






Profil: Servicii
Domeniul: Comerț/Economic
Modulul: Marketing
Clasa: a XI-a

Tanislav Maria Cristina
Colegiul Economic Ion Ghica Târgoviște

Modulul „**Marketing**”, componentă a ofertei educaționale (curriculare) pentru calificări profesionale din domeniul de pregătire profesională **Comerț/Economic**, face parte din cultura de specialitate și pregătirea practică săptămânală, aferente clasei a XI-a, învățământ liceal- filiera tehnologică.

Rezultate ale învățării conform SPP: EVALUAREA OPORTUNITĂȚILOR DE PIAȚĂ			Conținuturile învățării
Cunoștințe	Abilități	Atitudini	
8.1.12. Prezentarea conceptului și elementelor definitorii ale mediului de marketing al agentului economic	8.2.14. Analizarea componentelor micromediului și macromediului, reflectând critic și creativ asupra influențelor exercitate de mediul extern	8.3.5. Colaborarea cu membrii echipei pentru alegerea strategiei de piață	Mediul de marketing al firmei  Mediul intern de marketing al firmei.  Mediul extern al firmei: micromediul și macromediul.
8.1.13. Descrierea componentelor micromediului și macromediului	8.2.15. Alegerea strategiilor de piață în funcție de poziția agentului economic față de dinamică și trăsăturile pieței, utilizând raționamente logice		Strategia de piață - nucleul politicii de marketing  Definirea conceptelor de politică, strategie, tactică de marketing.  Tipologia strategiilor de piață.  Fundamentarea strategiilor de piață.
8.1.14. Prezentarea strategiilor de piață pe baza factorilor endogeni și exogeni			

Obiectivele evaluării:

- Să descrie componentelor micromediului și macromediului.
- Să prezinte strategiile de piață pe baza factorilor endogeni și exogeni.
- Să analizeze componentele micromediului și macromediului, reflectând critic și creativ asupra influențelor exercitate de mediul extern.
- Să aleagă strategiile de piață, în funcție de poziția agentului economic față de dinamică și trăsăturile pieței, utilizând raționamente logice.

Matricea de specificații

Niveluri cognitive	Cunoaștere	Înțelegere	Aplicare	Analiză	Total itemi	Pondere %
Continuturi						
Mediul extern al firmei: micromediul Mediul extern al firmei: macromediul	I1, I2	II 6	II 7		4	50%
Strategia de piață - nucleul politicii de marketing	I3, I 4, I5			III	4	50%
TOTAL ITEMI	5	1	1	1		
Pondere %	62,5%	12,5%	12,5%	12,5%		100

Marketing – clasa a XI-a

Test de evaluare sumativă

Toate subiectele sunt obligatorii. Se acordă 10 puncte din oficiu.

Timpul efectiv de lucru este de 45 min.

Subiectul I

30 puncte

Pentru fiecare din cerințele de mai jos (1-5), încercuiți litera corespunzătoare răspunsului corect:

1. În care dintre grupurile de mai jos, vizând componente ale mediului extern al întreprinderii, se înscriu mediile de informare în masă:

- a. macromediul – mediul natural;
- b. micromediul – prestatorii de servicii;

- c. macromediul – mediul instituțional;
 - d. micromediul – organismele publice.
2. În cadrul mediului extern al întreprinderii, agențiile de publicitate fac parte din:
 - a. macromediul întreprinderii;
 - b. categoria prestatorilor de servicii;
 - c. organismele publice;
 - d. mediul instituțional.
 3. Strategia creșterii cotei de piață a întreprinderii este sinonimă cu:
 - a. strategia creșterii;
 - b. strategia activă;
 - c. strategia adaptivă;
 - d. strategia ofensivă.
 4. Strategia concentrată reprezintă o variantă a strategiei de piață pe care o poate adopta o întreprindere ținând cont de poziția sa față de:
 - a. schimbările pieței;
 - b. dinamica pieței;
 - c. structura pieței;
 - d. nivelul competiției.
 5. Strategia de supraviețuire semnifică, de fapt:
 - a. creșterea activității de piață;
 - b. restrângerea activității de piață;
 - c. menținerea volumului activității de piață;
 - d. o strategie specifică întreprinderilor fără potențial de creștere.

