

Modelul de business

CHESTIONAR



ProBM 2

Understanding & Developing
Business Models
in the Globalisation Era



Erasmus+

PARTENERI



Łukasiewicz

Institute for Sustainable Technologies



factorSOCIAL

PSICOLOGIA E AMBIENTE



**L-Università
ta' Malta**



University of Applied Sciences and Arts
of Southern Switzerland

SUPSI

Înțelegerea și dezvoltarea modelului de business în era globalizării (ProBM 2)

Ideea din spatele proiectului ProBM2 a apărut pe baza faptului că în fiecare an se înființează tot mai multe întreprinderi, dar mai puțin de 40% dintre acestea reușesc să supraviețuiască mai multe de 5 ani. Una dintre principalele cauze, parțial responsabilă pentru rata scăzută de succes a întreprinderilor înființate este lipsa de conștientizare cu privire la puterea modelelor de business, care joacă un rol fundamental în ciclul de viață al unei întreprinderi.

Obiectivul principal al proiectului ProBM2 este de a îmbunătăți abilitățile și cunoștințele tutorilor și furnizorilor de formare pentru adulți în predarea modelelor de business. Cunoștințele și abilitățile dobândite prin acest proiect urmăresc să contribuie la dezvoltarea unor modele de business adecvate de către beneficiarii proiectului (adulți care doresc să deschidă un business sau care conduc deja o afacere).

Aceast chestionar a fost dezvoltat pentru a vă testa cunoștințele despre modelele de business, cu referire în special la elementele Business Model Canvas.

SUCCES!

MODULUL 1

INTRODUCERE

Selectați răspunsul corect:

1. Un model de business este o _____ a activităților unei întreprinderi, subliniind modul în care astfel de activități oferă unei întreprinderi profituri.

- a) dezvoltare
- b) descriere
- c) capacitate

2. Atunci când o întreprindere își vinde bunurile sau serviciile direct altor întreprinderi, modul de comerț utilizat este:

- a) B2B.
- b) B2C.
- b) C2C.

3. Câte elemente conține Business Model Canvas?

- a) 11.
- b) 10.
- c) 9.

MODULUL 2

SEGMENTUL CLIENȚI

Selectați răspunsul corect:

1. Segmentarea este benefică deoarece permite unei organizații să:

- a) își adapteze produsele sau serviciile la diferite segmente de clienți, să identifice îmbunătățiri sau oportunități de produse noi.*
- b) promoveze relații mai bune cu clienții.*
- c) ambele.*

2. Segmentarea clienților poate fi utilizată numai într-un mod de comerț B2C (business to client).

- a) adevărat.*
- b) fals.*

3. Consolele de jocuri sunt un bun exemplu de piață adaptivă deoarece:

- a) iau în considerare interacțiunile dintre jucătorii care cumpără console și dezvoltatorii de jocuri.*
- b) se creează o mare varietate de jocuri pentru fiecare client.*
- c) prețurile consolelor sunt scăzute, permițând clienților să cumpere produsul mai ușor.*

MODULUL 3

PROPUNERE DE VALOARE

Selectați răspunsul corect:

1. O propunere de valoare este:

- a) produsul care este vândut cel mai des de către companie.*
- b) produsul care creează valoare pentru companie.*
- c) propunerea de cooperare între companii.*

2. Care dintre acestea NU este unul un element de bază al unei propuneri de valoare?

- a) costul produselor sau serviciilor unei companii.*
- b) beneficiile pe care clienții se așteaptă să le obțină de la produsele sau serviciile companiei.*
- c) explicația folosită de companie pentru a convinge un client să cumpere produse sau servicii de la companie și nu de la concurenții acesteia.*

3. Propunerea de valoare poate fi definită ca „sloganul” unei companii:

- a) adevărat.*
- b) fals.*

MODULUL 4

CANALE

Selectați răspunsul corect:

1. Pentru a reduce complexitatea modului canalelor, organizațiile folosesc de obicei un singur canal pentru a ajunge la toate segmentele de clienți.

a) adevărat.

b) fals.

2. Canalele sunt folosite de organizații pentru a comunica propuneri de valoare clienților.

a) adevărat.

b) fals.

3. Canalele de distribuție pot fi clasificate în canale online sau canale offline.

a) adevărat.

b) fals.

4. Exemple de canale de distribuție includ echipe de vânzări, servicii poștale, agenți de vânzări cu amănuntul, platforme de social media și relații directe cu distribuitori.

a) adevărat.

b) fals.

MODULUL 5

RELAȚIILE CU CLIENTUL

Selectați răspunsul corect:

1. Asistența personală este definită ca:

- a) o versiune evoluată a autoservirii în care automatizarea este utilizată pentru a ajuta clienții.
- b) un proces automatizat în care o organizație nu pune accent pe relațiile personale cu clienții.
- c) asistență care implică în mare măsură interacțiunea umană între client și organizație.

2. Un exemplu de bună practică în relațiile cu clienții este:

- a) ca produsul sau serviciul să îndeplinească așteptările clienților, astfel încât să fie convinși să-l cumpere.
- b) să asigure relația așteptată în parametri stabiliți de o afacere.
- c) nici una de mai sus.

3. Relațiile cu clienții implică întotdeauna interacțiuni sociale și contact față în față între o organizație și clienți:

- a) adevărat.
- b) fals.

MODULUL 6

FLUXURI DE VENITURI

Selectați răspunsul corect:

1. Fluxurile de venituri sunt definite ca veniturile totale pe care o companie le generează prin vânzarea de produse și servicii:

a) adevărat.

b) fals.

