MODULUL II – MARKETING

Piaţa şi dimensiunile acesteia

Încercuiţi litera corespunzătoare răspunsului corect:

1. Funcţia prin care piaţa 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 funcţie de obiectul tranzacției de vânzare și cumpărare, piaţa 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 numeşte:

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

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

- ☐ a. piaţă la vedere;
- ☐ b. piaţă la termen;
- ☐ c. piaţă intermediară;
- ☐ d. piaţă 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, concurenţa este:

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

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

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

8. Omogenitatea produsului este o caracteristică specifică:

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

9. Apariția unor noi concurenți pe piață reprezintă:

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

10. Dezvoltarea infrastructurii constituie pentru firmă:

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

11. Prețurile practicate reprezintă pentru firmă:

- ☐ a. un punct tare;
- ☐ b. o ameninţare;
- ☐ 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.