

Lector univ. dr. MIHAELA MARCU  
Lector univ. dr. ADRIANA-MIHAELA MIRICĂ  
(Coordonatori)

# TESTE GRILĂ

PENTRU

PREGĂTIREA EXAMENULUI DE LICENȚĂ  
ECONOMIA COMERȚULUI,  
TURISMULUI ȘI SERVICIILOR



**UNIVERSITATEA HYPERION DIN BUCUREȘTI  
FACULTATEA DE ȘTIINȚE ECONOMICE**

**Lector univ.dr. Mihaela MARCU  
Lector univ.dr. Adriana – Mihaela MIRICĂ  
(coordonatori)**

**TESTE GRILĂ  
pentru pregătirea examenului de licență  
*ECONOMIA COMERȚULUI, TURISMULUI ȘI SERVICIILOR***

**Coordonatori volum:**

**Lect. univ. dr. Mihaela MARCU**

**Lect. univ. dr. Adriana – Mihaela MIRICĂ**

**Autori capitol in volum:**

**Conf. univ. dr. Georgeta BĂRBULESCU**

**Conf. univ. dr. Cezar BRAICU**

**Conf. univ. dr. Radu BUCEA MANEA TONIS**

**Conf. univ. dr. Nicoleta Luminița GUDĂNESCU**

**Conf. univ. dr. Nicolae MIHĂILESCU**

**Conf. univ. dr. Iulian PANAIT**

**Lect. univ. dr. Daniel BELINGHER**

**Lect. univ. dr. Luminița Ștefania BOBOC**

**Lect. univ. dr. Luminița CIOCAN**

**Lect. univ. dr. Cristian Ștefan CRĂCIUN**

**Lect. univ. dr. Anca CRISTEA**

**Lect. univ. dr. Mihaela MARCU**

**Lect. univ. dr. Adriana – Mihaela MIRICĂ**

**Lect. univ. dr. Șerban Alexandru ȚĂRANU**

**Lect. univ. dr. Laura Mariana VLĂDUCĂ**

**Asist. univ. drd. Daniela Mihaela NICULESCU**

**In memoriam: Prof. univ. dr. Anca GHEORGHIU**

**UNIVERSITATEA HYPERION DIN BUCUREȘTI  
FACULTATEA DE ȘTIINȚE ECONOMICE**

**Lector univ. dr. Mihaela MARCU  
Lector univ. dr. Adriana – Mihaela MIRICĂ  
(coordonatori)**

# **TESTE GRILĂ**

**pentru pregătirea examenului de licență**

**ECONOMIA COMERȚULUI, TURISMULUI  
ȘI SERVICIILOR**



Editat de **Pro Universitaria SRL**, editură cu prestigiu recunoscut.

Editura **Pro Universitaria** este acreditată CNCS în domeniul Științelor Umaniste și CNATDCU (lista A2-Panel 4) în domeniul Științelor Sociale.

Copyright © 2024, **Editura Pro Universitaria**

Toate drepturile asupra prezentei ediții aparțin **Editurii Pro Universitaria**.


Nicio parte din acest volum (fragment sau componentă grafică) nu poate fi copiată fără acordul scris al **Editurii Pro Universitaria**.

**ISBN ONLINE - 978-606-26-1867-4**

<b>Redactor:</b>	Elena Onea
<b>Tehnoredactor:</b>	Victor-Ovidiu Căpriceru
<b>Copertă:</b>	Vlad Pătruță




**Redacție:**  
tel.: 0732.320.664  
e-mail: editura@prouniversitaria.ro  
[www.prouniversitaria.ro](http://www.prouniversitaria.ro)

 **Editura Pro Universitaria**



**Librăria UJmag:**  
tel.: 0733.673.555; 021.312.22.21  
e-mail: comenzi@ujmag.ro  
[www.ujmag.ro](http://www.ujmag.ro)

 **Ujmag.ro**

## Cuprins

<b>Cuvânt înainte</b> .....	9
<b>1. RESURSE ȘI DESTINAȚII TURISTICE</b> .....	11
1.1. Teste grilă .....	11
1.2. Bibliografie .....	22
1.3. Răspunsuri teste grilă.....	22
<b>2. TURISM INTERNAȚIONAL</b> .....	23
2.1. Teste grilă .....	23
2.2. Bibliografie .....	35
2.3. Răspunsuri teste grilă.....	36
<b>3. LOGISTICA ȘI DISTRIBUȚIA MĂRFURILOR</b> .....	37
3.1. Teste grilă .....	37
3.2. Bibliografie .....	52
3.3. Răspunsuri teste grilă.....	53
<b>4. MANAGEMENTUL CALITĂȚII</b> .....	54
4.1. Teste grilă .....	54
4.2. Bibliografie .....	65
4.3. Răspunsuri teste grilă.....	66
<b>5. ANALIZĂ ECONOMICO-FINANCIARĂ</b> .....	67
5.1. Teste grilă .....	67
5.2. Bibliografie .....	87
5.3. Răspunsuri teste grilă.....	88
<b>6. TRANZACȚII COMERCIALE</b> .....	89
6.1. Teste grilă .....	89
6.2. Bibliografie .....	101
6.3. Răspunsuri teste grilă.....	101
<b>7. MANAGEMENTUL RESURSELOR UMANE</b> .....	102
7.1. Teste grilă .....	102
7.2. Bibliografie .....	114
7.3. Răspunsuri teste grilă.....	114

<b>8. COMERȚ ELECTRONIC</b> .....	115
8.1. Teste grilă .....	115
8.2. Bibliografie .....	127
8.3. Răspunsuri teste grilă.....	128
<b>9. ECONOMIA ÎNTREPRINDERII</b> .....	129
9.1. Teste grilă .....	129
9.2. Bibliografie .....	142
9.3. Răspunsuri teste grilă.....	142
<b>10. FUNDAMENTAREA ȘTIINȚEI MĂRFURILOR</b> .....	143
10.1. Teste grilă .....	143
10.2. Bibliografie .....	156
10.3. Răspunsuri teste grilă.....	156
<b>11. ECONOMIE MONETARĂ ȘI FINANCIARĂ</b> .....	157
11.1. Teste grilă .....	157
11.2. Bibliografie .....	171
11.3. Răspunsuri teste grilă.....	171
<b>12. TEHNICI PROMOȚIONALE</b> .....	172
12.1. Teste grilă .....	172
12.2. Bibliografie .....	188
12.3. Răspunsuri teste grilă.....	188
<b>13. FISCALITATE</b> .....	189
13.1. Teste grilă .....	189
13.2. Bibliografie .....	206
13.3. Răspunsuri teste grilă.....	206
<b>14. TEHNOLOGIE HOTELIERĂ ȘI DE RESTAURANT</b> .....	207
14.1. Teste grilă .....	207
14.2. Bibliografie .....	220
14.3. Răspunsuri teste grilă.....	220
<b>15. ASIGURĂRI ȘI REASIGURĂRI</b> .....	221
15.1. Teste grilă .....	221
15.2. Bibliografie .....	235
15.3. Răspunsuri teste grilă.....	235

<b>16. BURSE INTERNAȚIONALE DE MĂRFURI .....</b>	<b>236</b>
16.1. Teste grilă .....	236
16.2. Bibliografie .....	248
16.3. Răspunsuri teste grilă.....	248
<b>17. TEHNICA NEGOCIERILOR ÎN AFACERI .....</b>	<b>249</b>
17.1. Teste grilă .....	249
17.2. Bibliografie .....	262
17.3. Răspunsuri teste grilă.....	262
<b>18. RELAȚII PUBLICE ÎN COMERȚ, TURISM ȘI SERVICII .....</b>	<b>263</b>
18.1. Teste grilă .....	263
18.2. Bibliografie .....	270
18.3. Răspunsuri teste grilă.....	270
<b>19. ÎNDRUMAR PENTRU CONCEPEREA ȘI PREZENTAREA LUCRĂRII DE DIPLOMĂ .....</b>	<b>271</b>
19.1. Structura lucrării de licență.....	271
19.2. Reguli de redactare a lucrării de licență.....	272
19.3. Reguli de prezentare a lucrării de licență.....	274
19.4. Anexe .....	275
<i>Anexa 1: Coperta lucrării de licență .....</i>	<i>276</i>
<i>Anexa 2: Prima pagină a lucrării de licență .....</i>	<i>277</i>
<i>Anexa 3: Lista figurilor și lista tabelor .....</i>	<i>278</i>



## Cuvânt înainte

*„Niciodată să nu te oprești din învățat! A conduce este o profesiune, nu un drept sau o moștenire. Acceptă că vor exista, în mod frecvent, lucruri pe care nu le știi și că a găsi modalități mai bune de a rezolva lucrurile face parte din profesie”.*

(Bruce Hyland)

Examenul de licență reprezintă ultima etapă a pregătirii universitare înainte de a face față profesiei de economist, pentru că, așa cum spunea Balzac, *„învățătura trebuie transformată în fapte – altfel se pierde”*.

Lucrarea „Teste grilă pentru pregătirea examenului de licență”, specializarea *„Economia Comerțului, Turismului și Serviciilor”*, a fost gândită ca un real suport absolvenților în vederea pregătirii examenului de licență. Testele de verificare a cunoștințelor dobândite pe parcursul celor trei ani de studiu sunt prezentate sub forma întrebărilor de tip grilă, modalitate în care se va susține și examenul de licență – proba scrisă. Fiecare întrebare are cinci opțiuni de răspuns, însă grilele sunt în așa fel formulate încât doar o singură variantă de răspuns este corectă.

În vederea pregătirii eficiente, recomandăm, înainte de toate, parcurgerea suporturilor de curs prezentate de profesorii de specialitate. Numai după însușirea acestora se vor putea testa cunoștințele dobândite cu ajutorul întrebărilor grilă prezentate aici.

Prima probă a examenului de licență constă în verificarea cunoștințelor teoretice dobândite și se desfășoară sub forma unui examen scris, tip grilă. Caietul cu întrebări cuprinde o serie de teste grilă selectate aleator din acest volum. Ne rezervăm dreptul de a modifica datele aplicațiilor, cerințele de răspuns și/sau ordinea variantelor de răspuns. Atragem atenția studenților să citească cu atenție cerințele și variantele de răspuns. Pentru a delimita răspunsul corect, absolvenții trebuie să examineze cu atenție opțiunile de răspuns și să țină cont de faptul că acestea se pot baza atât pe informații corecte, cât și pe informații voite eronate. Reușita este posibilă numai și numai prin studiu aprofundat și perseverent.

A doua probă a examenului de licență este reprezentată de susținerea lucrării de diplomă având ca temă o problemă aleasă de student, aprobată în prealabil de un cadru didactic din cadrul Facultății de Științe Economice a Universității Hyperion din București, coordonată de respectivul cadru didactic și notată printr-un referat întocmit de acesta la finalizarea lucrării. În ultima parte a acestui volum sunt prezentate sub forma unui îndrumar câteva elemente referitoare la

conceperea și prezentarea lucrării de diplomă. De asemenea, absolvenții pot analiza modul de organizare a unei lucrări de diplomă prin exemplificarea câtorva teme. Atenționăm absolvenții că acestea au rol strict orientativ!

Sub rezerva perfectabilității, considerăm că acest volum vine în întâmpinarea absolvenților dornici să acumuleze rapid și corect cunoștințele necesare promovării cu succes a examenului de licență.

Le dorim mult succes și sperăm să obțină rezultate foarte bune!

# ***1. RESURSE ȘI DESTINAȚII TURISTICE***

## **1.1. Teste grilă**

### **1. Potentialul turistic este definit ca:**

a) ansamblul componentelor naturale, cultural-istorice, socio-demografice și tehnico-economice, recunoscute științific, cantitativ și calitativ și dovedite ca prezentând posibilități de valorificare turistică și dând o anumită funcționalitate pentru turism;

b) orice unitate teritorial-administrativă a cărei economie este dependentă de creșterea semnificativă a încasărilor provenite de la turiști;

c) totalitatea elementelor naturale și antropice care determină orientarea, mărimea, intensitatea și diversitatea fluxurilor turistice precum și eficiența economică a fluxului turistic;

d) totalitatea factorilor de atracție dintr-un teritoriu;

e) totalitatea bunurilor și serviciilor indispensabile bunei desfășurări a activităților turistice.

### **2. Destinația turistică este definită ca:**

a) ansamblul componentelor naturale, cultural-istorice, socio-demografice și tehnico-economice, recunoscute științific, cantitativ și calitativ și dovedite ca prezentând posibilități de valorificare turistică și dând o anumită funcționalitate pentru turism;

b) orice unitate teritorial-administrativă a cărei economie este dependentă de creșterea semnificativă a încasărilor provenite de la turiști;

c) totalitatea elementelor naturale și antropice care determină orientarea, mărimea, intensitatea și diversitatea fluxurilor turistice precum și eficiența economică a fluxului turistic;

d) totalitatea factorilor de atracție dintr-un teritoriu;

e) totalitatea bunurilor și serviciilor indispensabile bunei desfășurări a activităților turistice.

### **3. Resursa turistică este definită ca:**

a) ansamblul componentelor naturale, cultural-istorice, socio-demografice și tehnico-economice, recunoscute științific, cantitativ și calitativ și dovedite ca prezentând posibilități de valorificare turistică și dând o anumită funcționalitate pentru turism;

b) orice unitate teritorial-administrativă a cărei economie este dependentă de creșterea semnificativă a încasărilor provenite de la turiști;

c) totalitatea elementelor naturale si antropice care determina orientarea, marimea, intensitatea si diversitatea fluxurilor turistice precum si eficienta economica a fluxului turistic;

d) totalitatea factorilor de atractie dintr-un teritoriu;

e) totalitatea bunurilor si serviciilor indispensabile bunei desfasurari a activitatilor turistice.

