

OANA SIMONA CARAMAN - HUDEA

Marketing general

Teste grilă cu răspuns unic



Copyright © 2009, **Editura Pro Universitaria**

Toate drepturile asupra prezentei ediții aparțin

Editurii Pro Universitaria

Nici o parte din acest volum nu poate fi copiată fără acordul scris al

Editurii Pro Universitaria

Descrierea CIP a Bibliotecii Naționale a României
CARAMAN-HUDEA, OANA SIMONA

Marketing general : teste grilă cu răspuns unic /

Oana Simona Caraman-Hudea. - București : Pro

Universitaria, 2009

Bibliogr.

ISBN 978-973-129-443-8

339.138(498)(079.1)

Cuvânt înainte

Prezenta lucrare se dorește a veni în sprijinul tuturor celor ce doresc să pătrundă în tainele unui domeniu relativ nou în țara noastră, dar deosebit de complex și cu implicații puternice asupra economiei de piață – marketingul general.

Cartea se prezintă sub forma unei serii de teste grilă ce vizează să reflecte noțiunile de bază ale marketingului general, fiind concepută în același timp ca un ghid orientativ și ca un mijloc de testare a cunoștințelor deja acumulate.

Lucrarea cuprinde 8 capitole, fiind conturată conform structurii manualului *Marketing general* elaborat de Prof. univ. dr. Sica Stanciu și publicat în anul 2002 la Editura Dareco, București.

Grilele ce alcătuiesc prezenta publicație au o singură variantă de răspuns corectă. Verificarea răspunsurilor este posibilă prin consultarea grilei de răspunsuri, structurată de asemenea pe capitole și prezentată la sfârșitul lucrării.

Oana Simona (Caraman) Hudea

Capitolul I - Obiectul de studiu al marketingului

1. Identificați varianta corectă cu privire la marketing:
 - a) marketingul este un proces social și managerial
 - b) printre conceptele primare ale marketingului regăsim și: trebuințele și dorințele, cererea și oferta, costul și satisfacția
 - c) marketingul reprezintă ansamblul eforturilor unei organizații vizând satisfacerea consumatorilor în condițiile obținerii de profit
 - d) toate variantele de mai sus

2. Marketingul are o triplă dimensiune:
 - a) logică, filozofică, metodologică
 - b) funcțională, operațională, procesuală
 - c) filozofică, procesuală, metodologică
 - d) operațională, procesuală, metodologică

3. Filozofia de marketing presupune în principal:
 - a) cercetarea nevoilor sociale, raportarea activității la nevoi manifeste, studierea cererii efective
 - b) realizarea de produse eficiente, modelarea nevoilor consumatorilor în funcție de aceste produse, obținerea de profit
 - c) satisfacerea nevoilor organizației, oferirea de produse pe piață, obținerea de profit
 - d) studierea cererii efective, realizarea de produse peste nivelul cererii efective, promovarea produselor

4. Nu este premisă a apariției marketingului:
 - a) accelerarea dezvoltării economice
 - b) implementarea managementului științific
 - c) sistemul de management al organizației
 - d) impactul revoluției tehnico – industriale

5. Printre efectele accelerării dezvoltării economice regăsim:
 - a) sistematizarea, sincronizarea, concentrarea producției
 - b) desincronizarea, abundența, concentrarea producției
 - c) sincronizarea, penuria, sistematizarea
 - d) niciuna din variantele de mai sus

6. Marketingul implică:
 - a) studiul pieței, al comportamentului concurenței, al comportamentului furnizorului
 - b) studiul financiar, al comportamentului producătorului, al comportamentului furnizorului
 - c) studiul consumului, al comportamentului consumatorului, al comportamentului producătorului
 - d) studiul financiar, al consumului, al comportamentului furnizorului

7. Marketingul se caracterizează prin următoarele:
 - a) o terminologie nedefinită
 - b) o literatură de specialitate la început de drum
 - c) lipsa unei abordări matematice
 - d) existența unor școli în teoria marketingului

8. Componentele sistemului de marketing sunt:
 - a) concepția de marketing, conjunctura, profitul
 - b) analiza mediului de afaceri, tactica de marketing, managementul marketingului
 - c) strategia de marketing, tactica de marketing, spionarea concurenței
 - d) filozofia de marketing, analiza mediului de afaceri, analiza financiară