2. O companie poate avea una sau o combinație dintre următoarele strategii de stabilire a prețurilor: prețuri economice, prețuri de penetrare, prețuri de reducere a pieței și prețuri premium.

a) adevărat.

b) fals.

3. Principalele forme de fluxuri de venituri pe care le poate avea o companie includ: venituri din exploatare și venituri din afara exploataării.

a) adevărat.

b) fals.

MODULUL 7

RESURSE CHEIE

Selectați răspunsul corect:

1. Cele mai importante trei resurse sunt pământul, munca și timpul.

a) adevărat.

b) fals.

2. Resursele cheie definesc ce tip de materiale sunt necesare, ce tip de echipament este necesar și tipurile de oameni pe care trebuie să îi angajați.

a) adevărat.

b) fals.

3. Resursele financiare pot fi obținute numai din activele și împrumuturile fondatoare ale companiei și nu de la instituții financiare, investitori privați sau guvern.

a) adevărat.

b) fals.

MODULUL 8

ACTIVITĂȚI CHEIE

Selectați răspunsul corect:

1. Ce ar trebui să facă managerii înainte de a stabili activitățile cheie ale companiei?

- a) Să dezvolte strategia de rețea socială.
- b) Să înceapă un parteneriat cu alte companii.
- c) Să efectueze un audit intern.
- d) Să studieze cu atenție concurența.

2. Pe ce element ar trebui să se concentreze activitățile cheie?

- a) Strategia de marketing.
- b) Loialitatea clienților.
- c) Lanțul de aprovizionare.
- d) Crearea valorii.

3. Care este numele pentru zona de afaceri definită ca „procesul intern de lucru al companiei”?

- a) Operațiuni.
- b) Producție.
- c) Financiar.
- d) Nici una dintre opțiuni.

MODULUL 9

PARTENERI CHEIE

Selectați răspunsul corect:

1. Care este factorul cheie atunci când alegeți cel mai potrivit partener?

- a) *Resursele.*
- b) *Timpul.*
- c) *Comunicarea.*
- d) *Nici una dintre opțiuni.*

2. Parteneriatele strategice dictează întotdeauna un set de obligații specifice cărora le sunt supuse partenerii.

- a) *adevărat.*
- b) *fals.*

3. Care este elementul cheie în parteneriatele descrise prin următoarea definiție:

„Parteneriatele sunt sănătoase și durabile numai dacă există un câștig vizibil pentru ambele părți”?

- a) *Selectarea parteneriatelor.*
- b) *Stabilirea așteptărilor.*
- c) *Acorduri de parteneriat clare.*
- d) *Situație câștigătoare.*

MODULUL 10

STRUCTURA DE COSTURI

Selectați răspunsul corect:

1. Structura costurilor unei companii include:

- a) Numai costuri fixe.
- b) Numai costuri variabile.
- c) Costurile totale ale companiei.
- d) Uneori costuri variabile și alteori costuri fixe.

2. Costurile variabile sunt direct legate de:

- a) Producție.
- b) Chirie.
- c) Salarii.
- d) Mass-media.

3. Care dintre următoarele sunt costuri fixe?

- a) Amortizarea / deprecierea utilajului.
- b) Utilizarea materialelor.
- c) Costul mass-media.
- d) Costul salariilor.

Selectați răspunsul corect:

1. „Sănătatea unei societăți democratice poate fi măsurată prin _____ de funcții îndeplinite de cetățeni privați” (Alexis de Tocqueville).

- a) *cantitatea*
- b) *calitatea*
- c) *dezvoltarea*
- d) *sustenabilitatea*

2. Obiectivul cheie al cetățeniei este de a dota cetățenii cu planificare și _____ pentru a relaționa între ei și pentru a dezvolta un simț individual și social al responsabilității.

- a) *gândire critică*
- b) *scenariu critic*
- c) *instrumente critice*

3. Înființarea unei afaceri presupune îndreptarea atenției către aspectele sociale și politice.

- a) *adevărat.*
- b) *fals.*

VERIFICAREA REZULTATELOR

Verificați răspunsurile corecte în partea de jos a paginii. Acum știți care vă este nivelul de cunoștințele despre modelele de afaceri. Pentru a crește înțelegerea, cunoștințele și abilitățile care vor contribui direct la proiectarea unui model de afaceri adecvat, parcurgeți întregul curs de formare la:

www.businessmodels.eu

Modulul 1:	1 b)	2 b)	3 c)
Modulul 2:	1 c)	2 b)	3 a)
Modulul 3:	1 b)	2 a)	3 b)
Modulul 4:	1 b)	2 a)	3 b)
Modulul 5:	1 c)	2 b)	3 b)
Modulul 6:	1 a)	2 a)	3 b)
Modulul 7:	1 b)	2 a)	3 b)
Modulul 8:	1 c)	2 d)	3 a)
Modulul 9:	1 c)	2 b)	3 d)
Modulul 10:	1 c)	2 a)	3 d)
Modulul 11:	1 b)	2 c)	3 a)

www.businessmodels.eu



Erasmus+

Acest proiect a primit finanțare de la Comisia Europeană în cadrul programului Erasmus+ „Înțelegerea și dezvoltarea modelelor de afaceri în era globalizării” (Nr.2019-1-PL01-KA204-064951). Comisia Europeană nu este responsabilă pentru conținut, acesta reflectă doar opiniile autorilor, iar Comisia nu poate fi făcută responsabilă pentru utilizarea informațiilor conținute.