#### **4. Fondul turistic este definita ca:**

a) totalitatea bunurilor si serviciilor indispensabile bunei desfasurari a activitatilor turistice;

b) include dotarile si serviciile turistice pentru cazare, alimentatie publica, sport, distractie, recreere, dotarile comerciale si alte servicii publice, precum si transporturile ce fac legatura intre zona rezidentiala si zona de agrement;

c) totalitatea factorilor de atractie dintr-un teritoriu;

d) orice unitate teritorial-administrativa a carei economie este dependenta de cresterea semnificativa a incasarilor provenite de la turisti;

e) totalitatea elementelor naturale si antropice care determina orientarea, marimea, intensitatea si diversitatea fluxurilor turistice precum si eficienta economica a fluxului turistic.

#### **5. Baza tehnico-materiala este definita ca:**

a) totalitatea bunurilor si serviciilor indispensabile bunei desfasurari a activitatilor turistice;

b) include dotarile si serviciile turistice pentru cazare, alimentatie publica, sport, distractie, recreere, dotarile comerciale si alte servicii publice, precum si transporturile ce fac legatura intre zona rezidentiala si zona de agrement;

c) totalitatea factorilor de atractie dintr-un teritoriu;

d) orice unitate teritorial-administrativa a carei economie este dependenta de cresterea semnificativa a incasarilor provenite de la turisti;

e) totalitatea elementelor naturale si antropice care determina orientarea, marimea, intensitatea si diversitatea fluxurilor turistice precum si eficienta economica a fluxului turistic.

#### **6. Produsul turistic este definita ca:**

a) Totalitatea bunurilor si serviciilor indispensabile bunei desfasurari a activitatilor turistice;

b) include dotarile si serviciile turistice pentru cazare, alimentatie publica, sport, distractie, recreere, dotarile comerciale si alte servicii publice, precum si transporturile ce fac legatura intre zona rezidentiala si zona de agrement;

c) totalitatea factorilor de atractie dintr-un teritoriu;

d) orice unitate teritorial-administrativa a carei economie este dependenta de cresterea semnificativa a incasarilor provenite de la turisti;

e) totalitatea elementelor naturale si antropice care determina orientarea, marimea, intensitatea si diversitatea fluxurilor turistice precum si eficienta economica a fluxului turistic.

**7. Din punct de vedere geografic, destinatiile turistice pot fi:**

- a) Nordice, Sudice, Estice, Vestice;
- b) ieftine si de lux;
- c) permanente, sezoniere;
- d) interne si internationale;
- e) naturale si antropice.

**8. Din perspectiva economica, destinatiile turistice pot fi:**

- a) Nordice, Sudice, Estice, Vestice;
- b) ieftine si de lux;
- c) permanente, sezoniere;
- d) interne si internationale;
- e) naturale si antropice.

**9. Din punctul de vedere al modului de manifestare a concentrarii sezoniere, destinatiile turistice pot fi:**

- a) Nordice, Sudice, Estice, Vestice;
- b) ieftine si de lux;
- c) permanente, sezoniere;
- d) interne si internationale;
- e) naturale si antropice.

**10. Factorii demografici ai fenomenului turistic:**

- a) actioneaza prin cresterea numerica a populatiei Globului;
- b) pot influenta direct si indirect promovarea turismului;
- c) determina nevoia sau necesitatea calatoriei;
- d) in cadrul acestei categorii se situeaza timpul liber al populatiei;
- e) reprezinta totalitatea tranzactiilor comerciale.

**11. Factorii economici ai fenomenului turistic:**

- a) actioneaza prin cresterea numerica a populatiei Globului;
- b) pot influenta direct si indirect promovarea turismului;
- c) reprezinta totalitatea tranzactiilor comerciale;
- d) reprezinta componenta „oferta” a pietei turistice;
- e) determina nevoia sau necesitatea calatoriei.

**12. Factorii psihologici ai fenomenului turistic:**

- a) actioneaza prin cresterea numerica a populatiei Globului;
- b) pot influenta direct si indirect promovarea turismului;
- c) determina nevoia sau necesitatea calatoriei;

- d) reprezinta totalitatea tranzactiilor comerciale;
- e) reprezinta componenta „oferta” a pietei turistice.

**13. Factorii sociali ai fenomenului turistic:**

- a) actioneaza prin cresterea numerica a populatiei Globului;
- b) in cadrul acestei categorii se situeaza timpul liber al populatiei;
- c) determina nevoia sau necesitatea calatoriei;
- d) reprezinta totalitatea tranzactiilor comerciale;
- e) reprezinta componenta „oferta” a pietei turistice.

**14. Dupa criteriul distantei, turismul poate fi:**

- a) de distanta mica, de distanta medie, de distanta mare;
- b) de scurta, medie sau lunga durata;
- c) de recreere, ingrijire a sanatatii (curativ), cultural;
- d) organizat, semiorganizat, neorganizat;
- e) Intern si international.

**15. Dupa criteriul duratei calatoriei, turismul poate fi:**

- a) de distanta mica, de distanta medie, de distanta mare;
- b) de scurta durata, medie durata sau lunga durata;
- c) de recreere, ingrijire a sanatatii (curativ), cultural;
- d) organizat, semiorganizat, neorganizat;
- e) intern si international.

**16. Dupa criteriul provenientei, turismul poate fi:**

- a) individual si de grup;
- b) organizat, semiorganizat, neorganizat;
- c) intern si international;
- d) emitator, receptor;
- e) de scurta durata, medie durata sau lunga durata.

**17. Dupa criteriul numarului de participanti, turismul poate fi:**

- a) individual si de grup;
- b) organizat, semiorganizat, neorganizat;
- c) intern si international;
- d) emitator, receptor;
- e) de recreere, ingrijire a sanatatii (curativ), cultural.

**18. Dupa criteriul organizarii, turismul poate fi:**

- a) individual si de grup;
- b) organizat, semiorganizat, neorganizat;
- c) intern si international;

- d) emitor, receptor;
- e) de recreere, ingrijire a sanatatii (curativ), cultural.

**19. Dupa criteriul modului de desfasurare in timp, turismul poate fi:**

- a) continuu, sezonier, de circumstanta;
- b) pedestru, rutier, feroviar, aerian, naval;
- c) social, de masa; particular;
- d) emitor, receptor;
- e) de recreere, ingrijire a sanatatii (curativ), cultural.

**20. Dupa criteriul mijloacelor de transport utilizate, turismul poate fi:**

- a) continuu, sezonier, de circumstanta;
- b) pedestru, rutier, feroviar, aerian, naval;
- c) social, de masa; particular;
- d) emitor, receptor;
- e) de recreere, ingrijire a sanatatii (curativ), cultural.

**21. Dupa criteriul economico-social, turismul poate fi:**

- a) continuu, sezonier, de circumstanta;
- b) pedestru, rutier, feroviar, aerian, naval;
- c) social, de masa; particular;
- d) emitor, receptor;
- e) de recreere, ingrijire a sanatatii (curativ), cultural.

**22. Turismul sportiv este o forma a turismului:**

- a) de tratament;
- b) social;
- c) de agrement;
- d) privat;
- e) de afaceri.

**23. Resursele turistice ale unei tari formeaza oferta:**

- a) primara;
- b) secundara;
- c) tertiara;
- d) unicat;
- e) primara si secundara.

**24. Din punct de vedere al sezonalitatii, se disting urmatoarele forme de turism:**

- a) itinerar si de vizitare;
- b) de sejur lung, mediu si scurt;
- c) de circulatie, de tranzit si de vizitare;

- d) de iarna, vara si de circumstanta;
- e) organizat si neorganizat.

**25. Oferta turistica primara a unei tari cuprinde totalitatea:**

- a) resurselor naturale;
- b) resurselor antropice;
- c) monumentelor arheologice;
- d) resurselor folclorice;
- e) resurselor naturale si antropice.

**26. Turismul rezidential este unul de:**

- a) Sejur lung;
- b) Schimbare a domiciliului;
- c) Sejur mediu;
- d) Schimbare a tarii de resedinta;
- e) Sejur lung si mediu.

**27. Asociatiile profesionale din Romania functioneaza ca organisme:**

- a) profitabile;
- b) guvernamentale;
- c) apolitice;
- d) ministeriale;
- e) profitabile si apolitice.

**28. Turismul de tineret este o forma particulara a turismului:**

- a) de sejur scurt;
- b) itinerant;
- c) pe cont propriu;
- d) social;
- e) de sejur scurt si mediu.

**29. Potentialul terapeutic este o componenta a resurselor turistice:**

- a) naturale;
- b) antropice;
- c) naturale si antropice;
- d) cinegetice;
- e) culturale.

**30. Atractiile cultural-artistice reprezinta facilitatile turistice:**

- a) de baza;
- b) complementare;
- c) de comunicatie;

- d) de gospodarie comunală;
- e) secundare.

**31. Organizatia Mondiala a Turismului s-a infiintat in anul:**

- a) 1974 la Viena;
- b) 1975 la Madrid;
- c) 1965 la Paris;
- d) 1973 la Londra;
- e) 1990 la Bucuresti.

**32. O piata turistica este nesaturata in momentul in care:**

- a) volumul ei este mai mic decat potentialul ei;
- b) volumul ei este mai mare decat potentialul ei;
- c) volumul este egal cu potentialul;
- d) potentialul nu exista;
- e) niciun raspuns nu este corect.

**33. Calatorii”marginali” fac parte din categoria:**

- a) calatori itineranti;
- b) calatori rezidentiali;
- c) calatori de lux;
- d) excursionistilor;
- e) vizitatorilor.

**34. Psihoconcentricii sunt turistii care calatoresc la distante mari, cheltuiesc putin si cauta riscul pe parcursul calatoriei?**

- a) adevarat;
- b) fals;
- c) da, in secolul al XIX-lea;
- d) da, in secolul al XX-lea;
- e) notiunea nu exista.

**35. Una dintre caracteristicile ofertei turistice este urmatoarea:**

- a) rigiditatea;
- b) elasticitatea;
- c) fiabilitatea;
- d) relative diversitate;
- e) a+b.

**36. Romania a fost aleasa vicepresedinte al Consiliului Executiv al Organizatiei Mondiale a Turismului in anul:**

- a) 1979 la Lisabona;
- b) 1991 la Moscova;

- c) 1980 la New York;
- d) 1981 la Madrid;
- e) niciun raspuns nu este corect.

**37. Oficiul National de Turism s-a constituit in anul:**

- a) 1971 la Brasov;
- b) 1923 la Iasi;
- c) 1936 la Bucuresti;
- d) 1973 la Constanta;
- e) 1990 la Cluj.

**38. O caracteristica importanta a plajei de pe litoralul Marii Negre este urmatoarea:**

- a) lipsa deseurilor;
- b) dimensiunea;
- c) orientarea georgrafica;
- d) accesibilitatea;
- e) unicitatea.

**39. Prima institutie care a coordonat activitatea turistica in Romania, dupa anul 1990, a fost:**

- a) Ministerul Comertului si Turismului;
- b) Ministerul Turismului;
- c) Autoritatea Nationala pentru Turism;
- d) Directia Generala de Promovare Turistica;
- e) Federatia Nationala a Patronatelor.

**40. Gradul de utilizare a capacitatii de cazare se determina ca raport procentual intre:**

- a) capacitatea efectiv utilizata/capacitate maxima de cazare;
- b) capacitatea efectiv utilizata/nr. de zile neutilizate;
- c) capacitatea de cazare permanenta/capacitatea de cazare sezoniera;
- d) nr. de locuri de cazare/nr. de locuri de functionare;
- e) niciun raspuns nu este corect.

**41. Consumul turistic este o expresie a:**

- a) numarului de servicii contractate;
- b) cheltuielile efectuate inainte de calatoria turistica;
- c) cererii insolubile a populatiei pentru serviciile turistice;
- d) cererii solvabile a populatiei pentru serviciile turistice;
- e) niciun raspuns nu este corect.

**42. Turistii alocentrici prefera calatoriile:**

- a) sedentare;
- b) catre destinatii usor accesibile;
- c) pe cont propriu;
- d) programate;
- e) niciun raspuns nu este corect.

**43. Investitia specifica arata:**

- a) volumul de investitii necesar pentru realizarea unui metru patrat de constructie;
- b) investitia totala necesara constructiei a 10 000 locuri cazare;
- c) investitia totala necesara constructiei a 10 000 locuri la mese;
- d) volumul de investitii necesar pentru realizarea a 10 000 metri patrati de constructie;
- e) niciun raspuns nu este corect.

**44. Durata de recuperare a investitiei se masoara in:**

- a) procente;
- b) ani;
- c) lei;
- d) euro;
- e) niciun raspuns nu este corect.

**45. Potentialul speologic al Romaniei cuprinde un numar de pesteri de aproximativ:**

- a) sub 100;
- b) 1000;
- c) 9000;
- d) 15.000;
- e) niciun raspuns nu este corect.

**46. In arealul dealurilor si podisurilor din Romania predomina lacurile cu apa:**

- a) sarata;
- b) dulce;
- c) termala;
- d) minerala;
- e) niciun raspuns nu este corect.

**47. Izvoarele minerale din tara noastra sunt cantonate, in principal, in zona:**

- a) montana;
- b) dealurilor si podisurilor;
- c) de campie;
- d) periurbana;
- e) Deltei Dunarii.

**48. Litoralul românesc al Mării Negre detine urmatorul procent din baza material de cazare a Romaniei:**

- a) 25%;
- b) 42%;
- c) 60%;
- d) 50%;
- e) Sub 25%.

**49. Salvamontul face parte din categoria facilitatilor:**

- a) comerciale;
- b) speciale;
- c) cu caracter general;
- d) de ocrotire a sanatatii;
- e) generale.

