

Modulul: II	Marketing și managementul marketingului	Data:	29/09/2025
Tema:	Mixul de marketing		

Aplicații

I. Formulați răspunsul la următoarele întrebări:

1. Ce fel de canal de distribuție veți folosi?
2. Cum vă promovați produsele?
3. Care sunt cei 3 C în politica de preț? (3C = Companie, Clienți, Concurența)
4. Care sunt etapele ciclului de viață al unui produs?

II. Rezolvați:

1. Realizați un mesaj publicitar pentru produsele/serviciilor firmei dumneavoastră.
2. Numiți trei caracteristici pe care le considerați importante pentru promovarea produsului/serviciului.

III. Studiu de caz: Pornind de la o idee de afacere realizați o scurtă analiză a mix-ului de marketing.

IV. Incercuțiți răspunsul corect:

1. Nu este componentă a mixului de marketing: a) prețul; b) produsul; c) furnizorii; d) distribuția.
2. Identificați faza ciclului de viață al produsului în care cheltuielile promoționale înregistrează cel mai ridicat nivel: a) lansarea; b) maturitatea; c) declinul; d) creșterea.
3. Prețul pentru serviciile unui restaurant se numește: a) tarif; b) dobândă; c) onorariu; d) taxă.
4. Oferirea unui număr de minute de convorbire gratuite cu ocazia zilei de naștere a clientului de către un operator de telefonie mobilă reprezintă o componentă a activității: a) publicitare; b) de relații publice; c) de promovare a vânzărilor; d) de utilizare a mărcilor.
5. Un canal direct este un canal de distribuție care are: a) un intermediar; b) 2-5 intermediari; c) nici un intermediar; d) peste 10 intermediari.
6. Rolul promovării vânzărilor în faza de declin a ciclului de viață a produsului este: a) redresarea vânzărilor; b) crearea unei imagini favorabile a produsului; c) fidelizarea consumatorilor.

Formator competente antreprenoriale	Cursant
Stroe Petre Adrian	

Modul: II	Marketing și managementul marketingului	Data:	26/09/2022
Tema:	Bazele marketingului		

Aplicații

I. Formulați răspunsul la următoarele întrebări:

1. Care sunt elementele component ale mediului de marketing?
2. Ce reprezintă piața?
3. Care sunt componentele micromediului?
4. Care sunt componentele macromediului?

II. Descrieți mediul de marketing și piața firmei pentru viitoarea dumneavoastră afacere: amplasament (utilități, resurse), grup țintă (clienți actuali și potențiali, caracteristici ale acestora), produsele/serviciile (enumerare, caracteristici, avantaje competitive), furnizori de materii prime și materiale, resurse umane și financiare, dotări, concurenți (enumerare, poziția firmei față de aceștia, caracteristici)

III. Rezolvați:

1. Prezentați **Mărimea pieței țintă pentru viitoarea afacere:** numărul de potențiali clienți, numărul de achiziții efectuate de aceștia, frecvența de cumpărare, potențialul de creștere al acestei piețe.
2. Numiți trei bariere de intrare pe piață care vă afectează.

V. Incercuiți răspunsul corect:

1. Cele mai importante obiective ale marketingului sunt: a) maximizarea cereri; b) satisfacerea în cele mai bune condiții a nevoilor de consum; c) diversificarea ofertei; d) furnizarea unui standard de viață.
2. Cea mai nouă concepție de marketing este cea: a) de vânzare; b) de producție; c) socială; d) de marketing
3. Resursele umane ale unei firme fac parte din:
 - a) mediul demografic al firmei;
 - b) mediul cultural;
 - c) mediul tehnologic;
 - d) mediul legislativ.