**TEST DE EVALUARE SUMATIVĂ LA MARKETING, CLASA A XI-A**
DOMENIUL DE PREGĂTIRE PROFESIONALĂ: ECONOMIC
CALIFICAREA PROFESIONALĂ: TEHNICIAN ÎN ACTIVITĂȚI ECONOMICE

**CHECICHEȘ LOREDANA MIHAELA**
**COLEGIUL TEHNIC INFOEL BISTRIȚA**

- **Pentru rezolvarea cerinţelor se acordă 90 de puncte. Din oficiu se acordă 10 puncte.**
- **Timpul efectiv de lucru este de 45 de minute.**

**Subiectul I** **30 puncte**

**I.1. Alegeţi varianta de răspuns:** **10 puncte**

1. Un obiectiv economic al marketingului este:
a) gradul de cunoaştere a produselor întreprinderii;
b) gradul de fidelitate al consumatorilor;
c) imagine favorabilă în rândul consumatorilor;
d) nivelul investiţiilor.

2. Prezenţa personală se concretizează prin:
a. parametrii vocali;
b. accesorii vestimentare;
c. poziţia corpului;
d. utilizarea spaţiului.

3. Culoarea roşie caracterizează un om:
a. deschis spre discuţie;
b. plin de sentimente;
c. căruia îi place schimbarea;
d. organizat şi hotărât.

4. Funcţia de motivare a angajaţilor constă în:
a) organizarea de dialoguri cu angajaţii;
b) asigurarea accesului la informaţii;
c) dezvoltarea inaginaţiei;
d) întreţinerea unui climat favorabil de muncă.

5. O scrisoare de afaceri respectă regula:
a) utilizarea unor critici nefondate;
b) utilizarea singularului la persoana I şi a II a;
c) utilizarea amănuntelor neimportante;
d) folosirea unui stil propriu.

**I.2. In coloana A sunt enumerate tipuri de documente utilizate în comunicarea scrisă, iar în coloana B este definirea acestora. Realizaţi asocierile dintre cifrele din coloana A şi literele corespunzătoare din coloana B.** **8 puncte**

| A. Document | B. Definire |
|---|---|
| 1. procesul verbal | a. prezentarea şi analiza activităţii unei organizaţii; |
| 2. minuta | b. înregistrează o anumită constatare, |

consemnează discuţii, hotărâri;

3. referatul — c. înregistrează o propunere sau acţiune întreprinsă la un moment dat, completată ulterior;

4.darea de seamă — d. prezintă aspecte concrete , date şi aprecieri despre o problemă şi propuneri de modificare a situaţiei;

e. relatarea unei activităţi.

**3. Transcrieţi pe foaia de lucru cifra corespunzătoare fiecărui enunţ şi notaţi în dreptul ei litera A dacă apreciaţi că enunţul este adevărat sau litera F dacă apreciaţi că enunţul este fals. Reformulaţi un enunţ fals astfel încât să îl transformaţi în enunţ adevărat.** **12 puncte**

1. Mijlocul de comunicare informal urmează structura ierarhică a organizaţiei.
2. Maximizarea satisfacţiei consumatorului este un principiu al marketingului.
3. Comunicarea nonverbală presupune utilizarea limbajului ca formă de exprimare.
4. Maximizarea profitului este un obiectiv de natură economică a firmei.
5. Limbajul spaţiului este reprezentat de expresia feţei, gesturi, poziţia corpului.

**Subiectul II** **40 puncte**

**1.** Completaţi spaţiile libere astfel încât să obţineţi o afirmaţie corectă: **5 puncte**

1. Cercetarea pieţei, a nevoilor de utilizare sau de consum constituie funcţia ....(a)..... a marketingului.
2. Principiul coerenţei presupune ca receptorul să primească şi să ....(b)..... mesajul conform intenţiilor emiţătorului.
3. Emiţătorul şi receptorul trebuie să fie atenţi fiecare la ce simte celălalt conform principiului .....(c).....

**2.** Toate funcţiile manageriale se realizează cu ajutorul comunicării. **35 puncte**

1. Enumeraţi elementele procesului de comunicare.
2. Descrieţi principiile comunicării eficiente.
3. Indicaţi obiectivele comunicării.

**Subiectul III** **20 puncte**

S.C. CASA SOMEŞANĂ S.R.L. este o firmă de catering. În oraş mai este un agent comercial cu acelaşi obiect de activitate. Firma asigură o gamă variată de preparate culinare şi oferă transport gratuit la domiciliul clienţilor sau la sediile firmelor. După fiecare livrare solicită completarea unui chestionar de către clienţi prin care obţine informaţii despre nevoile viitoare, calitatea şi preţul produselor livrate. Firma se bucură de renume datorită produselor proaspete şi promptitudinii cu care onorează comenzile. Vânzări pe anul trecut ale S.C. CASA SOMEŞANĂ S.R.L. au fost de 20.000 lei, iar ale firmei concurente au fost de 8000 lei. In anul 2019, profitul realizat a fost peste nivelul celui previzionat.

