**TEST DE EVALUARE SUMATIVĂ**

**Domeniul de pregătire profesională:** Economic-Comerț

**CLASA a XI-a**

**Calificările:** Tehnician în activităţi economice, Tehnician în administrație, Tehnician în activități de comerț, Tehnician în achiziții și contractări

**Modulul**: Marketing

**Tema: Conceptul de marketing și evoluția acestuia , obiectivele și funcțiile marketingului**

**Rezultate ale învățării:**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Cunoştinţe** | **Abilităţi** | **Atitudini** |
| 8.1.1. Prezentarea conceptului şi elementelor definitorii ale marketingului 8.1.3. Prezentarea obiectivelor şi rolului marketingului în activitatea agentului economic 8.1.4. Descrierea funcţiilor marketingului | 8.2.3. Analizarea obiectivelor şi rolului marketingului în condiţiile economiei de piaţă prin folosirea diferitelor texte cu conţinut economic 8.2.4. Corelarea funcţiilor marketingului pe baza raţionamentelor logice | 8.3.1. Manifestarea interesului şi iniţiativei în fundamentarea unor noţiuni de marketing |

**OBIECTIVELE EVALUARII**

* Să identifice conceptul de marketing și evoluția acestuia.
* Să identifice obiectivele marketingului.
* Să recunoască / identifice obiectivele marketingului.
* Să înteleagă obievtivele de marketing și rolul marketingului în activitatea agentului economic.
* Să aplice obievtivele de marketing în condiţiile economiei de piaţă .
* Să analizeze obiectivele de marketing prin folosirea diferitelor texte cu conţinut economic.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **MATRICEASPECIFICAŢIILOR** |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Nivel cognitiv****Continuturi** | **A-şi aminti** | **A înţelege** | **A aplica** | **A analiza** | **Nr. Total Itemi/ punctaj** | **Pondere punctaj%** | **Pondere itemi** |
| **Conceptul de marketing și evoluția acestuia**  | **I.1. 2p)****I. 2.(2p)****I. 7.(2p)****I. 8.(2p)****I. 9.(2p)****I. 10.(2p)** |  |  |  | **6/12p** | **13,3 %** | **30%** |
| **Obiectivele marketingului:**  | **I.4.(2p)****I. 5.(2p)****I. 6.(2p)****I.13.1(2p) I.13.2(2p) I.13.3(2p) I.13.4(2p).** | **II.2.(16p)** | **I. 11.(2p)****I. 12.(2p)****III. 1 (15p)** | **III. 2 (15)** | **12/ 64p** | **71,1%** | **60%** |
| **Funcţiile marketingului** | **I. 3.(2p)****II.1.(12p)** |  |  |  | **2/14p** | **15,6%** | **10%** |
| **Nr. Itemi/ punctaj** | **15 /40 p** | **1/ 16p** | **3/ 19 p** | **1/ 15 p** | **20/90p** |  |  |
| **Pondere punctaj%** | **44,4%** | **17,8%** | **21,1%** | **16,7%** |  | **100%** |  |
| **Pondere itemi** | **75%** | **5%** | **15%** | **5%** |  |  | **100%** |

**TEST DE EVALUARE SUMATIVĂ**

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

♦ **Timpul efectiv de lucru este de 40 min.**

**SUBIECTUL I (32 puncte)**

**I. Pentru fiecare dintre cerinţele de mai jos( 1-10), scrieţi pe foaia de lucru litera corespunzătoare răspunsului corect.**

**I. 1**. Țara de origine a marketingului este?

a. Germania;

b. Franța;

c. Japonia;

d. SUA.

**I.2**.Potrivit opiniei școlii românești de marketing, momentul apariției marketingului este plasat în?

a. la sfârsitul secolului al XIX -lea;

b. la începutul secolului XX;

c. în antichitate;

c. în perioada medievală.

**I. 3**. Care din enumerările de mai jos conțin integral funcții ale marketingului, potrivit școlii românești de marketing?

a. maximizarea profitului, investigarea pieței, satisfacerea în condiții superioare a nevoilor de consum;

b maximizarea profitului, vânzarea, investigarea pieței, satisfacerea în condiții superioare a nevoilor de consum;

c. satisfacerea în condiții superioare a nevoilor de consum, investigarea pieței, standarizarea, consumul;

d. vânzarea mărfurilor, cumpărarea în funcție de nevoile de consum , maximizarea profitului.

