|  |  |
| --- | --- |
| **Domeniul de pregatire** | **Economic-Comerț** |
| **Calificare profesionala** | **Tehnician în activități economice, Tehnician în administrație, Tehnician în activități de comerț, Tehnician în achiziții și contractări** |
| **Modulul** | **Marketing** |
| **Clasa** | **a XI a** |

Realizaţi un eseu cu tema ”Analiza SWOT şi importanţa ei în strategia firmei”, după următoarea structură:

a.prezentarea elementelor componente ale analizei SWOT;

b.reprezentarea sub formă grafică

c. identificarea a două atribute din fiecare element component al analizei SWOT.

**Nivel de dificúltate: mediu**

**Barem de corectare:**

a.

S = Strenghts – Puncte tari

W = Weaknesses – Puncte slabe

O = Opportunities – Oportunităţi

T = Threats – Ameninţări

b.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Concură la realizarea obiectivelor | Împiedică realizarea obiectivelor |
| Atribute interne, specifice firmei | Puncte tari | Puncte slabe |
| Atribute externe, specifice mediului în care acţionează firma | Oportunităţi | Ameninţări |

c. Oricare 2 puncte tari din urmatoarea enumerare (lista):

* dispune resurse: financiare, umane, de amplasare;
* servicii oferite clienţilor;
* eficienţa;
* avantaje faţă de concurenţi;
* infrastructura;
* calitatea;
* personalul;
* preţurile practicate
* aptitudini concurenţiale bune
* o percepţie pozitivă din partea clienţilor
* este un lider recunoscut pe piaţă
* deţine strategii funcţionale bine concepute
* are capacităţi de inovare
* conducerea este capabilă
* este proprietar de tehnologie
* este protejat de acţiuni concurenţiale puternice.

oricare 2 **puncte slabe** din urmatoarea enumerare:

* direcţia strategică este neclară
* dispune de facilităţi învechite
* nivelul productivităţii este scăzut
* lipsă de viziune şi talent managerial
* deficienţe în rezolvarea problemelor interne
* este vulnerabilă la presiunile concurenţilor
* slabă atenţie acordată domeniului cercetare- dezvoltare
* linia de produse este limitată
* Slabă imagine pe piaţă.

oricare 2 ***oportunităţi*** din urmatoarea enumerare:

* deservirea unor categorii suplimentare de clienţi
* cucerirea de noi segmente ale pieţei
* extinderea liniei de produse
* diversificarea gamei de produse
* pătrunderea pe pieţe noi
* integrarea verticală
* creştere rapidă a pieţei pe care acţionează
* politici guvernamentale favorabile.

oricare 2 ***ameninţări*** din urmatoarea enumerare:

* posibilitatea apariţiei unor noi concurenţi
* creşterea vânzărilor de produse substituibile
* creştere lentă a pieţei
* politici guvernamentale nefavorabile
* creşterea presiunilor concurenţiale
* recesiune economică
* putere de negociere în creştere a furnizorilor sau clienţilor
* schimbări în nevoile şi gusturile consumatorilor
* schimbări demografice.