

Probă scrisă la MARKETING

Filiera: Tehnologică, Profilul: Servicii, Specializarea: Turism și alimentație publică
Sesiunea iunie – iulie 2005

Varianta 1

BAREM DE CORECTARE ȘI DE NOTARE

- ♦ Nu se acordă punctaje intermediare, altele decât cele precizate explicit prin barem.
- ♦ Se vor puncta orice alte formulări și modalități de rezolvare corectă a cerințelor, în acord cu ideile și cu punctajele precizate în barem.

SUBIECTUL I. **TOTAL: 10p.**

1. a. 2. c. 3. b. 4. d. 5. b.

*Pentru fiecare răspuns corect se acordă câte 2p.; pentru răspuns incorect sau lipsa acestuia 0p.***SUBIECTUL II.** **TOTAL: 26p.**

1. (10p.) 1. – e; 2. – c; 3. – d; 4. – b; 5. – a.

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

2. (6p.) a. – F; b. – A; c. – A.

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

3. (10p.) Segmentarea clientelei în raport cu ciclul de viață familială, împarte clientela în:

- celibatari,
- bătrâni singuri sau în cuplu,
- copii în întreținerea părinților,
- căsătoriți, cu copii în întreținere,
- căsătoriți, fără copii.

*Pentru fiecare răspuns corect se acordă câte 2p.; pentru răspuns incorect sau lipsa acestuia 0p.***SUBIECTUL III.** **TOTAL: 24p.**

1. (8p.) Strategiile de preț, în funcție de concurență:

- strategia tarifului ridicat - practică în turismul de lux
- strategia tarifelor paușale (forfetare) - de tip "totul inclus"
- strategia tarifului scăzut - tarif de lansare
- strategia tarifelor diferențiate - în funcție de sezon, amplasare, ciclul de viață al produselor

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

2. (8p.) Obiectivele (scopurile) publicității:

- introducerea pe piață a produsului/serviciului
- schimbarea imaginii produsului/serviciului
- crearea sau schimbarea atitudinii publicului consumator
- creșterea vânzărilor, prin modificarea comportamentului de cumpărare
- schimbarea poziției relative a diferitelor produse și servicii pe o piață

Obs.: se acceptă și: informarea, suscitarea interesului clientelei, promovarea diferitelor evenimente, anunțarea reducerilor, crearea imaginii de marcă, fidelizarea clientelei*Pentru oricare patru obiective enumerate corect, din lista de mai sus, se acordă câte 2p.; pentru răspuns incorect sau lipsa acestuia 0p.*

3. (8p.) Compartimentul incoming are următoarele atribuții:

- contractarea spațiilor de cazare cu prestatorii interni
- contractarea serviciilor de transport auto
- realizarea unor studii de marketing ale produselor turistice din România
- contractarea și încheierea contractelor cu partenerii străini
- derularea contractelor cu prestatorii interni și urmărirea plăților
- derularea contractelor încheiate cu partenerii externi, urmărirea și verificarea încasărilor la anumite perioade de timp

Pentru oricare patru răspunsuri corecte, din lista de mai sus, se acordă câte 2p.; pentru răspuns incorect sau lipsa acestuia 0p.

SUBIECTUL IV.**TOTAL: 30p.****(2p.)** Definiția pieței turistice:

Cuvinte cheie: sfera (locul) confruntării cererii cu oferta **sau** sfera economică de influență a ofertei turistice materializată prin producția turistică și cererea turistică materializată prin consum.

Pentru răspuns corect și complet se acordă 2p.; pentru răspuns incomplet sau parțial corect se acordă 1p.; pentru răspuns incorect sau lipsa acestuia 0p.

(3p) Enumerarea particularităților ofertei turistice:

- complexitate
- rigiditate
- substituire

Pentru fiecare răspuns corect se acordă câte 1p.; pentru răspuns incorect sau lipsa acestuia 0p.

(4p.) Prezentarea, pe scurt, a uneia dintre particularitățile ofertei turistice.

Pentru răspuns corect și complet se acordă 4p.; pentru răspuns incomplet sau parțial corect se acordă 2p.; pentru răspuns incorect sau lipsa acestuia 0p.

(6p.) Determinanții cererii sunt:

- nu se identifică total cu consumul turistic
- se caracterizează printr-o accentuată periodicitate
- are o spontaneitate ridicată și se manifestă cu o intensitate și cu o elasticitate variabilă de la un segment al populației la altul

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

(8p.) Determinanții ofertei sunt:

- prețul pieței
- costul consumului de produse turistice
- cererea de consum
- numărul și dimensiunile ofertelor turistice

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

(7p.) Formula de calcul a coeficientului de elasticitate, în funcție de venit:

$$E_p = \frac{\frac{\Delta c}{c}}{\frac{\Delta v}{v}}$$

Pentru formula de calcul scrisă corect se acordă 3p.; pentru răspuns incorect sau lipsa acestuia 0p.

în care,

- Δ c = modificarea cererii
- c = cererea
- Δ v = modificarea venitului
- v = venitul

Pentru fiecare răspuns corect se acordă câte 1p.; pentru răspuns incorect sau lipsa acestuia 0p.

Total test: 90 puncte. Se acordă 10 puncte din oficiu. Nota finală se stabilește prin împărțirea la 10 a punctajului obținut.