**50. Eficienta activitatii de turism imbraca doua forme:**

- a) economica si turistica;
- b) economica si politica;
- c) economica si sociala;
- d) demografica si sociala;
- e) demografica.

**51. Formula „fly and drive” reprezinta combinarea transportului:**

- a) aerian cu cel automobilistic;
- b) aerian cu cel fluvial;
- c) automobilistic cu cel rutier;
- d) fluvial cu cel rutier;
- e) fluvial cu cel automobilistic.

**52. Turismul de circulatie mai poarta numele de:**

- a) sejur;
- b) itinerant;
- c) de week-end;
- d) de circumstanta;
- e) de sezon.

**53. Turismul de sejur este cel desfasurat:**

- a) in cel putin doua statiuni;
- b) in maxim doua statiuni;
- c) intr-o singura statiune;
- d) in circuit turistic;
- e) a+d.

**54. Turismul de sejur se desfasoara pe o perioada de timp, cuprinsa intre:**

- a) 1-7 zile;
- b) 10-15 zile;
- c) 7-14 zile;
- d) 15-30 zile;
- e) Peste 30 zile.

**55. Infrastructura tehnica si sociala este o componenta a:**

- a) fondului turistic;
- b) capacitatii de cazare;
- c) bazei materiale turistice;
- d) fluxului turistic;
- e) a+b+c.

**56. Strandurile amenajate reprezinta un echipament de agrement specific:**

- a) statiunilor de litoral;
- b) centrelor urbane;
- c) statiunilor balneare;
- d) statiunilor montane;
- e) c+d.

**57. In cazul variatiilor sezoniere, obiceiurile si traditiile reprezinta:**

- a) un factor exogen;
- b) un element cu actiune limitata;
- c) un factor de prelungire a sezonului turistic;
- d) un factor principal;
- e) a+b.

**58. Ministerul Turismului a luat fiinta in anul:**

- a) 1971;
- b) 1974;
- c) 1990;
- d) 1960;
- e) 2000.

**59. Calitatea mediului este afectata de:**

- a) Factorii obiectivi;
- b) Factorii subiectivi;
- c) Factorii derivati;
- d) Actiunile unor categorii de turisti;
- e) Nici un raspuns correct.

**60. Dezvoltarea nesistematizata a localitatilor turistice se caracterizeaza prin:**

- a) proiectarea necorespunzatoare a obiectivelor de investitii cu caracter turistic;
- b) ocuparea extensiva a spatiului cu constructii;
- c) stabilirea de amplasamente adecvate pentru baza materiala turistica;
- d) realizarea de constructii estetice turistice adaptate specificului arhitectonic traditional;
- e) Nici un raspuns corect.

## 1.2. Bibliografie

1. Boboc L. (2024), *Resurse si destinatii turistice. Note de curs*, Universitatea Hyperion din Bucuresti.

2. Bran F., Marin D., Simon T., (1997), *Turismul rural. Modelul european*, Editura Economica, Bucuresti;

3. Erdeli G., Gheorghilas A., (2007), *Amenajari turistice*, Editura Universitara, Bucuresti;

4. Glavan V., (2006), *Potentialul turistic si valorificarea sa*, Editura Fundatiei Romania de Maine, Bucuresti;

5. Minciu Rodica, (1995), *Amenajarea turistica a teritoriului*, Editura Sylvi, Bucuresti;

6. Neacsu N., Baltaretu A., Neacsu M., (2014), *Resurse si destinatii turistice. Studii de caz, statistici, reglementari si documente O.M.T.*, Editura Pro Universitaria, Bucuresti;

7. Ticu G., (2005), *Resurse si destinatii turistice pe plan mondial*, Editura Uranus, Bucuresti;

## 1.3. Răspunsuri teste grilă

<b>1</b>	a	<b>11</b>	b	<b>21</b>	c	<b>31</b>	b	<b>41</b>	d	<b>51</b>	a
<b>2</b>	b	<b>12</b>	c	<b>22</b>	c	<b>32</b>	a	<b>42</b>	c	<b>52</b>	b
<b>3</b>	c	<b>13</b>	b	<b>23</b>	a	<b>33</b>	c	<b>43</b>	a	<b>53</b>	c
<b>4</b>	c	<b>14</b>	a	<b>24</b>	d	<b>34</b>	b	<b>44</b>	b	<b>54</b>	a
<b>5</b>	b	<b>15</b>	b	<b>25</b>	a	<b>35</b>	a	<b>45</b>	d	<b>55</b>	c
<b>6</b>	a	<b>16</b>	c	<b>26</b>	a	<b>36</b>	d	<b>46</b>	a	<b>56</b>	c
<b>7</b>	a	<b>17</b>	a	<b>27</b>	a	<b>37</b>	d	<b>47</b>	a	<b>57</b>	d
<b>8</b>	b	<b>18</b>	b	<b>28</b>	d	<b>38</b>	b	<b>48</b>	b	<b>58</b>	a
<b>9</b>	c	<b>19</b>	a	<b>29</b>	a	<b>39</b>	a	<b>49</b>	b	<b>59</b>	d
<b>10</b>	a	<b>20</b>	b	<b>30</b>	b	<b>40</b>	a	<b>50</b>	c	<b>60</b>	a

## **2. TURISM INTERNAȚIONAL**

### **2.1. Teste grilă**

#### **1. Turismul este definit ca:**

- a) fenomen social-economic definitoriu pentru societatea umana actuala, in continua crestere, care satisface nevoia umana de cunoastere, de recreere si recuperare fizico-psihiica;
- b) orice unitate teritorial-administrativa a carei economie este dependenta de cresterea semnificativa a incasarilor provenite de la turisti;
- c) totalitatea bunurilor si serviciilor indispensabile bunei desfasurari a activitatilor turistice;
- d) totalitatea factorilor de atractie dintr-un teritoriu;
- e) totalitatea tranzactiilor al caror obiect il constituie produsele turistice.

#### **2. Piata turistica este definit ca:**

- a) fenomen social-economic definitoriu pentru societatea umana actuala, in continua crestere, care satisface nevoia umana de cunoastere, de recreere si recuperare fizico-psihiica;
- b) orice unitate teritorial-administrativa a carei economie este dependenta de cresterea semnificativa a incasarilor provenite de la turisti;
- c) totalitatea bunurilor si serviciilor indispensabile bunei desfasurari a activitatilor turistice;
- d) totalitatea factorilor de atractie dintr-un teritoriu;
- e) totalitatea tranzactiilor al caror obiect il constituie produsele turistice.

#### **3. Zona turistica este definit ca:**

- a) areal mai restrans, consacrat activitatii turistice intr-un anumit timp;
- b) punct de convergenta a unor fluxuri de turism, precum aglomeratiile urbane, statiunile litorale si montane, centre balnear-curative;
- c) totalitatea bunurilor si serviciilor indispensabile bunei desfasurari a activitatilor turistice;
- d) totalitatea factorilor de atractie dintr-un teritoriu;
- e) totalitatea tranzactiilor al caror obiect il constituie produsele turistice.

#### **4. Centru turistic este definit ca:**

- a) areal mai restrans, consacrat activitatii turistice intr-un anumit timp;
- b) punct de convergenta a unor fluxuri de turism, precum aglomeratiile urbane, statiunile litorale si montane, centre balnear-curative;

- c) totalitatea bunurilor si serviciilor indispensabile bunei desfasurari a activitatilor turistice;
- d) totalitatea factorilor de atractie dintr-un teritoriu;
- e) aria de interferenta a produsului turistic cu consumatorii sai, a unei parti a ofertei turistice cu cererea.

**5. Fondul turistic este definit ca:**

- a) areal mai restrans, consacrat activitatii turistice intr-un anumit timp;
- b) punct de convergenta a unor fluxuri de turism, precum aglomeratiile urbane, statiunile litorale si montane, centre balnear-curative;
- c) totalitatea bunurilor si serviciilor indispensabile bunei desfasurari a activitatilor turistice;
- d) totalitatea factorilor de atractie dintr-un teritoriu;
- e) aria de interferenta a produsului turistic cu consumatorii sai, a unei parti a ofertei turistice cu cererea.

**6. Baza tehnico-materiala este definita ca:**

- a) areal mai restrans, consacrat activitatii turistice intr-un anumit timp;
- b) punct de convergenta a unor fluxuri de turism, precum aglomeratiile urbane, statiunile litorale si montane, centre balnear-curative;
- c) totalitatea bunurilor si serviciilor indispensabile bunei desfasurari a activitatilor turistice;
- d) include dotarile si serviciile turistice pentru cazare, alimentatie publica, sport, distractie, recreere, dotarile comerciale si alte servicii publice, precum si transporturile;
- e) totalitatea factorilor de atractie dintr-un teritoriu.

**7. Produsul turistic este definit ca:**

- a) totalitatea bunurilor si serviciilor indispensabile bunei desfasurari a activitatilor turistice;
- b) include dotarile si serviciile turistice pentru cazare, alimentatie publica, sport, distractie, recreere, dotarile comerciale si alte servicii publice, precum si transporturile;
- c) totalitatea factorilor de atractie dintr-un teritoriu;
- d) areal mai restrans, consacrat activitatii turistice intr-un anumit timp;
- e) punct de convergenta a unor fluxuri de turism, precum aglomeratiile urbane, statiunile litorale si montane, centre balnear-curative.

**8. Circulatia turistica internationala este definita ca:**

- a) totalitatea bunurilor si serviciilor indispensabile bunei desfasurari a activitatilor turistice;
- b) totalitatea tranzactiilor comerciale care premerg, insotesc si decurs din calatoriile internationale;

- c) totalitatea factorilor de atractie dintr-un teritoriu;
- d) areal mai restrans, consacrat activitatii turistice intr-un anumit timp;
- e) punct de convergenta a unor fluxuri de turism, precum aglomeratiile urbane, statiunile litorale si montane, centre balnear-curative.

**9. Factorii demografici ai fenomenului turistic:**

- a) actioneaza prin cresterea numerica a populatiei Globului;
- b) pot influenta direct si indirect promovarea turismului;
- c) determina nevoia sau necesitatea calatoriei;
- d) in cadrul acestei categorii se situeaza timpul liber al populatiei;
- e) reprezinta totalitatea tranzactiilor comerciale.

**10. Factorii economici ai fenomenului turistic:**

- a) actioneaza prin cresterea numerica a populatiei Globului;
- b) pot influenta direct si indirect promovarea turismului;
- c) reprezinta totalitatea tranzactiilor comerciale;
- d) reprezinta componenta „oferta” a pietei turistice;
- e) determina nevoia sau necesitatea calatoriei.

**11. Factorii psihologici ai fenomenului turistic:**

- a) actioneaza prin cresterea numerica a populatiei Globului;
- b) pot influenta direct si indirect promovarea turismului;
- c) determina nevoia sau necesitatea calatoriei;
- d) reprezinta totalitatea tranzactiilor comerciale;
- e) reprezinta componenta „oferta” a pietei turistice.

**12. Factorii sociali ai fenomenului turistic:**

- a) actioneaza prin cresterea numerica a populatiei Globului;
- b) in cadrul acestei categorii se situeaza timpul liber al populatiei;
- c) determina nevoia sau necesitatea calatoriei;
- d) reprezinta totalitatea tranzactiilor comerciale;
- e) reprezinta componenta „oferta” a pietei turistice.

**13. Dupa criteriul distantei, turismul poate fi:**

- a) de distanta mica, de distanta medie, de distanta mare;
- b) de scurta, medie sau lunga durata;
- c) de recreere, ingrijire a sanatatii (curativ), cultural;
- d) organizat, semiorganizat, neorganizat;
- e) Intern si international.

**14. Dupa criteriul duratei calatoriei, turismul poate fi:**

- a) de distanta mica, de distanta medie, de distanta mare;
- b) de scurta durata, medie durata sau lunga durata;

- c) de recreere, ingrijire a sanatatii (curativ), cultural;
- d) organizat, semiorganizat, neorganizat;
- e) intern si international.

**15. Dupa criteriul provenientei, turismul poate fi:**

- a) individual si de grup;
- b) organizat, semiorganizat, neorganizat;
- c) intern si international;
- d) emitator, receptor;
- e) de scurta durata, medie durata sau lunga durata.

**16. Dupa criteriul numarului de participanti, turismul poate fi:**

- a) individual si de grup;
- b) organizat, semiorganizat, neorganizat;
- c) intern si international;
- d) emitator, receptor;
- e) de recreere, ingrijire a sanatatii (curativ), cultural.

**17. Dupa criteriul organizarii, turismul poate fi:**

- a) individual si de grup;
- b) organizat, semiorganizat, neorganizat;
- c) intern si international;
- d) emitator, receptor;
- e) de recreere, ingrijire a sanatatii (curativ), cultural.

**18. Dupa criteriul modului de desfasurare in timp, turismul poate fi:**

- a) continuu, sezonier, de circumstanta;
- b) pedestru, rutier, feroviar, aerian, naval;
- c) social, de masa; particular;
- d) emitator, receptor;
- e) de recreere, ingrijire a sanatatii (curativ), cultural.

**19. Dupa criteriul mijloacelor de transport utilizate, turismul poate fi:**

- a) continuu, sezonier, de circumstanta;
- b) pedestru, rutier, feroviar, aerian, naval;
- c) social, de masa; particular;
- d) emitator, receptor;
- e) de recreere, ingrijire a sanatatii (curativ), cultural.

**20. Dupa criteriul economico-social, turismul poate fi:**

- a) continuu, sezonier, de circumstanta;
- b) pedestru, rutier, feroviar, aerian, naval;

- c) social, de masa; particular;
- d) emitator, receptor;
- e) de recreere, ingrijire a sanatatii (curativ), cultural.

