

# Ecomarketing

Acest **curs** prezinta **Ecomarketing**.

In acest PDF poti vizualiza cuprinsul si bibliografia (daca sunt disponibile) si aproximativ doua pagini din documentul original.

Arhiva completa de pe site contine un fisier, intr-un numar total de **33 pagini**.

Fisierele documentului original au urmatoarele extensii: pdf.

## Extras

1. Marketingul social opereaza cu urmatoarele concepte:

- a) consumatori (satisfacerea dorintelor), societate (bunastarea consumatorilor), firma (profituri)
- b) consumatori, firma, cresterea vânzariilor
- c) societate, piata, consumatori
- d) consumatori, societate, cresterea vânzariilor
- e) firma, societate, concurenta

2. Termenul de ecomarketing a fost lansat în:

- a) Franta
- b) SUA
- c) Japonia
- d) Anglia
- e) Germania

3. Prin aplicarea principiilor marketingului ecologic, firma nu beneficiaza de avantajul:

- a) câstigarilor unor noi segmente de consumatori
- b) devansarii concurentei
- c) realizarii unor venituri mai mari pe termen lung
- d) îmbunatatirii imaginii sale
- e) existentei unei legislatii eficiente în domeniul protectiei mediului.

4. Una din functiile specifice ecomarketingului este:

- a) maximizarea profitului

Ecomarketingul -specializare a marketingului social

- b) satisfacerea în conditii superioare a nevoilor de consum
- c) realizarea unui echilibru între principiile generale ale marketingului si cele ale protectiei mediului înconjurator
- d) investigarea pietei, a necesitatilor de consum
- e) obtinerea de produse ecologice

5. Marketingul social este acel domeniu al marketingului care studiaza interdependentele dintre:

- a) marketing si societate
- b) consumatori si societate
- c) firma si mediul sau extern
- d) marketing si stiintele sociale
- e) mediul de afaceri si societate în ansamblul sau

6. Ecomarketingul se adreseaza:

- a) sferei economice
- b) sferei sociale
- c) firmelor care actioneaza în domeniul protectiei mediului
- d) tuturor firmelor private
- e) atât sferei sociale cât si celei economice

7. Ecomarketingul poate fi definit ca o specializare a:

- a) marketingului general
- b) marketingului industrial
- c) marketingului social
- d) managementului marketingului
- e) marketingului agricol

Ecomarketing

8. Ecomarketingul își propune sa realizeze un echilibru între:

- a) interesele firmelor si interesele consumatorilor
- b) interesele actuale si cele de perspectiva ale firmelor
- c) marketing si protectia consumatorului
- d) activitatea economico-sociala prezenta, pe de o parte si interesele

individuale, colective, ale grupurilor si ale întregii societati, pe termen mediu si lung, pe de alta parte

.....  
.....  
.....  
*Documentul complet de 33 pagini il poti citi daca il descarci din [Biblioteca.RegieLive.ro](http://Biblioteca.RegieLive.ro)*

## Imagini din documentul complet:



Mai multe detalii se gasesc in [pagina documentului din Biblioteca.RegieLive.ro](http://pagina documentului din Biblioteca.RegieLive.ro)