Subiectul II

20 puncte

6. Notați în dreptul enunțurilor următoare litera A, dacă apreciați că enunțul este adevărat, sau F, dacă este fals:

12 p

- a. Macromediul reprezintă totalitatea factorilor endogeni.
- b. Sistemul partidelor politice face parte din mediul cultural.
- c. Tendința balanței de plăți face parte din componența mediului economic.
- d. Structura populației pe grupe de vârstă face parte din componența mediului demografic.
- e. Religia face parte din componența mediului fizico-geografic.
- f. **Alegeți unul din enunțurile false de mai sus și transformați-l într-un enunț adevărat.**

7. În coloana A sunt enumerate componentele micromediului, iar în coloana B caracteristici ale acestora. Scrieți pe foaie asocierile corecte:

8 p

A.	B.
1. Clienții	a. Sprijină vânzarea produselor
2. Furnizorii	b. Categorie largă de producători și prestatori de servicii
3. Concurenții	c. Cei mai importanți actori ai micromediului
4. Intermediarii	d. Norme juridice și sistemul juridic
	e. Își dispută o anumită clientelă

Subiectul III

40 puncte

Realizați un eseu cu tema „Stabilirea strategiei de piață în funcție de mediul extern al firmei”, după următoarea structură de idei :

- a. Identificarea componentelor mediului extern;
- b. Caracterizarea a două componente ale macromediului;
- c. Descrierea concurenței, componentă importantă în stabilirea strategiei de piață;
- d. Prezentarea tipurilor de strategii de piață, în funcție de dinamica pieței și nivelul concurenței.

Barem de corectare și notare

Se acordă 10 puncte din oficiu.

Subiectul I

30 puncte

1 - d, 2 - b, 3 - d, 4 - c, 5 - b.

Pentru fiecare răspuns corect se acordă câte **6 puncte**. Pentru răspuns incorect sau lipsa acestuia se acordă **0 puncte**.

Subiectul II

20puncte

6. a. F b. F c. A d. A e. F

Pentru fiecare răspuns corect se acordă câte **2 puncte**. Pentru răspuns incorect sau lipsa acestuia se acordă **0 puncte**.

Pentru oricare enunț corect transformat se acordă **2 puncte**. Pentru răspuns incorect sau lipsa acestuia se acordă **0 puncte**.

7. 1-c, 2-b, 3-e, 4-a

Pentru fiecare răspuns corect se acordă câte **2 puncte**. Pentru răspuns incorect sau lipsa acestuia se acordă **0 puncte**.

Subiectul III

40 puncte

a. (6 puncte)

Identificarea componentelor mediului extern;

Pentru fiecare răspuns corect și complet se acordă **6 puncte**. Pentru fiecare răspuns parțial corect sau incomplet se acordă câte **3 puncte**.

b. (10 puncte)

Caracterizarea a două componente ale macromediului

Pentru fiecare componentă caracterizată corect și complet se acordă câte **5 puncte**. Pentru fiecare răspuns parțial corect sau incomplet se acordă câte **2 puncte**

c. (10 puncte)

Descrierea concurenței, componentă importantă în stabilirea strategiei de piață

Pentru răspuns corect se acordă **10 puncte**. Pentru fiecare răspuns parțial corect sau incomplet se acordă câte **2 puncte**. Pentru răspuns incorect sau lipsa acestuia, se acordă **0 puncte**.

d. (14 puncte)

Prezentarea tipurilor de strategii de piață, în funcție de dinamica pieței și nivelul concurenței Pentru fiecare componentă caracterizată corect și complet se acordă câte **7 puncte**. Pentru fiecare răspuns parțial corect sau incomplet se acordă câte **3 puncte**

Semnătură:

Tanislav Maria Cristina