**21. In functie de orientarea fluxurilor turistice, turismul international se imparte in:**

- a) turism organizat, neorganizat si semiorganizat;
- b) turism emitator si receptor;
- c) turism de sejur, de tranzit si de circuit;
- d) turism intern si international;
- e) turism interregional si intraregional;

**22. In functie de modul de angajare a prestatiilor, turismul international se imparte in:**

- a) turism organizat, neorganizat si semiorganizat;
- b) turism emitator si receptor;
- c) turism de sejur, de tranzit si de circuit;
- d) turism intern si international;
- e) turism interregional si intraregional.

**23. In functie de durata calatoriei, turismul international se imparte in:**

- a) turism organizat, neorganizat si semiorganizat;
- b) turism emitator si receptor;
- c) turism de sejur, de tranzit si de circuit;
- d) turism intern si international;
- e) turism interregional si intraregional.

**24. Primul sat turistic din Romania este:**

- a) Sirnea;
- b) Fundata;
- c) Cheile Gradistei;
- d) Moeciu;
- e) Carlibaba.

**25. Cel mai important monument religios in stil romanic din Transilvania este la:**

- a) Cartisoara;
- b) Herina;
- c) Alba Iulia;
- d) Sibiu;
- e) Turda.

**26. Cea mai mare catedrala gotica din Romania este:**

- a) Biserica Neagra din Brasov;
- b) Biserica „Sf. Mihail” din Cluj Napoca;
- c) Biserica „Sf. Nicolae” Densus;
- d) Biserica Stavropoleos din Bucuresti;
- e) Biserica aurita din Ghimbav.

**27. Supranumita „Capela Sixtina a Estului”este:**

- a) Manastirea Humor;
- b) Manastirea Voronet;
- c) Manastirea Curtea de Arges;
- d) Manastirea Putna;
- e) Manastirea Neamt.

**28. Cea mai veche manastire din Moldova este:**

- a) Manastirea Neamt;
- b) Manastirea Agapia;
- c) Manastirea Curtea de Arges;
- d) Manastirea Voronet;
- e) Manastirea Putna.

**29. A fost pictata in interior de Nicolae Grigorescu:**

- a) Manastirea Neamt;
- b) Manastirea Agapia;
- c) Manastirea Curtea de Arges;
- d) Manastirea Voronet;
- e) Manastirea Putna.

**30. Adaposteste mormintele primilor regi ai Romaniei, Carol I si Regina Elisabeta:**

- a) Manastirea Neamt;
- b) Manastirea Agapia;
- c) Manastirea Curtea de Arges;
- d) Manastirea Voronet;
- e) Manastirea Putna.

**31. Cea mai veche biserică de lemn din Maramures este:**

- a) Barsana;
- b) Sieu;
- c) Ieud;
- d) Dragomirna;
- e) Botiza.

**32. I.A.T.A. este:**

- a) Asociația Internațională a Transportatorilor Aerieni;
- b) Federația Universală a Asociațiilor Agențiilor de Voiaj;
- c) Asociația Internațională a Hotelierilor și Unităților de Alimentație;
- d) Asociația Națională de Turism Rural, Ecologic și Cultural;
- e) Asociația pentru Promovarea și Dezvoltarea Turismului – Litoral.

**33. A.N.T.R.E.C este:**

- a) Asociația Internațională a Transportatorilor Aerieni;
- b) Federația Universală a Asociațiilor Agențiilor de Voiaj;
- c) Asociația Internațională a Hotelierilor și Unităților de Alimentație;
- d) Asociația Națională de Turism Rural, Ecologic și Cultural;
- e) Asociația pentru Promovarea și Dezvoltarea Turismului – Litoral.

**34. U.F.T.A.A. este:**

- a) Asociația Internațională a Transportatorilor Aerieni;;
- b) Federația Universală a Asociațiilor Agențiilor de Voiaj;
- c) Asociația Internațională a Hotelierilor și Unităților de Alimentație;
- d) Federația Patronatelor din Turismul Românesc;
- e) Organizația Patronatului din Turismul Balnear.

**35. I.H.R.A. este:**

- a) Asociația Internațională a Transportatorilor Aerieni;
- b) Federația Universală a Asociațiilor Agențiilor de Voiaj;
- c) Asociația Internațională a Hotelierilor și Unităților de Alimentație;
- d) Federația Patronatelor din Turismul Românesc;
- e) Organizația Patronatului din Turismul Balnear.

**36. O.P.T.B.R. este:**

- a) Asociația Internațională a Transportatorilor Aerieni;
- b) Federația Universală a Asociațiilor Agențiilor de Voiaj;
- c) Asociația Internațională a Hotelierilor și Unităților de Alimentație;
- d) Federația Patronatelor din Turismul Românesc;
- e) Organizația Patronatului din Turismul Balnear.

**37. F.P.T.R. este:**

- a) Asociația Internațională a Transportatorilor Aerieni;
- b) Federația Universală a Asociațiilor Agențiilor de Voiaj;
- c) Asociația Internațională a Hotelierilor și Unităților de Alimentație;
- d) Federația Patronatelor din Turismul Românesc;
- e) Organizația Patronatului din Turismul Balnear.

**38. F.I.H.R. este:**

- a) Asociația Internațională a Transportatorilor Aerieni;
- b) Federația Universală a Asociațiilor Agențiilor de Voiaj;
- c) Asociația Internațională a Hotelierilor și Unităților de Alimentație;
- d) Federația Patronatelor din Turismul Românesc;
- e) Federația Industriei Hoteliere din România.

**39. A.R.C.T.E. este:**

- a) Asociația Internațională a Transportatorilor Aerieni;
- b) Federația Universală a Asociațiilor Agențiilor de Voiaj;
- c) Asociația Internațională a Hotelierilor și Unităților de Alimentație;
- d) Federația Patronatelor din Turismul Românesc;
- e) Asociația Română pentru Cazare și Turism Ecologic.

**40. A.N.A.T. este:**

- a) Asociația Internațională a Transportatorilor Aerieni;
- b) Federația Universală a Asociațiilor Agențiilor de Voiaj;
- c) Asociația Națională a Agențiilor de Turism;
- d) Federația Patronatelor din Turismul Românesc;
- e) Asociația Română pentru Cazare și Turism Ecologic.

**41. A.E.R este:**

- a) Asociația Internațională a Transportatorilor Aerieni;
- b) Federația Universală a Asociațiilor Agențiilor de Voiaj;
- c) Asociația de Ecoturism din România;
- d) Federația Patronatelor din Turismul Românesc;
- e) Asociația Română pentru Cazare și Turism Ecologic.

**42. A.N.G.R. este:**

- a) Asociația Internațională a Transportatorilor Aerieni;
- b) Federația Universală a Asociațiilor Agențiilor de Voiaj;
- c) Asociația Națională a Ghizilor din România;
- d) Federația Patronatelor din Turismul Românesc;
- e) Asociația Română pentru Cazare și Turism Ecologic.

**43. A.G.M.R. este:**

- a) Asociația Internațională a Transportatorilor Aerieni;
- b) Federația Universală a Asociațiilor Agențiilor de Voiaj;
- c) Asociația Națională a Ghizilor Montani din România;
- d) Federația Patronatelor din Turismul Românesc;
- e) Asociația Română pentru Cazare și Turism Ecologic.

#### **44. Licentierea este:**

a) o operatiune prin care o firma (licenta sau beneficiar) dobandeste, prin plata unui pret, dreptul de a utiliza cunostintele tehnice brevetate ale unei firme (licentiatior);

b) un aranjament comercial prin care fransizorul acorda, in schimbul unei plati, unei alte firme, permisiunea de a utiliza/exploata marca sa, numele si tehnicile de comercializare;

c) contract prin care creditorul transmite unei persoane, contra unui pret, drepturile pe care le are fata de datornicul sau;

d) cea mai uzuala metoda care se practica in turismul international;

e) orice contract incheiat de catre un intermediar de turism cu un organizator de voiaj, tour-operator sau cu persoane fizice, pentru prestatii izolate.

#### **45. Fransiza(rea) este:**

a) o operatiune prin care o firma dobandeste, prin plata unui pret, dreptul de a utiliza cunostintele tehnice brevetate ale unei firme (licentiatior);

b) un aranjament comercial prin care fransizorul acorda, in schimbul unei plati, unei alte firme, permisiunea de a utiliza/exploata marca sa, numele si tehnicile de comercializare;

c) contract prin care creditorul transmite unei persoane, contra unui pret, drepturile pe care le are fata de datornicul sau;

d) cea mai uzuala metoda care se practica in turismul international;

e) orice contract incheiat de catre un intermediar de turism cu un organizator de voiaj, tour-operator sau cu persoane fizice, pentru prestatii izolate.

#### **46. Contractul de calatorie este:**

a) cea mai uzuala metoda care se practica in turismul international;

b) orice contract incheiat de catre un intermediar de turism cu un organizator de voiaj, tour-operator sau cu persoane fizice, pentru prestatii izolate;

c) acel act juridic prin care o persoana se angajeaza in numele sau sa procure altei persoane, care va plati un pret global, un ansamblu grupat de prestatii de transport si alte servicii in legatura cu sejurul si deplasarea spre o anumita destinatie;

d) o operatiune prin care o firma dobandeste, prin plata unui pret, dreptul de a utiliza cunostintele tehnice brevetate ale unei firme (licentiatior);

e) un aranjament comercial prin care fransizorul acorda, in schimbul unei plati, unei alte firme, permisiunea de a utiliza/exploata marca sa.

#### **47. Contractul de intermediere este:**

a) cea mai uzuala metoda care se practica in turismul international;

b) orice contract incheiat de catre un intermediar de turism cu un organizator de voiaj, tour-operator sau cu persoane fizice, pentru prestatii izolate;

c) acel act juridic prin care o persoana se angajeaza in numele sau sa procure altei persoane, care va plati un pret global, un ansamblu grupat de prestatii de transport si alte servicii in legatura cu sejurul si deplasarea spre o anumita destinatie;

d) o operatiune prin care o firma (licentat sau beneficiar) dobandeste, prin plata unui pret, dreptul de a utiliza cunostintele tehnice brevetate ale unei firme (licentiatior);

e) un aranjament comercial prin care fransizorul acorda, in schimbul unei plati, unei alte firme, permisiunea de a utiliza/exploata marca sa.

#### **48. Contractul de transport international este:**

a) cea mai uzuala metoda care se practica in turismul international;

b) orice contract incheiat de catre un intermediar de turism cu un organizator de voiaj, tour-operator sau cu persoane fizice, pentru prestatii izolate;

c) acel act juridic prin care o persoana se angajeaza in numele sau sa procure altei persoane, care va plati un pret global, un ansamblu grupat de prestatii de transport si alte servicii in legatura cu sejurul si deplasarea spre o anumita destinatie;

d) o operatiune prin care o firma dobandeste, prin plata unui pret, dreptul de a utiliza cunostintele tehnice brevetate ale unei firme (licentiatior);

e) un aranjament comercial prin care fransizorul acorda, in schimbul unei plati, unei alte firme, permisiunea de a utiliza/exploata marca sa.

#### **49. Functia de stimulare in dezvoltarea turismului:**

a) este exprimata prin faptul ca statul sustine si incurajeaza turismul prin politica sa generala, prin crearea unui climat favorabil investitiilor, prin facilitarea consumurilor specifice;

b) consta in elaborarea strategiei turismului, fixarea principalelor obiective si a modalitatilor de realizare a acestora;

c) se refera la faptul ca statul se implica in dezvoltarea si modernizarea infrastructurii si poarta raspunderea organizarii si functionarii unor servicii publice, de interes general, cu impact direct asupra turismului ori a unor actiuni specifice;

d) o operatiune prin care o firma (licentat sau beneficiar) dobandeste, prin plata unui pret, dreptul de a utiliza cunostintele tehnice brevetate ale unei firme (licentiatior);

e) un aranjament comercial prin care fransizorul acorda, in schimbul unei plati, unei alte firme, permisiunea de a utiliza/exploata marca sa.

#### **50. Functia de coordonare, supraveghere si control a activitatii firmelor specializate:**

a) este exprimata prin faptul ca statul sustine si incurajeaza turismul prin politica sa generala, prin crearea unui climat favorabil investitiilor, prin facilitarea consumurilor specifice;

b) consta in elaborarea strategiei turismului, fixarea principalelor obiective si a modalitatilor de realizare a acestora;

c) se refera la faptul ca statul se implica in dezvoltarea si modernizarea infrastructurii si poarta raspunderea organizarii si functionarii unor servicii publice, de interes general, cu impact direct asupra turismului ori a unor actiuni specifice;

d) o operatiune prin care o firma dobandeste, prin plata unui pret, dreptul de a utiliza cunostintele tehnice brevetate ale unei firme (licentiatior);

e) un aranjament comercial prin care fransizorul acorda, in schimbul unei plati, unei alte firme, permisiunea de a utiliza/exploata marca sa.

### **51. Functia de producator de servicii turistice:**

a) este exprimata prin faptul ca statul sustine si incurajeaza turismul prin politica sa generala, prin crearea unui climat favorabil investitiilor, prin facilitarea consumurilor specifice;

b) consta in elaborarea strategiei turismului, fixarea principalelor obiective si a modalitatilor de realizare a acestora;

c) se refera la faptul ca statul se implica in dezvoltarea si modernizarea infrastructurii si poarta raspunderea organizarii si functionarii unor servicii publice, de interes general, cu impact direct asupra turismului ori a unor actiuni specifice;

d) o operatiune prin care o firma (licentat sau beneficiar) dobandeste, prin plata unui pret, dreptul de a utiliza cunostintele tehnice brevetate ale unei firme (licentiatior);

e) un aranjament comercial prin care fransizorul acorda, in schimbul unei plati, unei alte firme, permisiunea de a utiliza/exploata marca sa.

