|  |  |
| --- | --- |
| **Domeniul de pregătire profesională** | **Economic - Comerț** |
| **Calificarea profesională** | **Tehnician în activități economice, Tehnician în administrație, Tehnician în activități de comerț, Tehnician în achiziții și contractări** |
| **Modul** | **Marketing** |
| **Clasa** | **a XI -a** |

**1.** Marketingul are un rol important în activitatea agentului economic. Se cere:

a. Definiţi marketingul.

b. Precizaţi cele trei abordări ale marketingului.

c. Enumeraţi cele patru principii ale marketingului.

**Nivelul de dificultate: mediu**

**Răspuns:**

a. Marketingul reprezintă un proces social şi de conducere prin care indivizii şi grupurile obţin ceea ce au nevoie şi-şi doresc prin crearea, oferirea şi schimbul de produse cu o anumită valoare.

b. Abordările marketingului sunt:

a. marketingul este o filosofie de afaceri;

b. marketingul este o activitate practică;

c. marketingul este un instrument de conducere.

c. Principiile marketingului sunt:

a. maximizarea consumului;

b. maximizarea posibilităţilor de alegere ale consumatorilor;

c. maximizarea satisfacţiei consumatorilor;

d. maximizarea calităţii vieţii.

**2.** Funcţiile de marketing sunt coordonate în vederea realizării scopurilor propuse de firmă. Se cere:

* 1. Evidenţiaţi scopul investigării pieţei, a nevoilor de consum sau utilizare;
  2. Prezentaţi cele două tipuri ale anchetei
  3. Precizaţi două surse de informaţii pentru înregistrările interne ale firmei.

**Nivelul de dificultate: mediu**

**Răspuns**:

**a.** Scopul este de a obţine informaţii despre cerere, clienţi, comercianţi, intermediari şi alţi factori ce acţionează la nivelul pieţei.

**b.** Ancheta poate fi: structurată sau nestructurată

**c.** Pentru oricare două din urmatoarele: compartimentul de contabilitate, producţie, forţele de vânzare, compartimentul de relaţie cu publicul .

**2.** Procesul planificării strategice este o activitate realizată în şase etape. Formularea obiectivelor este o etapă importantă a planificării strategice. Se cere:

a. stabiliţi momentul în care se poate trece la elaborarea precisă a obiectivelor urmărite;

b. enumeraţi trei obiective pe care le urmăresc firmele;

c. enumeraţi criteriile pe care trebuie să le îndeplinească obiectivele în conformitate cu ***management prin obiective***.

**Nivelul de dificultate: mediu**

**Răspuns:**

1. după ce firma a realizat analiza SWOT
2. pentru oricare trei din urmatoarele: creşterea vânzărilor; profitabilitatea; îmbunătăţirea cotei de piaţă; limitarea riscurilor; capacitatea de inovare; reputaţie.
3. obiectivele trebuie ordonate ierarhic; obiectivele concrete trebuie sa fie realiste; obiectivele trebuie să fie concordante; obiectivele trebuie exprimate cantitativ.

**15.** De cele mai multe ori firmele urmăresc o combinaţie de obiective printre care profitabilitatea, creşterea vânzărilor, îmbunătăţirea cotei de piaţă.Se cere:

* 1. Prezentaţi două caracteristici ale strategiei unei firme performante.
  2. Enumeraţi patru întrebările la care trebuie sa răspundă o firma de succes în elaborarea misiuni sale.

**Nivelul de dificultate: mediu**

**Răspuns:**

**a**. O firma performanta este o firma care:

Pentru oricare doua din urmatoarele:

* dispune de o strategie in concordanta cu obiectivele pe care si le-a propus
* si-a elaborat si pus in aplicare o structura organizatorica foarte bine adaptata la strategia sa
* a conectat la structura organizatorica un ansamblu de sisteme de informare, planificare si control capabile sa-i asigure supleţea si cea mai înalta eficienta.

**b.** Pentru oricare patru din urmatoarele:

- Cine sunt clienţii?

- Care sunt dorinţele lor, care sunt nevoile, aşteptările, problemele lor si cum rezolva produsul sau serviciul lansat aceste probleme?

- Care sunt atuurile afacerii?

- Care sunt angajamentele pe care si le asuma firma fata de consumatori?

- Care sunt beneficiile oferite consumatorilor?

1. În planificarea strategică este importantă aplicarea strategiilor specifice mediului concurenţial . Se cere:
   1. Precizaţi scopul planificării strategice.
   2. Prezentaţi două caracteristici specifice strategiei unei firme performante.

**Nivelul de dificultate: mediu**

**Răspuns:**

**a**. Scopul planificării strategice este să modeleze activităţile economice şi produsele firmei , astfel încât să se realizeze profiturile şi ratele de creştere urmărite.

**b**. O firmă performantă este o firmă care:

* dispune de o *strategie* în concordanţă cu obiectivele pe care şi le-a propus;
* şi-a elaborat şi pus în aplicare o *structură organizatorică* foarte bine adaptată la strategia sa;
* a conectat la structura organizatorică un ansamblu de *sisteme de informare, planificare şi control* capabile să-i asigure supleţea şi cea mai înaltă eficienţă