

1. **Care este cea mai bună strategie a unei firme pentru a obține un avantaj competitiv?**
  - a. Să se asigure costuri de producție și prețuri de vânzare minime
  - b. Să urmărească nivelul maxim de calitate
  - c. Să se diferențieze de concurenți săi
  - d. **Depinde de condițiile pieței și situația companiei**
  
2. **O companie are avantaj competitiv dacă:**
  - a. Este lider de piață (are cota cea mai mare de piață)
  - b. Este recunoscută de clienți și concurenți ca lider din punct de vedere tehnic
  - c. **Are un avantaj specific asupra concurenților și care-i permite atragerea de clienți**
  - d. Are mai multe resurse financiare decât ceilalți concurenți
  
3. **Strategia de a fi / rămâne lider de cost într-o industrie este eficientă dacă:**
  - a. Există o concurență prin preț între producători
  - b. Nu se poate asigura o diferențiere a produselor relevantă pentru clienți
  - c. Clienții au dificultăți (costuri) în a schimba furnizorii
  - d. **a, b și c**
  
4. **În ce condiții strategia de a fi / rămâne lider de cost NU este foarte adaptată pieței?**
  - a. **Când clienții au nevoi variate, cerințe specifice și produsele alternative sunt scumpe**
  - b. Când produsele oferite de firmele concurente sunt foarte similare
  - c. Concurența prin preț este foarte puternică
  - d. a, b și c.
  
5. **Strategia de a obține un avantaj competitiv prin diferențiere constă mai ales în**
  - a. A viza cei mai înstăriți clienți și a le oferi produse de cea mai înaltă calitate (exclusiviste)
  - b. Să cheltui mai mult decât concurenții în publicitate pentru a convinge clienții de valoarea diferențelor
  - c. **Să oferi un produs care este diferit în moduri apreciate de către un număr semnificativ de clienți**
  - d. Nici un răspuns corect
  
6. **Strategia de a obține un avantaj competitiv prin concentrare/focalizare constă mai ales în:**
  - a. A viza cei mai înstăriți clienți și a le oferi produse de cea mai înaltă calitate (exclusiviste)
  - b. **A identifica/viza grupuri de clienți care au nevoi diferite sau utilizează produsul în mod diferit**
  - c. A cheltui mai mult decât concurenții în publicitate pentru a convinge clienții de valoarea diferențelor
  - d. A răspunde unor clienți cu putere de negociere sporită