

## Probă scrisă la MARKETING

Filiera: Tehnologică, Profilul: Servicii, Specializarea: Turism și alimentație publică  
Sesiunea iunie – iulie 2006

Varianta 2

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

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

1. (8p.) 1. – b; 2. – a; 3. – d; 4. – c.

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

2. (6p.) a. – A ; b. – F ; c. – F.

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

3. (10p.) criteriul economic; criteriul geografic; criteriul demografic (demosocial); criteriul comportamental; criteriul psiho-social.

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

1. (8p.)

Segmentele rezultate:

- să răspundă în maniere diferite unor strategii distincte ale firmei turistice
- fie măsurabile
- să fie accesibile
- să prezinte o suficientă substanțialitate

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

2. (8p.)

- evantai foarte larg al prețurilor pentru unul și același produs
- evoluție relativ independentă de raportul cerere-ofertă
- efect limitat al prețurilor asupra consumului
- tendință de manifestare inflaționistă
- consumatorul se deplasează spre locul prestării serviciului turistic
- produsul turistic nu este ușor identificabil în unele cazuri

*Pentru evidențierea oricăror patru trăsături ale formării și evoluției prețurilor în turism enumerate în lista de mai sus se acordă câte 2p; pentru fiecare răspuns parțial corect sau incomplet se acordă câte 1p; pentru răspuns incorect sau lipsa acestuia 0p.*

3. (10p.)

- identificarea ideilor de noi produse
- selectarea ideilor
- testarea conceptului de produs
- analiza comercială
- crearea noului produs
- testarea pieței
- adoptarea noului produs
- procesul de difuzare

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

**SUBIECTUL IV.****TOTAL: 30p.**

**(4p.) Publicitatea turistică:** tehnica de marketing utilizată pentru a crea o imagine favorabilă unui produs/serviciu și pentru a împinge cumpărătorul potențial, către produs.

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

**(10p.) Obiectivele (scopurile) acesteia:**

- introducerea pe piață a produsului/serviciului/ideii
- schimbarea imaginii produsului/serviciului/mărcii/firmei
- crearea sau schimbarea atitudinii publicului consumator
- creșterea vânzărilor prin modificarea comportamentului de cumpărare
- schimbarea poziției relative a diferitelor produse și servicii, pe o piață
- se acceptă și informarea, suscitarea interesului clienței, promovarea diferitelor evenimente, anunțarea reducerilor, crearea imaginii de marcă, fidelizarea clienței.

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

**(10p.) Modalități de promovare:**

- reducerile de tarife
- jocurile și concursurile
- seminariile, conferințele și workshop-urile
- voiajele de stimulare
- publicitatea la locul vânzării
- cadourile promoționale

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

**(6p)**

Formele reducerilor de tarife în turism:

- *Oferte speciale* – serviciile se distribuie la tarife reduse numai în anumite perioade, în preajma sau în timpul derulării unor evenimente: carnavaluri, festivaluri, campionate ș.a.
- *Vânzările grupate* – utilizate sub forma variantelor: vânzărilor „asortate” și vânzărilor „multipack”
- *Reducerile definitive* – au la bază reduceri mari de costuri și nu sunt urmate de revenirea la nivelul tarifelor inițiale

*Pentru fiecare formă a reducerilor de tarife enumerată corect se acordă câte 1p.; pentru răspuns incorect sau lipsa acestuia 0p.*

*Pentru fiecare formă a reducerilor de tarife prezentată 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.**

