

1. Care dintre următoarele exemple ilustrează cel mai bine principiul **Reciprocității** de influențare?
 - a) Folosirea mesajelor „*Ultima cameră rămasă!*” pe Booking.com
 - b) Oferirea unei mostre gratuite de parfum într-un magazin**
 - c) Campania „Rebuild the World” de la LEGO.
 - d) Utilizarea unui influencer celebru pentru promovarea unui produs.

2. Care dintre următoarele mesaje publicitare implementează cel mai bine principiul **Deficitului** de influențare?
 - a) „Doar astăzi, reducere de 50%!”**
 - b) „Produsul nostru este recomandat de 9 din 10 experți.”
 - c) „Alătură-te mișcării globale pentru un mediu mai curat.”
 - d) „Cumpără mai mult și economisești la următoarea achiziție.”

3. Ce principiu de influență este folosit atunci când o campanie publicitară arată că milioane de oameni au cumpărat deja un anumit produs?
 - a) Simpatie
 - b) Consens**
 - c) Autoritate
 - d) Consecvență

4. Care dintre următoarele situații reflectă cel mai bine principiul **Simpatiei** de influențare?
 - a) Achiziționarea unui produs pentru că „este folosit de milioane de oameni”.
 - b) Luarea unei decizii bazate pe recomandarea unui expert.
 - c) Achiziționarea unui produs deoarece este disponibil doar pentru o perioadă limitată.
 - d) Alegerea unui produs promovat de o celebritate pe care o placem.**

5. Care dintre următoarele descrieri evidențiază cel mai bine diferența dintre influența etică și manipulare?
 - a) Manipularea este mai eficientă decât influența etică deoarece se concentrează pe obținerea unui rezultat rapid.
 - b) Influența etică implică utilizarea mesajelor persuasive, în timp ce manipularea evită orice tactică de persuasiune.
 - c) Influența etică este transparentă și respectă interesele celorlalți, în timp ce manipularea ascunde intențiile reale și urmărește doar beneficiul propriu.**
 - d) Manipularea se referă doar la aspecte comerciale, în timp ce influența etică este folosită exclusiv în relațiile personale.