### **52. Planificare pe termen scurt a planului turistic:**

a) cuprinde un program de investitii, durata planului fiind fixata in functie de ciclul de proiectare si punere in aplicare a investitiilor;

b) acopera perioade de 3-6 ani, incluzand si programul de investitii ca pe o componenta a planului national sau regional de dezvoltare;

c) se caracterizeaza printr-un grad mare de complexitate, relevand toate implicatiile de ordin economic, social, ecologic, cultural, generate de dezvoltare a turismului in zonele respective;

d) o operatiune prin care o firma dobandeste, prin plata unui pret, dreptul de a utiliza cunostintele tehnice brevetate ale unei firme (licentiatior);

e) un aranjament comercial prin care fransizorul acorda, in schimbul unei plati, unei alte firme, permisiunea de a utiliza/exploata marca sa.

### **53. Planificare pe termen mediu a planului turistic:**

a) cuprinde un program de investitii, durata planului fiind fixata in functie de ciclul de proiectare si punere in aplicare a investitiilor;

b) acopera perioade de 3-6 ani, incluzand si programul de investitii ca pe o componenta a planului national sau regional de dezvoltare;

c) se caracterizeaza printr-un grad mare de complexitate, relevand toate implicatiile de ordin economic, social, ecologic, cultural, generate de dezvoltarea turismului in zonele respective;

d) o operatiune prin care o firma dobandeste, prin plata unui pret, dreptul de a utiliza cunostintele tehnice brevetate ale unei firme (licentiatior);

e) un aranjament comercial prin care fransizorul acorda, in schimbul unei plati, unei alte firme, permisiunea de a utiliza/exploata marca sa, numele (notorietatea) si tehnicile de comercializare.

#### **54. Planificare pe termen lung a planului turistic:**

a) cuprinde un program de investitii, durata planului fiind fixata in functie de ciclul de proiectare si punere in aplicare a investitiilor;

b) acopera perioade de 3-6 ani, incluzand si programul de investitii ca pe o componenta a planului national sau regional de dezvoltare;

c) se caracterizeaza printr-un grad mare de complexitate, relevand toate implicatiile de ordin economic, social, ecologic, cultural, generate de dezvoltarea turismului in zonele respective;

d) o operatiune prin care o firma dobandeste, prin plata unui pret, dreptul de a utiliza cunostintele tehnice brevetate ale unei firme (licentiatilor);

e) un aranjament comercial prin care fransizorul acorda, in schimbul unei plati, unei alte firme, permisiunea de a utiliza/exploata marca sa, numele (notorietatea) si tehnicile de comercializare.

#### **55. Costa de Luz se afla pe litoralul:**

a) spaniol;

b) francez;

c) croat;

d) italian;

e) grecesc.

#### **56. Coasta de Azur se afla pe litoralul:**

a) spaniol;

b) francez;

c) croat;

d) italian;

e) german.

#### **57. Riviera Ligurica se afla pe litoralul:**

a) spaniol;

b) francez;

- c) italian;
- d) grecesc;
- e) croat.

**58. Riviera tireniana se afla pe litoralul:**

- a) spaniol;
- b) francez;
- c) italian;
- d) croat;
- e) portughez.

**59. Costa Brava se afla pe litoralul:**

- a) spaniol;
- b) francez;
- c) croat;
- d) italian;
- e) grecesc.

**60. Indicatorii ofertei turistice sunt:**

- a) Durata medie de sejur;
- b) Ponderea activitatii hoteliere;
- c) Gradul de ocupare al hotelurilor;
- d) Cheltuiala medie pe turist;
- e) Densitatea populatiei.

## 2.2. Bibliografie

1. Angelescu, C., (2005), *Politici de crestere economica*, Editura Economica, Bucuresti;
2. Boboc L., (2024), *Turism international. Note de curs*, Universitatea Hyperion din Bucuresti;
3. Bari, I., (2001), *Globalizare si probleme globale*, Editura Economica, Bucuresti;
4. Beaud, M., (2001), *Istoria capitalismului*, Editura Cartier, Chisinau;
5. Gardels, N., (1998), *Schimbarea ordinii globale*, Editura Antet;
6. Geoana, M., (2006), *America, Europa si modernizarea Romaniei: fundamente pentru un proiect romanesc de societate*, Editura Economica, Bucuresti;
7. Keynes, J., M., (2009), *Teoria generala a folosirii mainii de lucru, a dobanzii si banilor*, Editura Publica, Bucuresti;

8. Neacsu N., Baltaretu A., (2007), *Turism international*, Editura Pro Universitaria, Bucuresti;

9. Pirvu R., (2015), *Turism international. Aspecte economice si sociale*, Editura Universitaria, Craiova;

10. Sen, A., (2000), *Social Exclusion: Concept, Application and Scrutinity*, Asian Development Bank, Manila;

11. Smith, A., (1992), *Avutia natiunilor: cercetare asupra naturii si cauzelor ei*, Editura Universitas, Bucuresti;

12. Soros, G., (2008), *Noua paradigma a pietelor financiare*, Editura Litera International, Bucuresti;

13. Stanciulescu G. C., State O., (2013), *Tehnica operatiunilor de turism intern si international*, Colectia Oeconomica, Editura CH Beck, Bucuresti.

### 2.3. Răspunsuri teste grilă

<b>1</b>	a	<b>11</b>	c	<b>21</b>	b	<b>31</b>	c	<b>41</b>	c	<b>51</b>	c
<b>2</b>	e	<b>12</b>	b	<b>22</b>	a	<b>32</b>	a	<b>42</b>	c	<b>52</b>	a
<b>3</b>	a	<b>13</b>	a	<b>23</b>	c	<b>33</b>	d	<b>43</b>	c	<b>53</b>	b
<b>4</b>	b	<b>14</b>	b	<b>24</b>	a	<b>34</b>	b	<b>44</b>	a	<b>54</b>	c
<b>5</b>	d	<b>15</b>	c	<b>25</b>	c	<b>35</b>	c	<b>45</b>	b	<b>55</b>	a
<b>6</b>	d	<b>16</b>	a	<b>26</b>	a	<b>36</b>	e	<b>46</b>	c	<b>56</b>	b
<b>7</b>	a	<b>17</b>	b	<b>27</b>	b	<b>37</b>	d	<b>47</b>	b	<b>57</b>	c
<b>8</b>	b	<b>18</b>	a	<b>28</b>	a	<b>38</b>	e	<b>48</b>	a	<b>58</b>	c
<b>9</b>	a	<b>19</b>	b	<b>29</b>	b	<b>39</b>	e	<b>49</b>	a	<b>59</b>	a
<b>10</b>	b	<b>20</b>	c	<b>30</b>	c	<b>40</b>	c	<b>50</b>	b	<b>60</b>	b

### **3. LOGISTICA ȘI DISTRIBUȚIA MĂRFURILOR**

#### **3.1. Teste grilă**

**1. Activitățile de baza, sunt acele operațiuni cheie, ce se desfășoară aproape în toate canalele logistice. Cele mai semnificative se referă la:**

1. asigurarea nivelului de servire;
  2. manipularea produselor;
  3. gestiunea stocurilor;
  4. activități legate de fluxurile informaționale logistice;
  5. prelucrarea comenzilor.
- a) 1,2,3;
  - b) 3,4,5;
  - c) 1,3,5;
  - d) 1,2,4;
  - e) 2,3,5.

**2. Activitățile de susținere contribuie la realizarea misiunii logisticii. Care dintre variantele enumerate nu reprezintă o astfel de activitate?**

- a) asigurarea nivelului de servire;
- b) manipularea produselor;
- c) depozitare;
- d) ambalare;
- e) activități legate de fluxurile informaționale logistice.

**3. În activitatea firmei, principalele aspecte care vizează existența relațiilor dintre logistica și promovare se referă la:**

1. lansarea noilor produse;
  2. implicarea specialiștilor în logistica în proiectarea produsului;
  3. aplicarea unor reduceri de preț, prin acordarea de discounturi cantitative;
  4. diminuarea stocurilor existente atunci când se constată că o serie de produse au o circulație lentă;
  5. menținerea calitatii produselor.
- a) 1, 2, 3;
  - b) 3, 4, 5;
  - c) 1, 3, 4;
  - d) 1, 2, 4;
  - e) 2, 3, 5.

**4. Transportul produselor este considerata cea mai importanta activitate a logisticii. Alegerea celei mai potrivite variante pentru transportul unui anumit produs presupune luarea in discutie a mai multor criterii, legate de:**

- a) disponibilitatea mijloacelor de transport la locurile dorite;
- b) costurile transportului;
- c) durata transportului;
- d) implicarea specialistilor in logistica in proiectarea produsului;
- e) siguranta in respectarea termenelor.

**Precizati varianta neadevarata.**

**5. Relatiile dintre logistica si distributie sunt reflectate sub urmatoarele aspecte:**

- a) relatia dintre distributia fizica si canalele de marketing;
- b) alegerea tipurilor de canale de marketing;
- c) nivelul de servire logistica;
- d) stabilirea intermediarilor;
- e) etapa de crestere a ciclului de viata al produsului.

**Precizati varianta neadevarata.**

**6. In vederea cuantificarii disponibilitatii produselor in stoc se apeleaza la trei indicatori de baza:**

- 1. frecventa rupturilor de stoc;
  - 2. indicele de executie;
  - 3. numarul livrarilor de comenzi complete;
  - 4. preluarea si asamblarea comenzii;
  - 5. procurarea stocului suplimentar.
- a) 1,2,3;
  - b) 3,4,5;
  - c) 2,4,5;
  - d) 1,3,4;
  - e) 2,3,5.

**7. Principalele etape ale ciclului comenzii sunt:**

- a) prelucrarea comenzii;
- b) evaluarea nivelului de servire oferit de concurenti;
- c) preluarea si asamblarea comenzii;
- d) procurarea stocului suplimentar necesar;
- e) livrarea comenzii.

**Precizati varianta neadevarata.**

**8. Nivelul de servire este influentat de calitatea serviciilor logistice acordate de catre firma. Exista trei stadii, trei etape distincte:**

1. stadiul nivelului prag;
  2. ordinea de prioritate;
  3. stadiul de randament descrescator;
  4. stadiul de declin;
  5. controlul executarii comenzilor de catre clienti.
- a) 2,5;
  - b) 3,4;
  - c) 1,3;
  - d) 2,3;
  - e) 1,4.

**Precizati varianta neadevarata.**

**9. Principalele etape pe care le presupune elaborarea strategiei de servire logistica sunt:**

- a) evaluarea propriei performante in domeniul servirii logistice;
- b) stabilirea nevoilor de servire a clientilor;
- c) stabilirea livrarilor de comenzi complete;
- d) evaluarea nivelului de servire oferit de concurenti;
- e) proiectarea strategiei de servire logistica.

**Precizati varianta neadevarata.**

**10. Obiectivele achizitionarii de marfuri se prezinta astfel:**

- a) asigurarea la momentul potrivit a bunurilor si serviciilor necesare;
- b) realizarea celei mai avantajoase combinatii a calitatii, pretului, serviciului si timpului;
- c) reducerea la minimum a pierderilor legate de stocuri;
- d) dezvoltarea relatiilor cu furnizorii competenti;
- e) cumpararea de pe o zi pe alta a unor cantitati mici de marfuri, cantitati ce nu depasesc nivelul necesitatilor imediate.

**Precizati varianta neadevarata.**

**11. Generarea de profituri urmare a imbunatatirii activitatii de cumparare se poate realiza prin mai multe modalitati, cele mai cunoscute fiind urmatoarele:**

- a) cresterea costurilor de achizitie;
- b) reducerea costurilor de aprovizionare;
- c) conditii de plata mai avantajoase;
- d) identificarea unor produse care sa substituie pe cele utilizate uzual, desigur produse mai ieftine;
- e) preturi de cumparare mai favorabile.

**Precizati varianta neadevarata.**

**12. Importanta achizitionarii de marfuri, privita ca factor de profitabilitate, va fi mai mare in urmatoarele cazuri:**

- a) articolele cumparate detin o pondere importanta in cheltuielile totale;
- b) preturile fluctueaza pe termen scurt;
- c) inovatia si moda intervin in activitatea firmei;
- d) preturile variaza pe termen lung;
- e) pietele produselor finite sunt deosebit de competitive.

**Precizati varianta neadevarata.**

**13. In cadrul procesului de alegere a furnizorilor trebuie parcurse urmatoarele etape:**

- a) identificarea furnizorilor potentiali, folosindu-se o gama larga de informatii variate;
- b) stabilirea criteriilor de selectie ce urmeaza sa fie aplicate tuturor firmelor vanzatoare;
- c) evaluarea preliminara, care are rolul de a inlatura din procesul de selectie candidatii care, in mod evident nu pot indeplini cerintele cumparatorului;
- d) evaluarea in detaliu a furnizorilor calificati in urma evaluarii preliminare;
- e) selectia efectiva a furnizorilor si stabilirea listei furnizorilor aprobati.

**Precizati varianta neadevarata.**

**14. Managementul bazei de furnizori presupune o serie de decizii importante, cele mai importante fiind urmatoarele:**

- 1. mentinerea furnizorilor cu performante reale;
- 2. renuntarea la clientii necorespunzatori;
- 3. selectia unor noi surse de cumparare;
- 4. eliminarea clientilor potentiali;
- 5. stabilirea, dezvoltarea si modificarea relatiilor cu furnizorii actuali.

- a) 1,2,3,4;
- b) 2,3,4,5;
- c) 1,2,4,5;
- d) 1,3,4,5;
- e) 1,2,3,5.

