

Probă scrisă la MARKETING

Filiera: Tehnologică, Profilul: Servicii, Specializarea: Turism și alimentație publică
Sesiunea iunie – iulie 2004

Varianta 1

- ◆ Toate subiectele sunt obligatorii. Se acordă 10 puncte din oficiu.
- ◆ Timpul efectiv de lucru este de 3 ore.

SUBIECTUL I.

Pentru fiecare din cerințele de mai jos (1 – 5), scrieți, pe foaia de examen, litera corespunzătoare răspunsului corect. (10p.)

1. Cheltuielile efectuate pentru achiziționarea unor servicii și bunuri, legate de motivația turistică, reprezintă:
 - a. cererea turistică
 - b. consumul turistic
 - c. nevoile de turism
 - d. piața turistică
2. Determinanții ofertei turistice sunt reprezentați de:
 - a. cererea de consum, numărul și dimensiunile ofertelor turistice, metodele de scalare
 - b. costul consumului de produse turistice, cererea de consum, coeficientul de elasticitate
 - c. prețul pieței, costul consumului de produse turistice, cererea de consum, numărul și dimensiunile ofertelor turistice
 - d. prețul pieței, costul consumului de produse turistice, criteriile de segmentare
3. Scala reprezintă:
 - a. activitatea de construire a scalelor
 - b. instrumentul cu ajutorul căruia se realizează măsurarea
 - c. procesul de exprimare simbolică a caracteristicii unui fenomen
 - d. instrumentul de măsurare a eficienței activității agenției de turism
4. Compartimentul de marketing se organizează după următoarele criterii:
 - a. politice, sociale, demografice, geografice
 - b. geografice, profesionale, sociale, culturale
 - c. funcționale, profesionale, operaționale, de execuție
 - d. funcționale, geografice, produse realizate, piețe pe care operează
5. După modul în care se derulează, produsele turistice sunt:
 - a. itinerante și de sejur
 - b. de sezon și extrasezon
 - c. de familie și individuale
 - d. culturale și istorice

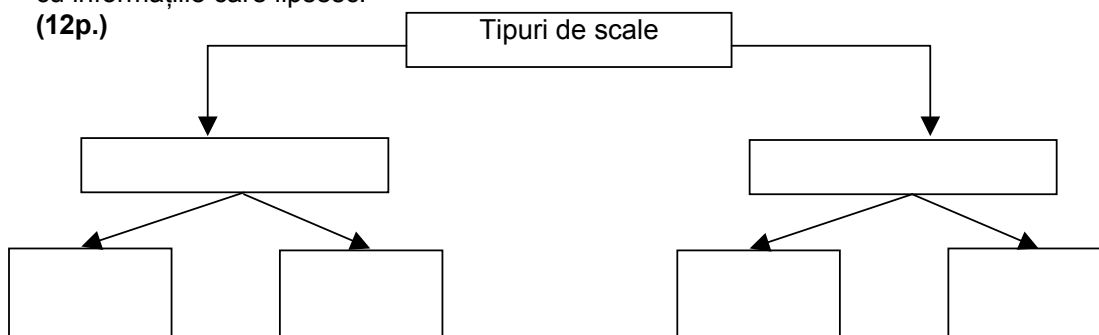
SUBIECTUL II.

1. Transcrieți, pe foaia de examen, litera corespunzătoare fiecărui enunț (a, b, c) și notați în dreptul ei litera **A**, dacă apreciați că enunțul este adevărat și litera **F**, dacă apreciați că enunțul este fals. (6p.)
 - a. Cererea și oferta turistică, componente ale pieței turistice, se manifestă diferit.
 - b. Reducerea tarifelor este un obiectiv (scop) al publicității.
 - c. Canalul scurt presupune prezența touroperatorilor.
2. În coloana **A** sunt enumerate principalele categorii de produse, iar în coloana **B** particularitățile acestora. Scrieți, pe foaia de examen, asocierile corecte dintre cifrele din coloana **A** și literele corespunzătoare din coloana **B**. (6p.)

A. Categoriile de produse	B. Particularități
1. "vacii de muls"	a. au puține șanse să-și revină
2. vedete	b. au cea favorabilă poziție pe piață
3. dileme	c. reclamă, cheltuieli mici, aducând venituri mari
	d. necesită a fi susținute

3. Reprezentați, pe foaia de examen, schema de mai jos. Completați apoi căsuțele goale cu informațiile care lipsesc.

(12p.)



SUBIECTUL III.

1. Enumerați cele mai întâlnite cinci criterii de segmentare ale pieței turistice (principalele grupe de criterii).
(10p.)
2. Enumerați, în funcție de numărul intermediarilor, principalele tipuri de canale de distribuție. Caracterizați pe scurt aceste canale.
(12p.)
3. Calculați coeficientul de elasticitate a cererii turistice în raport cu veniturile, știind că, în perioada curentă, numărul de turiști a crescut cu 250, veniturile cu 15%, iar cererea a fost în perioada de bază de 2700.
(4p.)

SUBIECTUL IV.

Realizați un eseu cu tema: „Principalele forme de realizare a politicii de promovare a produselor turistice”. La realizarea acestui eseu se vor avea în vedere următoarele:

- definirea politicii de promovare;
- publicitatea turistică: definire, evidențierea a trei dintre obiectivele (scopurile) acesteia;
- evidențierea a cinci dintre modalitățile de promovare a vânzărilor (tipuri de promovare folosite în mod curent), enumerând formele (mijloacele) de realizare a acestora.
(30p.)