

MODULUL II – MARKETING

Capitolul I – Conceptul de marketing și evoluția acestuia

I. Încercuți 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. stimulator;
- ☐ 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. Noțiunea de piață a cumpărătorului apare atunci când abundența de produse pe piață oferă cumpărătorilor posibilități largi de alegere.
- ☐ 2. Noțiunea 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 ☐	☐ a. a avut urmări deosebit de favorabile asupra dimensiunilor și structurii pieței
2. dinamismului social-economic ☐	☐ b. a contribuit la amplificarea exponențială a relațiilor economice internaționale
3. diviziunea muncii ☐	☐ c. a contribuit la creșterea fără precedent a producției de bunuri
4. revoluția industrială ☐	☐ d. a contribuit la scăderea fără precedent a productivității muncii
	☐ e. a făcut posibilă renunțarea la vechiul sistem de producție

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

-
-
-
-
-