**15. La nivel microeconomic, importanta transporturilor de marfuri va fi determinata de o serie de factori:**

- a) utilitatea de loc, orice produs avand valoare in timp doar in conditiile in care el se va afla la locul potrivit, acolo unde acesta este solicitat;
- b) utilitatea de timp, pentru a prezenta o valoare reala pentru client, produsul trebuie sa fie la momentul potrivit la locul unde acesta este cerut
- c) utilitatea de forma, in sensul ca odata ajunse la destinatie, produsele trebuie sa corespunda cerintelor clientilor;

d) capacitatea unui furnizor de a raspunde cerintelor clientilor in ceea ce priveste nivelul de servire mai bine decat concurentii, depinde, in mare masura, de calitatea serviciilor de transport;

e) transporturile detin o pondere mica in totalul costurilor distributiei.

**Precizati varianta neadevarata.**

### **16. Transportul feroviar:**

a) se caracterizeaza, in principal, prin faptul ca are capacitatea de a asigura deplasarea unor cantitati mari de marfuri, pe distante mari;

b) este destinat mai ales produselor semifinite si celor finite. Preferabil pentru deplasarea pe distante relativ mai mici, specific marfurilor de valoare mai mare;

c) are ca avantaj capacitatea de a deplasa marfuri in cantitati foarte mari, comparativ cu celelalte tipuri de transport;

d) se caracterizeaza prin viteza mare a deplasarii, mai ales in cazul distanțelor mari între expeditorul si destinatarul marfurilor deplasate;

e) prezinta avantajul unor tarife scazute, devenind deosebit de eficient in cazul in care functioneaza aproape de capacitatea maxima.

### **17. Dezvoltarea transportului intermodal este rezultatul unor factori favorizanti, cei mai importanti fiind:**

a) aparitia unor tipuri noi de mijloace de transport;

b) circulatia in numar mic a containerelor, ca urmare a perfectionarii tehnologiei de manipulare;

c) posibilitatea schimbului de echipamente între modurile de transport;

d) infiintarea terminalelor intermodale, acestea asigurand transferul marfurilor între diferite moduri de transport;

e) imbunatatirea si standardizarea dimensiunilor containerelor.

**Precizati varianta neadevarata.**

### **18. Deciziile operationale tactice, au in vedere solutionarea aspectelor curente ale activitatii desfasurate. Este vorba de decizii referitoare la:**

a) selectia transportatorilor;

b) programarea transporturilor;

c) directionarea transportului si urmarirea acestuia;

d) stabilirea rutelor;

e) efectuarea comenzilor de servicii.

**Precizati varianta neadevarata.**

**19. Proiectarea unui sistem de distributie necesita mai multe operatiuni, ce se constituie in tot atatea etape, respectiv:**

- a) analiza nevoilor consumatorului, care consta in cunoasterea a ce, unde, de ce, cand si cum cumpara consumatorii potentiali;
- b) analiza nevoilor consumatorului, care consta in cunoasterea a ce, unde, de ce, cand si cum cumpara consumatorii actuali;
- c) stabilirea obiectivelor distributiei, care trebuie insa coroborate cu avantajele asteptate de cumparatorii vizati;
- d) identificarea principalelor strategii de distributie;
- e) evaluarea strategiilor de distributie.

**Precizati varianta neadevarata.**

**20. In determinarea structurii canalului de distributie se au in vedere, de regula, urmatoarele trei elemente de baza:**

1. cerintele clientului final;
  2. activitati care privesc schimbarea proprietatii asupra marfurilor;
  3. posibilitatile furnizorului;
  4. disponibilitatea si dorinta intermediarilor de a participa in activitatea canalului;
  5. activitati care privesc miscarea fizica a marfurilor.
- a) 1,2,3;
  - b) 3,4,5;
  - c) 1,2,4;
  - d) 1,3,4;
  - e) 2,4,5.

**21. In mod practic, intr-un canal de distributie se desfasoara urmatoarele categorii de activitati:**

1. care privesc schimbarea proprietatii asupra marfurilor: negocieri, cumparari, etc.;
  2. care privesc miscarea fizica a marfurilor, incluzandu-se aici transportul si depozitarea;
  3. activitati auxiliare: culegerea, prelucrarea si transmiterea informatiilor, etc.;
  4. disponibilitatea si dorinta intermediarilor de a participa in activitatea canalului;
  5. stabilirea obiectivelor distributiei, care trebuie insa coroborate cu avantajele asteptate de cumparatorii vizati.
- a) 1,2,3;
  - b) 2,3,4;
  - c) 3,4,5;
  - d) 1,3,5;
  - e) 2,3,5.

**22. In cadrul pietei noastre interne, principalele tipuri de canale de distributie sunt urmatoarele:**

1. producator-consumator;
  2. canalele fara intermediari, de tipul producator-consumator;
  3. producator-intermediar-consumator;
  4. canale scurte, un singur intermediar intre producator si consumator;
  5. producator-intermediar-intermediar-consumator.
- a) 1,2,3;
  - b) 3,4,5;
  - c) 1,2,4;
  - d) 1,3,5;
  - e) 2,3,5.

**23. Principalele tipuri de canale de distributie, in cazul marfurilor care formeaza obiectul operatiunilor de comert exterior, sunt urmatoarele:**

1. canalele fara intermediari, de tipul producator-consumator;
  2. producator-intermediar-consumator;
  3. canale scurte, un singur intermediar intre producator si consumator;
  4. producator-intermediar-intermediar-consumator;
  5. canalele lungi, care cuprind doi sau chiar mai multi intermediari.
- a) 1,2,3;
  - b) 3,4,5;
  - c) 1,2,4;
  - d) 1,3,5;
  - e) 2,3,5.

**24. Utilitatea depozitelor nu trebuie redusa doar la pastrarea unor cantitati de produse. Rolul acestora este mult mai mare, acesta constand in:**

- a) coordonarea cererii cu oferta;
- b) obtinerea de economii de costuri, respectiv productie, cumparare,transport etc.;
- c) continuarea sau amanarea productiei/prelucrarii;
- d) indeplinirea unor obiective de marketing;
- e) cresterea timpului de livrare, contribuind la scaderea nivelului de servire logistica.

**Precizati varianta neadevarata.**

**25. In functie de amplasarea principalelor zone - receptie, depozitare, expeditie - din cadrul spatiului de depozitare, in practica exista trei variante de flux al marfurilor intr-un depozit:**

1. circulatia marfurilor in linie dreapta, atunci cand zonele de receptie si de expeditie sunt paralele, fiind asezate pe doua laturi opuse ale depozitului;

2. circulatia marfurilor in arc de cerc de  $90^\circ$ , cand zonele de receptie si de expeditie sunt amplasate perpendicular pe doua laturi alaturate ale depozitului;

3. circulatia marfurilor in arc de cerc de  $90^\circ$ , cand zonele de receptie si de expeditie sunt amplasate pe aceiasi latura a depozitului;

4. circulatia marfurilor in arc de cerc de  $180^\circ$ , cand zonele de receptie si de expeditie sunt amplasate pe aceiasi latura a depozitului;

5. circulatia marfurilor in arc de cerc de  $180^\circ$ , cand zonele de receptie si de expeditie sunt amplasate perpendicular pe doua laturi alaturate ale depozitului.

a) 1,3,5;

b) 1,2,4;

c) 2,3,4;

d) 3,4,5;

e) 2,4,5.

**26. La amenajarea interioara a depozitului, se vor avea in vedere urmatoarele elemente:**

a) sistemul constructiv al depozitului (suprafata, inaltime, dotarea cu rampe, etc.);

b) conditiile de depozitare determinate de specificul produselor (temperatura, umiditate etc.);

c) cresterea timpului de livrare;

d) modul de ambalare;

e) tipul de palete folosite.

**Precizati varianta neadevarata.**

**27. In functie de participarea stocurilor la procesul de circulatie a marfurilor, acestea pot fi grupate in:**

1. stocuri active;

2. stocuri sezoniere;

3. stocuri pasive;

4. stocuri de siguranta;

5. stocuri cu destinatie speciala.

a) 1,3;

b) 2,4;

c) 3,5;

d) 1,4;

e) 3,4.

**28. Planificarea stocurilor in conditii de incertitudine. In activitatea practica, exista trei situatii concrete de incertitudine, legate de variatia:**

1. cererii;

2. ofertei;

3. atat a cererii, cat si a ciclului de performanta;

4. ciclului de performanta (a intervalului de re aprovizionare);
  5. atat a ofertei, cat si a ciclului de performanta.
- a) 1,2,3;
  - b) 2,4,5;
  - c) 2,3,5;
  - d) 1,3,4;
  - e) 3,4,5.

**29. Principalele caracteristici ale metodei „JUST-IN-TIME” sunt urmatoarele:**

- a) relatii stranse cu un numar mic de furnizori si transportatori;
- b) utilizarea in comun a informatiilor de catre clienti si furnizori;
- c) o frecventa mica a productiei, cumpararii si transportului unor cantitati mari, acest lucru conducand la niveluri maxime ale stocurilor;
- d) inlaturarea incertitudinii in cadrul canalului de aprovizionare/ livrare;
- e) urmarirea obtinerii unei calitati ridicate.

**Precizati varianta neadevarata.**

**30. La nivelul unei firme avand ca obiect de activitate productia, sistemul logistic cuprinde trei componente de baza:**

1. distributia fizica;
  2. activitati de sprijin;
  3. activitatile de sustinere a productiei;
  4. activitati primare;
  5. aprovizionarea.
- a) 1,2,4;
  - b) 3,4,5;
  - c) 1,3,5;
  - d) 2,3,4;
  - e) 1,4,5.

**31. Activitatile de sprijin sunt cele care, pe de o parte, sustin activitatile primare, iar pe de alta, se sprijina reciproc. In aceasta categorie se includ, in principal:**

- a) cumpararea (achizitionarea materiilor prime, a materialelor, a consumabilelor, etc.);
- b) dezvoltarea tehnologica;
- c) managementul resurselor umane, cu tot ceea ce presupune aceasta;
- d) infrastructura firmei (management general, planificare, finante-contabilitate etc.);
- e) productia (activitati de asamblare, ambalare, intretinere a echipamentelor, testare, administrarea unitatilor de productie).

**Care dintre variantele enumerate mai sus nu este adevarata?**

**32. In prezent importanta si rolul logisticii sunt tot mai mari, ca urmare a urmatoarelor considerente:**

1. distributia se constituie intr-un element de prima insemnatate in servirea clientilor, in satisfacerea cerintelor tot mai exigente ale acestora;

2. logistica reprezinta un important element de costuri in activitatea oricarei firme;

3. evolutiile pe planul tehnologiei informatiilor influenteaza in mod hotarator activitatea logistica;

4. nevoia perfectionarii activitatii logistice a fost impusa si de cresterea varietatii produselor, a gamei sortimentale a acestora;

5. managementul resurselor umane, cu tot ceea ce presupune aceasta.

a) 1,2,3,4;

b) 2,3,4,5;

c) 1,2,4,5;

d) 1,3,4,5;

e) 1,2,3,5.

**Care dintre variantele enumerate mai sus este adevarata?**

**33. Cea mai importanta activitate a logisticii, componenta esentiala a mixului logistic este:**

a) stocarea;

b) depozitarea;

c) transportul;

d) manipularea fizica a produselor;

e) fluxurile informationale privitoare la logistica produselor.

**34. Literatura de specialitate, structureaza elementele servirii clientilor in trei categorii distincte:**

1. pre-tranzactionale;

2. abordarea bazata pe nivelul de performanta;

3. tranzactionale;

4. abordarea nivelului de servire;

5. post-tranzactionale.

a) 1,3,5;

b) 2,4,5;

c) 1,2,3;

d) 1,3,4;

e) 1,2,5.

**35. In vederea cuantificarii disponibilitatii produselor in stoc se apeleaza la trei indicatori de baza:**

1. frecventa rupturilor de stoc;
  2. transmiterea comenzii;
  3. indicele de executie;
  4. numarul livrarilor de comenzi complete;
  5. procurarea stocului suplimentar necesar;
- a) 1,2,3;
  - b) 3,4,5;
  - c) 1,3,4;
  - d) 1,3,5;
  - e) 2,3,5.

**36. Retragerea efectiva a produselor de pe piata presupune desfasurarea unor activitati:**

- a) depozitarea;
- b) transportul;
- c) gestiunea stocurilor;
- d) manipularea;
- e) livrarea comenzii.

**Care dintre variantele enumerate mai sus nu este adevarata?**

**37. Principalele etape ale ciclului comenzii sunt:**

- a) transmiterea comenzii;
- b) prelucrarea comenzii;
- c) preluarea si asamblarea comenzii;
- d) procurarea stocului suplimentar necesar;
- e) numarul livrarilor de comenzi complete.

**Care dintre variantele enumerate mai sus nu este adevarata?**

**38. Retragerea efectiva a produselor de pe piata presupune desfasurarea unor activitati:**

- a) depozitarea;
- b) transportul;
- c) gestiunea stocurilor;
- d) manipularea;
- e) livrarea comenzii.

**Care dintre variantele enumerate mai sus nu este adevarata?**

**39. Principalele aspecte care vizeaza existenta relatiilor dintre logistica si produs se refera la:**

- a) implicarea specialistilor in logistica in proiectarea produsului;
- b) asigurarea input-urilor necesare;

c) mentinerea calitatii produselor, pastrarea de catre logisticieni a caracteristicilor produsului lansat in fabricatie pe intregul flux fizic, pana ajunge la client;

d) firma furnizoare poate recurge la un sistem de preturi care sa favorizeze comenzile in cantitati mari de produse;

e) intervalul de onorare a comenzilor.

