea rapidă a producției de masă;
- ☐ d. schimbarea condițiilor de muncă și de viață ale consumatorilor.

3. Marketingul practicat de către o întreprindere pentru a satisface nevoile și așteptările clienților săi și a obține profit este:

- ☐ a. clasic;
- ☐ b. sportiv;
- ☐ c. stimulat;
- ☐ d. internațional.

4. Contramarketingul este practicat pentru o cerere:

- ☐ a. care este inexistentă și trebuie creată;
- ☐ b. repulsivă și trebuie modificată, convertită;
- ☐ c. care se impune a fi frânată, inhibată, eliminată;
- ☐ d. ezitantă, care trebuie revitalizată, revigorată, stabilizată.

5. Remarketingul este folosit pentru o cerere:

- ☐ a. latentă, care trebuie amplificată, dezvoltată;
- ☐ b. care este în exces și trebuie redusă în niște limite acceptabile;
- ☐ c. care se impune a fi frânată, inhibată, eliminată;
- ☐ d. ezitantă, care trebuie revitalizată, revigorată, stabilizată.

6. Activitatea agenților economici în raport cu cerințele pieței locale și naționale este orientată de marketingul:

- ☐ a. clasic;
☐ b. intern;
☐ c. stimulativ;
☐ d. ecologic.

7. Cifra de afaceri medie reprezintă:

- ☐ a. venitul obținut din vânzări care reușește să acopere cheltuielile firmei;
- ☐ b. scăderea sau creșterea veniturilor firmei, lucru datorat în urma vânzărilor unui produs sau serviciu;
- ☐ c. venitul mediu obținut pe un tip de produs sau serviciu furnizat;
- ☐ d. veniturile totale din vânzarea de bunuri sau servicii.

8. Investigarea, conectarea dinamică la cerințele mediului extern, satisfacerea în condiții superioare a nevoilor de consum și maximizarea profitului sunt:

- ☐ a. domenii ale marketingului;
- ☐ b. funcții ale marketingului;
- ☐ c. principii ale marketingului;
- ☐ d. activități ale marketingului.