. **I.**  4. Obiectivele activităţii de marketing la nivelul întreprinderii se împart în:

1. biective economice şi obiective psihologice;
2. obiective strategice şi obiective financiare;
3. obiective sociale şi obiective comerciale;
4. obiective financiare şi obiective socio –culturale.

**I. 5.** Reprezintã obiectiv psihologic al marketingului:

a. creşterea cifrei de afaceri;

b. creşterea sau menținerea cotei de piaþã;

c. creşterea volumului vânzãrilor;

d. imaginea favorabilă în rândul consumatorilor.

**I.** 6. Din categoria obiectivelor economice ale activităţii de marketing la nivelul întreprinderii face parte şi:

* 1. crearea unei imagini favorabile în rândul consumatorilor;
	2. creşterea gradului de satisfacţie a clientului;
	3. creşterea profitului şi a ratei profitului;
	4. fidelizarea clientele.

**I.** 7. Care din următoarele specializări ale marketingului constituie o specializare a marketingului social?

1. marketingul turistic,
2. marketingul educațional;
3. marketingul agricol;
4. marketingul bancar.

**I.** 8.Care din următoarele specializări ale marketingului nu constituie o specializare a marketingului serviciilor?

1. marketingul turistic,
2. marketingul asigurărilor;

c. marketingul agricol;

d. marketingul bancar.

**I.**9.Care din următoarele specializări ale marketingului constituie o specializare a marketingului social?

1. agromarketing.
2. marketingul bunurilor de consum,
3. marketingul cultural;
4. marketingul transporturilor;

**I. 10.** Care din următoarele specializări ale marketingului constituie o specializare a marketingului în domeniul lucrativ?

1. agromarketing.
2. marketingul ecologic,
3. marketingul cultural;
4. marketingul transporturilor;

**I. 11.** Vânzările totale în anul 2006 pe piaţa totală au fost de 230 miliarde ,din care firma S.C.Alfa S.R.L 28 miliarde. Ce cotă de piață are firma S.C.Alfa S.R.L ?

* 1. 12,09%
	2. 12.17%
	3. 12.19%
	4. 12.23%

**I. 12.**La nivelul anului 2007, valoarea totală a tranzacţiilor pe piaţa maşinilor de autoturismelor, a fost de 8 milioane euro (VT= 8.000.000 euro). Situaţia a 5 producători din acest domeniu în acel an a fost conform tabelului, următoarea :

|  |  |
| --- | --- |
| **Firme (mărci)** | **Cifra de afaceri** |
| VW | 20 |
| Opel | 14 |
| BMW | 12 |
| RENAULT | 11 |
| LOGAN | 10 |

Ce cota relativă de piață are firma BMV?

1. 0,5
2. 0,6
3. 0,7
4. 1,43

**I.** 13. În coloana A sunt enumerate obiective ale marketingului, iar în coloana B concretizarea acestora. Scrieţi pe foaia de test, asocierile corecte dintre cifrele din coloana A şi literele corespunzătoare din coloana B .

|  |  |
| --- | --- |
| 1. **Obiective**
 | **B. Concretizare** |
| **I. 13**.**1.** Cota de piaţă | **a.** ansamblul reprezentărilor obiective şi subiective ale individului pe care le percepe în legătură cu o întreprindere |
| **I. 13.2.** Gradul de satisfacere a clientelei | **b.** crearea, menţinerea şi consolidarea relaţiilor cu clienţii |
| **I. 13**.**3.** Nivelul fidelizării cumpărătorilor | **c.** informaţiile necesare managerilor de marketing |
| **I. 13**.**4.** Imaginea firmei  | **d.** raportul dintre vânzările firmei şi totalul vânzărilor pe piaţă |
|  | **e** rezultatul utilizării produsului raportat la aşteptările sale |

**SUBIECTUL II (28 puncte)**

**II.1** Completati spaţiile libere astfel încât să obţineţi un enunţ corect. 12 p

1. Satisfacerea.........(1)............şi obţinerea de profit sunt cele douaprincipii ale marketingului.
2. Funcţia ............(2)...........a marketingului este cercetarea pieţei, a nevoilor de utilizare sau de consum.
3. Rolurile marketingului constau în ……(4)…….nevoilor clientului şi realizarea de profit.

