

MODULUL II – MARKETING

Capitolul I – Conceptul de marketing și evoluția acestuia

I. Încercuiți litera corespunzătoare răspunsului corect:

1. Revoluția industrială a condus 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.

2. Diviziunea muncii a contribuit 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 folosit pentru o cerere latentă ce trebuie amplificată, dezvoltată este:

- a. clasic;
- b. stimulativ;
- c. dezvoltării;
- d. ecologic.

4. Demarketingul este folosit pentru o cerere:

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

5. Cifra de afaceri critică reprezintă:

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

II. Răspundeți prin adevărat sau fals la următoarele enunțuri:

1. Notiunea de piață a cumpărătorului apare atunci când abundența de produse pe piață oferă cumpărătorilor posibilități largi de alegere.
2. Notiunea de piață a producătorului apare atunci când pe piață este lipsă de produse și servicii, iar cumpărătorul este nevoit să cumpere ce găsește, producătorul impunându-și punctul de vedere în ceea ce privește cantitatea, calitatea, sortimentul și prețul produselor.
3. Funcția de conectare dinamică a întreprinderii la cerințele mediului său extern constituie punctul de plecare al întregii activități de marketing.
4. Funcția de satisfacere în condiții superioare a nevoilor de consum are ca scop obținerea de profit care să asigure existența și dezvoltarea întreprinderii.
5. Nevoile de consum au un caracter obiectiv, determinat de condițiile vieții materiale și spirituale a omului și a societății.

III. În coloana A sunt enumerați factorii care au contribuit la apariția și promovarea marketingului, iar în coloana B – caracteristicile acestora. Asociați fiecărei cifre din coloana A litera corespunzătoare din coloana B.

A	B
1. continuarea revoluției industriale	<input type="checkbox"/> a. a avut urmări deosebit de favorabile asupra dimensiunilor și structurii pieței
2. dinamismului social-economic	<input type="checkbox"/> b. a contribuit la amplificarea exponentială a relațiilor economice internaționale
3. diviziunea muncii	<input type="checkbox"/> c. a contribuit la creșterea fără precedent a producției de bunuri
4. revoluția industrială	<input type="checkbox"/> d. a contribuit la scăderea fără precedent a productivității muncii
	<input type="checkbox"/> e. a făcut posibilă renunțarea la vechiul sistem de producție

IV. Enumerați factorii care au contribuit la creșterea rolului marketingului în dezvoltarea economică.

1.	
2.	
3.	
4.	
5.	