Se cere:

a) enumeraţi funcţiile marketingului;
b) prezentaţi funcţiile marketingului pentru firma de mai sus;
c) calculaţi cota de piaţă a celor două firme pentru anul 2019.

*BAREM DE CORECTARE ŞI NOTARE*

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

**Subiectul I** **30 puncte**

**1. 10 puncte**

1- d 2- b 3- b 4- d 5- d

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

**2. 8 puncte**

1- b 2- c 3- d 4- a

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

**3. 12 puncte**

1 – F 2- A 3- F 4- A 5- F

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

Reformulări corecte:

1. Mijlocul de comunicare **formal** urmează structura ierarhică a organizaţiei.
3. Comunicarea **verbală** presupune utilizarea limbajului ca formă de exprimare.
5. Limbajul **corpului** este reprezentat de expresia feţei, gesturi, poziţia corpului.

Pentru reformularea corectă se acordă 2 puncte. Pentru reformulare incorectă sau lipsa acesteia, se acordă 0 puncte.

**Subiectul II** **40 puncte**

**1.** a – premisă **(5 puncte)**

b – înţeleagă

c – percepţiei globale

Pentru fiecare răspuns corect se acordă **1,67 puncte**. Pentru răspuns incorect sau lipsa acestuia, se acordă 0 puncte.

**2.** **(35 puncte)**

1. In cadrul comunicării întâlnim următoarele elemente : **(12 puncte)**

- emiţătorul
- receptorul
- mesajul
- limbajul comunicării
- canalul de comunicaţie/ mijlocul de comunicare
- contextul comunicării

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

2. Principiile comunicării eficiente sunt: **(15 puncte)**

- principiul coerenţei- receptorul primeşte şi înţelege mesajul conform intenţiilor emiţătorului;
- principiul schimbului permanent- schimb permanent de mesaje între emiţător şi receptor;
- principiul percepţiei globale- emiţătorul şi receptorul trebuie să fie atenţi la ceea ce simte celălalt.

Pentru fiecare principiu prezentat corect se acordă **5puncte**. Pentru răspuns incorect sau lipsa acestuia, se acordă 0 puncte.

3. Obiectivele comunicării sunt: (**8 puncte)**

- receptarea corectă a mesajului;
- înţelegerea corectă a mesajului;
- acceptarea mesajului;
- provocarea unei reacţii.

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

**Subiectul III** **20 puncte**

a) Funcţiile marketingului sunt: **(8 puncte)**

1- de investigare a pieţei şi a necesităţilor de consum;
2- de îmbunătăţire permanentă a capacităţii de adaptare a agentului economic la cerinţele mediului său de piaţă;
3- de satisfacerea în condiţii superioare a necesităţilor de consum;
4- de maximizare a eficienţei economice.

Pentru fiecare funcţie formulată corect se acordă **2puncte**. Pentru răspuns incorect sau lipsa acestuia, se acordă 0 puncte.

b) Funcţiile marketingului pentru S.C. CASA SOMEŞANĂ S.R.L. sunt: **(10 puncte)**

1- de investigare a pieţei şi a necesităţilor de consum - chestionare completate de către clienţi- **2 puncte**
2-de îmbunătăţire permanentă a capacităţii de adaptare a agentului economic la cerinţele mediului său de piaţă:
-gamă variată de preparate culinare- **2 puncte**
- transport gratuit la domiciliul clienţilor sau la sediile firmelor- **2 puncte**
3- de satisfacerea în condiţii superioare a necesităţilor de consum - firma se bucură de renume datorită produselor proaspete şi promptitudinii în onorarea comenzilor- **2 puncte**
4- de maximizare a eficienţei economice – cotă de piaţă ridicată, de 71,42% faţă de a firmei concurente care are o cotă de piaţă de 28,58%. - **2 puncte**

Pentru răspuns incorect sau lipsa acestuia, se acordă 0 puncte.

c) Cota de piaţă a celor două firme pentru anul 2019. **(2 puncte)**

Cota de piaţă pentru S.C. CASA SOMEŞANĂ S.R.L
Pentru scrierea corectă a formulei de calcul pentru cota de piaţă se acordă **1 punct.**
Cp = Vânzări S.C. CASA SOMEŞANĂ S.R.L./Vânzări totale X 100
Cp = 20000/28000 X 100 = 71,42%
Pentru calculul corect al cotei de piaţă pentru S.C. CASA SOMEŞANĂ S.R.L se acordă **0,5 puncte**.
Cota de piaţă pentru firma concurentă 28,58%.
Cp = Vânzări firma concurentă/Vânzări totale X 100
Cp = 8000/28000 X 100 = 28,58% sau 1- 0,7142 = 0,2858
Pentru calculul corect al cotei de piaţă pentru firma concurentă se acordă **0,5 puncte**.