**Care dintre variantele enumerate mai sus nu este adevarata?**

**40. In activitatea firmei, principalele aspecte care vizeaza existenta relatiilor dintre logistica si promovare se refera la:**

1. lansarea noilor produse;

2. alegerea tipurilor de canale de marketing;

3. aplicarea unor reduceri de pret, prin acordarea de discounturi cantitative;

4. stabilirea intermediarilor;

5. diminuarea stocurilor existente atunci cand se constata ca o serie de produse au o circulatie lenta.

a) 1,2,3;

b) 1,3,5;

c) 2,3,5;

d) 3,4,5;

e) 1,2,5.

**41. Cea mai complexa definitie arata ca logistica este:**

a) un proces triplu de planificare, aprovizionare si onorare a unei comenzi;

b) un proces simplu de planificare, aprovizionare si onorare a unei comenzi;

c) un proces amplu de planificare, aprovizionare si onorare a unei comenzi;

d) un proces dublu de planificare, aprovizionare si onorare a unei comenzi care permite satisfacerea dorinelor clientului;

e) un proces complex de previzionare, aprovizionare si onorare a unei comenzi.

**42. Unul dintre aspectele fundamentale ale logisticii pune accentul pe:**

a) amploarea spatiala a distribuiei fizice;

b) integrarea serviciilor in activitatile logistice;

c) scopul operatiunilor de distributie fizica;

d) fluxul fizic al materiilor prime;

e) atingerea unui nivel ridicat de servire la cele mai mari costuri posibile.

**43. Conceptul de logistica include toate activitatile necesare managementului fluxului de bunuri:**

a) intre productie si asamblare;

b) intre componentele firmei;

c) intre furnizarea de materii prime si utilizarea finala;

- d) între distribuție și clientul final;
- e) între producție și clientul final.

**44. Unul dintre obiectivele fundamentale ale logisticii este:**

- a) atingerea unui nivel scăzut de servire la cele mai scăzute costuri posibile;
- b) atingerea unui nivel ridicat de servire la cele mai mari costuri posibile;
- c) atingerea unui nivel ridicat de servire indiferent de costuri;
- d) atingerea unui nivel ridicat de servire la cele mai scăzute costuri posibile;
- e) atingerea unui nivel mediu de servire la cele mai scăzute costuri.

**45. Misiunea logisticii este în esență furnizarea bunurilor către client:**

- a) cu obținerea unui profit minim;
- b) indiferent de profit;
- c) cu obținerea unui profit maxim;
- d) cu obținerea unui profit mediu;
- e) cu obținerea unui profit acceptabil.

**46. Conform definiției sale complexe, sistemul logistic:**

- a) face posibil vânzarea bunurilor;
- b) face posibil fluxul de bunuri;
- c) face posibil fluxul de persoane;
- d) face posibil distribuția de bunuri;
- e) face posibil reducerea profitabilității organizației.

**47. Cuprinde ansamblul activităților care se desfășoară din momentul în care produsul intră în depozitul de livrare al producătorului, în forma sa utilizabilă și până la recepția lui de către consumator:**

- a) logistica;
- b) distribuția;
- c) logistica operațională;
- d) funcția de transport;
- e) lățimea canalului de distribuție.

**48. Exprima gradul de proximitate față de consumator:**

- a) lățimea canalului de distribuție;
- b) adâncimea canalului de distribuție;
- c) lungimea canalului de distribuție;
- d) rețeaua de distribuție;
- e) funcția de transport.

**49. Desemneaza totalitatea canalelor de distributie prin care circula un produs de la producator la consumator:**

- a) canalul de distributie;
- b) circuitul de distributie;
- c) reseaua de distributie;
- d) logistica operationala;
- e) functia de procesare.

**50. Numarul firmelor care alcatuiesc un sistem logistic nu este dependent de indeplinirea:**

- a) functiei de transport;
- b) functiei de depozitare;
- c) functiei de distributie;
- d) functiei de procesare;
- e) functiei de planificare.

**51. Canalul logistic reprezinta:**

- a) un canal de distributie avand ca scop livrarea bunurilor;
- b) un lant de aprovizionare-livrare avand ca scop livrarea bunurilor;
- c) un sistem logistic avand ca scop livrarea bunurilor;
- d) un lant de distributie avand ca scop livrarea bunurilor;
- e) un sistem logistic avand ca scop aprovizionarea cu materii prime.

**52. Activitatile de baza, sunt acele operatiuni cheie, ce se desfasoara aproape in toate canalele logistice. Cele mai semnificative se refera la:**

1. asigurarea nivelului de servire;
  2. manipularea produselor;
  3. gestiunea stocurilor;
  4. activitati legate de fluxurile informationale logistice;
  5. prelucrarea comenzilor.
- a) 1,2,3;
  - b) 3,4,5;
  - c) 1,3,5;
  - d) 1,2,4;
  - e) 2,3,5.

**53. Activitatile de sustinere contribuie la realizarea misiunii logisticii. Care dintre variantele enumerate nu reprezinta o astfel de activitate?**

- a) asigurarea nivelului de servire;
- b) manipularea produselor;
- c) depozitare;
- d) ambalare;
- e) activitati legate de fluxurile informationale logistice.

**54. In activitatea firmei, principalele aspecte care vizeaza existenta relatiilor dintre logistica si promovare se refera la:**

1. lansarea noilor produse;
2. implicarea specialistilor in logistica in proiectarea produsului;
3. aplicarea unor reduceri de pret, prin acordarea de discounturi cantitative;
4. diminuarea stocurilor existente atunci cand se constata ca o serie de produse au o circulatie lenta;

5. mentinerea calitatii produselor.

a) 1,2,3;

b) 3,4,5;

c) 1,3,4;

d) 1,2,4;

e) 2,3,5.

**55. Transportul produselor este considerata cea mai importanta activitate a logisticii. Alegerea celei mai potrivite variante pentru transportul unui anumit produs presupune luarea in discutie a mai multor criterii, legate de:**

- a) disponibilitatea mijloacelor de transport la locurile dorite;
- b) costurile transportului;
- c) durata transportului;
- d) implicarea specialistilor in logistica in proiectarea produsului;
- e) siguranta in respectarea termenelor.

**Precizati varianta neadevarata.**

**56. Relatiile dintre logistica si distributie sunt reflectate sub urmatoarele aspecte:**

- a) relatia dintre distributia fizica si canalele de marketing;
- b) alegerea tipurilor de canale de marketing;
- c) nivelul de servire logistica;
- d) stabilirea intermediarilor;
- e) etapa de crestere a ciclului de viata al produsului.

**Precizati varianta neadevarata.**

**57. Relatiile dintre logistica si produs sunt reflectate sub urmatoarele aspecte:**

- a) implicarea specialistilor in logistica in proiectarea produsului;
- b) nivelul de servire logistica;
- c) asigurarea input-urilor necesare;
- d) mentinerea calitatii produselor, pastrarea de catre logisticieni a caracteristicilor produsului lansat in fabricatie pe intregul flux fizic;
- e) intervalul de onorare a comenzilor.

**Precizati varianta neadevarata.**

**58. Impactul activitatilor logistice asupra pretului ca element al mixului, va fi determinat de mai multi factori si anume:**

- a) absenta cheltuielilor de transport la client;
- b) pretul de livrare uniform;
- c) nivelul de servire logistica;
- d) mentinerea calitatii produselor;
- e) aplicarea unor reduceri de pret.

**Precizati varianta neadevarata.**

**59. La nivelul unei firme avand ca obiect de activitate productia, sistemul logistic cuprinde trei componente de baza:**

- 1. distributia fizica;
- 2. activitatile de sustinere a productiei;
- 3. uzura fizica si morala;
- 4. aprovizionarea;
- 5. nivelul vanzarilor.

- a) 1,2,4;
- b) 3,4,5;
- c) 1,2,5;
- d) 2,4,5;
- e) 1,3,5.

**Precizati varianta neadevarata.**

**60. Activitatile de sprijin sunt cele care, pe de o parte sustin activitatile primare, iar pe de alta parte se sprijina reciproc. In aceasta categorie se includ: (Precizati varianta neadevarata.)**

- a) cumpararea (achizitionarea materiilor prime, a materialelor, a consumabilelor etc.);
- b) dezvoltarea tehnologica;
- c) managementul resurselor umane, cu tot ceea ce presupune aceasta;
- d) logistica orientata spre exteriorul firmei (distributia produselor finite);
- e) infrastructura firmei (management general, planificare, finante-contabilitate etc.).

### **3.2. Bibliografie**

- 1. Burda A. - *Logistica și distribuția mărfurilor*, Editia a III-a. – București, Editura Pro Universitaria, 2011;
- 2. Burda A., Orheian O. M. - *Logistica și distribuția mărfurilor* - Bucuresti, Editura Pro Universitaria, 2012;

3. Burda A. - *Logistica si distributia marfurilor*, Editia a V-a, Bucuresti, Editura Pro Universitaria, 2016;

4. Burda A. - *Logistica si distributia marfurilor*, Editia a VI-a, Bucuresti, Editura Pro Universitaria, 2018;

5. Chiruc Gh. - *Logistica si distributia marfurilor* – Galati, Editura Universitara Danubius, 2010;

6. Șerban Ț. - *Logistica și distribuția mărfurilor, Suport de curs, 2022*

7. Serbulescu L., Pistol M. Gh., Cretoiu R. I. - *Logistica mărfurilor* - București Editura Fundației România de Măine, București, 2010.

### 3.3. Răspunsuri teste grilă

<b>1</b>	c	<b>11</b>	a	<b>21</b>	a	<b>31</b>	e	<b>41</b>	a	<b>51</b>	b
<b>2</b>	a	<b>12</b>	d	<b>22</b>	d	<b>32</b>	a	<b>42</b>	b	<b>52</b>	c
<b>3</b>	c	<b>13</b>	a	<b>23</b>	d	<b>33</b>	c	<b>43</b>	c	<b>53</b>	a
<b>4</b>	d	<b>14</b>	e	<b>24</b>	e	<b>34</b>	a	<b>44</b>	d	<b>54</b>	c
<b>5</b>	c	<b>15</b>	e	<b>25</b>	b	<b>35</b>	c	<b>45</b>	c	<b>55</b>	d
<b>6</b>	a	<b>16</b>	a	<b>26</b>	c	<b>36</b>	e	<b>46</b>	a	<b>56</b>	c
<b>7</b>	b	<b>17</b>	b	<b>27</b>	a	<b>37</b>	e	<b>47</b>	b	<b>57</b>	b
<b>8</b>	a	<b>18</b>	c	<b>28</b>	d	<b>38</b>	e	<b>48</b>	b	<b>58</b>	d
<b>9</b>	c	<b>19</b>	b	<b>29</b>	c	<b>39</b>	d	<b>49</b>	b	<b>59</b>	a
<b>10</b>	e	<b>20</b>	d	<b>30</b>	c	<b>40</b>	b	<b>50</b>	b	<b>60</b>	d

## **4. MANAGEMENTUL CALITĂȚII**

### **4.1. Teste grilă**

**1. Modul in care un ansamblu de caracteristici intrinseci ale unui produs sau serviciu satisfac cerintele clientului poarta denumirea de:**

- a) valoare de intrebuintare (utilitate);
- b) standardizare;
- c) calitate;
- d) valoare psihosenzoriala;
- e) valoare de piata.

**2. Printre factorii care determina caracterul dinamic al calitatii nu regasim:**

- a) progresul tehnic;
- b) progresul stiintific;
- c) exigentele crescande ale consumatorilor;
- d) concurenta;
- e) publicitatea.

**3. Masurarea si estimarea calitatii produselor si serviciilor este obiectul de studiu al:**

- a) calimetriei;
- b) calitologiei;
- c) merceologiei;
- d) managementului calitatii;
- e) publicitatea.

**4. Indicatorul care reflecta aportul caracteristicilor produselor, ponderate dupa importanta si exprimate fie cantitativ (numeric), fie atributiv (notional) poarta denumirea de:**

- a) indicatorul noncalitatii;
- b) indicatorul complex (sintetic) al calitatii;
- c) indicatorul cauza-efect;
- d) indicatorul optim al calitatii;
- e) indicatorul standard al calitatii.

**5. Ce ipostaza a calitatii are ponderea cea mai mare (circa 70%) in obtinerea unui produs de calitate?**

- a) calitatea proiectata;
- b) calitatea contractata;

- c) calitatea reala;
- d) calitatea prescrisa;
- e) calitatea omologata.

**6. Calitatea specificata in standarde poarta denumirea de:**

- a) calitatea proiectata;
- b) calitatea contractata;
- c) calitatea reala;
- d) calitatea prescrisa;
- e) calitatea omologata.

**7. In categoria factorilor care influenteaza calitatea reala a marfurilor regasim:**

- a) cercetarea si proiectarea;
- b) transportul;
- c) standardele;
- d) managementul calitatii;
- e) calificarea profesionala a lucratorilor.

**8. In categoria factorilor care influenteaza calitatea reala a marfurilor regasim:**

- a) cercetarea si proiectarea;
- b) calificarea profesionala a lucratorilor;
- c) standardele;
- d) managementul calitatii;
- e) ambalarea.

**9. In categoria factorilor care influenteaza calitatea reala a marfurilor regasim:**

- a) managementul calitatii;
- b) calificarea profesionala a lucratorilor;
- c) pastrarea;
- d) cercetarea si proiectarea;
- e) standardele.

**10. In categoria factorilor care determina calitatea marfurilor regasim:**

- a) materiile prime si materialele;
- b) transportul;
- c) ambalarea;
- d) pastrarea;
- e) depozitarea.

**11. In categoria factorilor care determina calitatea marfurilor regasim:**

- a) cercetarea si proiectarea;
- b) transportul;
- c) ambalarea;
- d) pastrarea;
- e) depozitarea.

**12. In categoria factorilor care determina calitatea marfurilor regasim:**

- a) ambalarea;
- b) transportul;
- c) procesul tehnologic;
- d) pastrarea;
- e) depozitarea.