**II.2** Explicați două funcții ale marketingului în stabilirea strategiei de piață. 16 p

**SUBIECTUL III ( 30 de puncte)**

1. Cunoscând faptul că CA totală a pieţei pe anul 2012 a fost de 450.000 mil de lei, CA a firmei A a fost de 11.000 mil de lei, a firmei B de 15.000 mil de lei, iar a firmei C de 24.000 mil de lei.

 Calculaţi cota de piaţă a firmelor A, B şi C.

1. În oraşul X există doua firme concurente „A” şi respective „B”**,** pe piaţa comercializării produselor de artizanat. Cifra de afaceri în anul 2011 a firmei „A” a fost de 90 milioane de RON, iar a firmei „B” de 30 mil de RON. Ştiind că firma „A” este lider de piaţă, firma „B” se află pe locul doi, iar vânzările totale sunt de 300mil. RON.

 Se cere:

a. formula cotei de piaţă și explicitarea termenilor;

b. calculaţi cotele de piaţă absolute ale celor două firme;

c. calculaţi cotele de piaţă relative ale celor două firme.

Caracterizați etapele evoluției

**BAREM DE CORECTARE ȘI NOTARE**

**SUBIECTUL I (32 puncte)**

**I.** 1-d, **I** .2-b, **I.**3 -a, **I.**4.a, **I.**5 d., **I.**6.c, **I.**7. b; **I.**8. c; **I.**9-c, **I.**10 – a, **I.**11-b, **I.** 12-b,

**I.**13 : 13.1-d, 13. 2-e, 13. 3-c, 13.4-a,

*Pentru răspunsul corect se acordă câte* ***2*** *puncte; pentru răspuns incorect sau lipsa acestuia 0 p.*

**SUBIECTUL II (28 puncte)**

**II .1 ( 12 puncte)**

* + - 1. Clienților
			2. Premisă
			3. Satisfacerea

***Notă:Se punctează orice sinonim al cuvintelor mai sust menționate***

*Pentru răspunsul corect se acordă câte 4p****.;*** *pentru răspuns incorect sau lipsa acestuia, 0p****.***

***II.2* ( 16 puncte)**

**Barem de corectare:**

* Cercetarea pieţei, a nevoilor de utilizare sau de consum;
* Îmbunătăţirea permanentă a capacităţii de adaptare a întreprinderii la cerinţele mediului său de piaţă;
* De satisfacerea în condiţii superioare a necesităţilor de consum;
* De maximizare a eficienţei economice sau maximizarea profitului.

*Pentru precizarea oricăror două funcții se câte 8 puncte ( 2x8=16 p); pentru răspuns partial corect se acordă 4 puncte( 2x8=16 p); pentru răspuns incorect sau lipsa acestuia 0 puncte.*

**SUBIECTUL III**

**III .1 ( 15 puncte)**

a. %

 %

%

*Pentru fiecare răspuns corect se acordă câte 5 puncte, pentru răspuns partial corect se acordă câte 2 puncte, pentru răspuns incorect sau lipsa acestuia 0 puncte*.

**III .2 ( 15 puncte)**

a. **(5 p)**

Formula cu care aceasta se calculează este:

Cpi =(Vi \* 100)/V = (CAi \* 100)/CA

În care:

Cpi = cota de piaţă;

V = volumul vânzărilor produsului „x” pe piaţă;

Vi = volumul vânzărilor produsului firmei pe piaţă;

CA = cifra de afaceri totală pe piaţă a produselor „x”;

CAi = cifra de afaceri a firmei, pentru produs.

b. **(5 p)**

Cp firma A= (90mil\*100)/300mil=30%

Cp firma B=(30mil\*100)/300mil=10%

1. **(5 p)**

CprL= Cp firma A/ Cp firma B=30% / 10%=3,

CprS = Cp firma B/ Cp firma A = 10% / 30% = 0,33

*Pentru fiecare răspuns corect se acordă câte 5 puncte, pentru răspuns partial corect se acordă câte 2 puncte, pentru răspuns incorect sau lipsa acestuia 0 puncte*.