MODULUL II – MARKETING

Piaţa şi dimensiunile acesteia

I. Încercuiţi litera corespunzătoare răspunsului corect:

1. Funcţia prin care piaţa oferă informații obiective și rapide tuturor agenților economici 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. Camera de Comerț și Industrie, Institutul Național de Statistică, diferite ministere, consulate reprezintă surse de informare:

- ☐ a. informale;
- ☐ b. interne;
- ☐ c. publice;
- ☐ d. profesionale.

3. În funcţie de aria de extindere, piaţa poate fi:

- ☐ a. piața petrolului;
- ☐ b. piața națională;
- ☐ c. piața valutară;
- ☐ d. piața monetară.

4. Locul în care se întâlnește cererea cu oferta de monedă este:

- ☐ a. piaţa financiară;
- ☐ b. piaţa monetară;
- ☐ c. piaţa valutară;
- ☐ d. piaţa reală.

5. Cota de piață relativă 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.

II. Răspundeţi prin adevărat sau fals la următoarele enunțuri:

☐ 1. În cadrul pieței intermediare au acces doar persoanele autorizate a realiza tranzacții în numele clienților lor.

☐ 2. Piața factorilor de producție este piața în care prețul se formează prin jocul cererii și al ofertei.

☐ 3. Gradul de solicitare a reţelelor de distribuţie se referă la atracţia pe care o exercită centrele comerciale asupra zonelor învecinate.

☐ 4. Capacitatea potenţială a pieţei este inferioară capacităţii efective a acesteia, ea include şi nonconsumatorii relativi drept cumpărători.

☐ 5. Elasticitatea încrucişată ne arată modul în care se modifică cantitatea cerută ca urmare a modificării preţului unui alt bun, în condiţiile în care ceilalţi factori de influenţă rămân nemodificaţi.

III. În coloana A sunt enumeraţi tipuri de concurenţi, iar în coloana B, caracteristici ale acestora, asociați fiecărei cifre din coloana A litera corespunzătoare din coloana B.

A	B
1. concurenți direcți ☐	☐ a. oferă același tip de produse sau servicii pentru a satisface aceleași nevoi
2. concurenți indirecți ☐	☐ b. oferă consumatorilor un produs similar, dar cu caracteristici diferite, satisfăcând alte nevoi sau preferințe
3. concurenți potențiali ☐	☐ c. în lupta pentru atragerea clienților utilizează ca instrument mijloacele financiare
4. înlocuitori ☐	☐ d. firme cu obiecte de activitate diferite care se pot reorienta / reprofila în viitor
5. nou-veniți ☐	☐ f. vin cu produse foarte diferite ca formă și conținut, dar care satisfac aceeași nevoie a consumatorilor