**13. In categoria factorilor care determina calitatea marfurilor regasim:**

- a) ambalarea;
- b) calificarea profesionala a lucratorilor;
- c) transportul;
- d) pastrarea;
- e) depozitarea.

**14. In categoria factorilor care determina calitatea marfurilor regasim:**

- a) transportul;
- b) pastrarea;
- c) ambalarea;
- d) managementul calitatii;
- e) depozitarea.

**15. In categoria factorilor care determina calitatea marfurilor regasim:**

- a) transportul;
- b) pastrarea;
- c) ambalarea;
- d) standardele;
- e) depozitarea.

**16. Activitatile coordonate pentru a orienta si controla o organizatie in ceea ce priveste calitatea reprezinta o definitie a:**

- a) managementului;
- b) merceologiei;
- c) calitologiei;
- d) calimetriei;
- e) managementului calitatii.

**17. Totalitatea activitatilor desfasurate pentru obtinerea calitatii, activitati ce se regasesc in toate etapele realizarii produsului/serviciului reprezinta o definitie a:**

- a) managementului calitatii;
- b) merceologiei;
- c) calitologiei;
- d) calimetriei;
- e) managementului.

**18. In cadrul evolutiei organizarii activitatii privind calitatea intr-o firma, modalitatea ce tinde catre excelenta si care integreaza toate conceptele anterioare se numeste:**

- a) managementul calitatii totale (TQM);
- b) inspectia calitatii;
- c) controlul calitatii;
- d) sistemul de asigurare a calitatii;
- e) sistemul de management al calitatii.

**19. Accentul pus pe verificarea produsului finit, cu rol pasiv, de depistare a greselilor se incadreaza in urmatoarea modalitate de organizare a calitatii in firme de-a lungul timpului:**

- a) managementul calitatii totale (TQM);
- b) inspectia calitatii;
- c) sistemul de asigurare a calitatii;
- d) controlul calitatii;
- e) sistemul de management al calitatii.

**20. Accentul pus pe controlul fluxului tehnologic in scopul identificarii aparitiei defectelor si pe folosirea metodelor de control statistic se incadreaza in urmatoarea modalitate de organizare a calitatii in firme de-a lungul timpului:**

- a) inspectia calitatii;
- b) controlul calitatii;
- c) sistemul de asigurare a calitatii;
- d) sistemul de management al calitatii;
- e) managementul calitatii totale (TQM).

**21. Accentul pus pe prevenirea defectelor si oferirea increderii atat propriei conduceri a firmei, cat si clientilor se incadreaza in urmatoarea modalitate de organizare a calitatii in firme de-a lungul timpului:**

- a) sistemul de management al calitatii;
- b) controlul calitatii;
- c) sistemul de asigurare a calitatii;

- d) inspectia calitatii;
- e) managementul calitatii totale (TQM).

**22. Accentul pus pe imbunatatirea continua a performantelor firmei se incadreaza in urmatoarea modalitate de organizare a calitatii in firme de-a lungul timpului:**

- a) sistemul de management al calitatii;
- b) managementul calitatii totale (TQM);
- c) sistemul de asigurare a calitatii;
- d) inspectia calitatii;
- e) controlul calitatii.

**23. Accentul pus pe depasirea asteptarilor clientilor se incadreaza in urmatoarea modalitate de organizare a calitatii in firme de-a lungul timpului:**

- a) sistemul de management al calitatii calitatii;
- b) controlul calitatii;
- c) sistemul de asigurare a calitatii;
- d) inspectia calitatii;
- e) managementul calitatii totale (TQM).

**24. Nu reprezinta un principiu al managementului calitatii:**

- a) implicarea personalului;
- b) abordarea sistemica a managementului;
- c) imbunatatirea continua;
- d) orientarea catre client;
- e) monitorizarea eficientei auditarii sistemului de management al calitatii.

**25. Cunoasterea trebuintelor actuale si potentiale ale clientilor se incadreaza la urmatorul principiu al managementului calitatii:**

- a) relatii reciproc avantajoase cu furnizorii;
- b) abordarea sistemica a managementului;
- c) imbunatatirea continua;
- d) orientarea catre client;
- e) abordarea faptica pentru luarea deciziei.

**26. Satisfacerea si depasirea asteptarilor clientilor se incadreaza la urmatorul principiu al managementului calitatii:**

- a) orientarea catre client;
- b) abordarea sistemica a managementului;
- c) imbunatatirea continua;
- d) orientarea catre client;
- e) abordarea procesuala.

**27. Faptul ca echipa de conducere trebuie sa stabileasca o unitate intre obiectivele propuse si orientarile organizatiei si trebuie sa creeze si sa mentina un mediu intern in care personalul sa poata fi total implicat in realizarea obiectivelor organizatiei se incadreaza la urmatorul principiu al managementului calitatii:**

- a) imbunatatirea continua;
- b) abordarea sistemica a managementului;
- c) leadership;
- d) orientarea catre client;
- e) abordarea procesuala.

**28. Implicarea totala a personalului de la toate nivelurile se incadreaza la urmatorul principiu al managementului calitatii:**

- a) imbunatatirea continua;
- b) abordarea sistemica a managementului;
- c) leadership;
- d) orientarea catre client;
- e) implicarea personalului.

**29. Faptul ca toate activitatile sunt conduse ca un proces, cu intrari si iesiri se incadreaza la urmatorul principiu al managementului calitatii:**

- a) imbunatatirea continua;
- b) abordarea sistemica a managementului;
- c) leadership;
- d) abordarea procesuala;
- e) abordarea faptica pentru luarea deciziei.

**30. Faptul ca identificarea si conducerea principalelor activitati referitoare la calitate trebuie sa fie integrate si corelate in cadrul unui sistem coerent se incadreaza la urmatorul principiu al managementului calitatii:**

- a) orientarea catre client;
- b) abordarea sistemica a managementului;
- c) leadership;
- d) abordarea procesuala;
- e) abordarea faptica pentru luarea deciziei.

**31. Faptul ca imbunatatirea performantelor globale ale unei organizatii ar trebui sa fie un obiectiv permanent al conducerii se incadreaza la urmatorul principiu al managementului calitatii:**

- a) orientarea catre client;
- b) abordarea sistemica a managementului;
- c) leadership;

- d) abordarea procesuala;
- e) imbunatatirea continua.

**32. Faptul ca deciziile eficiente se bazeaza pe analiza datelor si a informatiilor obtinute de la toate locurile de munca se incadreaza la urmatorul principiu al managementului calitatii:**

- a) abordarea factica pentru luarea deciziei;
- b) abordarea sistemica a managementului;
- c) orientarea catre client;
- d) abordarea procesuala;
- e) imbunatatirea continua.

**33. Relatiile dintre o organizatie si furnizorii sai, care maresc capacitatea de a crea valoare, se incadreaza la urmatorul principiu al managementului calitatii:**

- a) leadership;
- b) abordarea sistemica a managementului;
- c) relatii reciproc avantajoase cu furnizorii;
- d) abordarea procesuala;
- e) imbunatatirea continua.

**34. Standardele din familia ISO 9000 sunt standarde de:**

- a) management de mediu;
- b) management al sanatatii si securitatii in munca;
- c) auditare a sistemelor de management;
- d) management al calitatii;
- e) etica si responsabilitate sociala.

**35. Standardele din familia ISO 14000 sunt standarde de:**

- a) management al calitatii;
- b) management al sanatatii si securitatii in munca;
- c) auditare a sistemelor de management;
- d) management de mediu;
- e) etica si responsabilitate sociala.

**36. Standardele din familia ISO 45000 sunt standarde de:**

- a) management al calitatii;
- b) etica si responsabilitate sociala;
- c) auditare a sistemelor de management;
- d) management de mediu;
- e) management al sanatatii si securitatii in munca.

**37. Standardul ISO 9001 se refera la:**

- a) sistemul de management al calitatii;
- b) sistemul de management al sanatatii si securitatii in munca;
- c) auditarea sistemelor de management;
- d) sistemul de management de mediu;
- e) etica si responsabilitatea sociala.

**38. Standardul ISO 14001 se refera la:**

- a) sistemul de management al calitatii;
- b) sistemul de management al sanatatii si securitatii in munca;
- c) auditarea sistemelor de management;
- d) sistemul de management de mediu;
- e) etica si responsabilitatea sociala.

**39. Standardul ISO 45001 se refera la:**

- a) sistemul de management al calitatii;
- b) sistemul de management al sanatatii si securitatii in munca;
- c) auditarea sistemelor de management;
- d) sistemul de management de mediu;
- e) etica si responsabilitatea sociala.

**40. Sistemul de management al calitatii are drept referential standardul:**

- a) ISO 9001;
- b) ISO 14001;
- c) ISO 45001;
- d) ISO 19011;
- e) ISO 26001.

**41. Sistemul de management de mediu are drept referential standardul:**

- a) ISO 9001;
- b) ISO 14001;
- c) ISO 45001;
- d) ISO 19011;
- e) ISO 26001.

**42. Sistemul de management al sanatatii si securitatii in munca are drept referential standardul:**

- a) ISO 9001;
- b) ISO 14001;
- c) ISO 45001;
- d) ISO 19011;
- e) ISO 26001.

**43. Actiunea unei terte parti care dovedeste existenta increderii ca un produs, proces sau serviciu este in conformitate cu un standard sau cu un alt document normativ poarta denumirea de:**

- a) garantarea calitatii;
- b) certificarea conformitatii;
- c) acreditarea organismelor de certificare;
- d) marcarea reglementata;
- e) standardizare.

**44. Printre avantajele implementarii sistemului de management al calitatii intr-o firma regasim:**

- a) cresterea gradului de satisfacere a clientilor;
- b) imbunatatirea perceptiei consumatorilor asupra organizatiei;
- c) imbunatatirea performantelor produselor/serviciilor;
- d) cresterea productivitatii si eficacitatii;
- e) toate cele de mai sus.

**45. Procesul de evaluare sistematica a elementelor specifice sistemului de management al calitatii pentru a vedea daca respecta cerintele prescrise poarta denumirea de:**

- a) acreditare;
- b) omologare;
- c) imbunatatire continua;
- d) auditare;
- e) standardizare.

**46. Documentul principal pentru elaborarea si implementarea sistemului de management al calitatii intr-o organizatie este:**

- a) manualul calitatii;
- b) declaratia de politica in domeniul calitatii;
- c) standardul calitatii;
- d) planul calitatii;
- e) procedura calitatii.

**47. In ce tara regasim Premiul Juran pentru calitate:**

- a) Romania;
- b) Japonia;
- c) Statele Unite ale Americii;
- d) Australia;
- e) Franta.

**48. Modelul european de excelenta in domeniul managementului calitatii poarta denumirea:**

- a) Malcolm Baldrige;
- b) Juran;
- c) Deming;
- d) EFQM;
- e) Ishikawa.

**49. Premiul national pentru calitate din Statele Unite ale Americii poarta denumirea:**

- a) Juran;
- b) Malcolm Baldrige;
- c) Deming;
- d) EFQM;
- e) Ishikawa.

**50. Premiul Deming pentru calitate se acorda in:**

- a) Romania;
- b) Statele Unite ale Americii;
- c) Japonia;
- d) Australia;
- e) Franta.

**51. Fazele si calendarul misiunii de consultanta in managementul calitatii, detaliate pe baza planului de actiune, fac parte din:**

- a) propunerea de consultanta;
- b) analiza diagnostic;
- c) planul de afaceri;
- d) raportul de expertiza;
- e) misiunea de audit.

**52. Obiectivele si natura misiunii de consultanta, cu precizarea rolului consultantului, al rezultatului asteptat de la misiune si al angajamentului consultantului referitor la acest rezultat, fac parte din:**

- a) misiunea de audit;
- b) analiza diagnostic;
- c) planul de afaceri;
- d) raportul de expertiza;
- e) propunerea de consultanta.

**53. Un rezumat al analizei diagnostic, insotit de concluziile consultantului si de definirea problemei, fac parte din:**

- a) misiunea de audit;
- b) propunerea de consultanta;
- c) planul de afaceri;
- d) raportul de expertiza;
- e) planul strategic de marketing.

**54. Etapele, activitatile si planificarea lor din cadrul misiunii de consultanta fac parte din:**

- a) raportul de expertiza;
- b) raportul de audit;
- c) analiza diagnostic;
- d) planul de afaceri;
- e) planul de actiune.

**55. Contributia fiecarui partener, responsabilitatile si conditiile de realizare din cadrul misiunii de consultanta fac parte din:**

- a) raportul de expertiza;
- b) planul de actiune;
- c) analiza diagnostic;
- d) planul de afaceri;
- e) raportul de audit.

**56. Activitatea de elaborare a unor proiecte, in care consultantul colaboreaza indeaproape cu clientul la formularea unor recomandari si la implementarea acestora poarta denumirea de:**

- a) analiza diagnostic;
- b) consultanta procesuala;
- c) audit intern;
- d) expertiza economica;
- e) certificarea conformitatii.

**57. Introducerea unei viziuni independente in abordarea unor probleme mai greu de percept pentru manageri, care sunt prea implicati in situatie si „nu vad padurea din cauza copacilor” reprezinta un avantaj al:**

- a) consultantei procesuale;
- b) analizei diagnostic;
- c) auditului intern;
- d) expertizei economice;
- e) certificarii conformitatii.

**58. Faptul de a contribui la intelegerea elementelor practice, concrete, ale problemelor care risca sa scape intelegerii intr-o abordare prea teoretica reprezinta un avantaj al:**

- a) certificarii conformitatii;
- b) analizei diagnostic;
- c) auditului intern;
- d) expertizei economice;
- e) consultantei procesuale.

**59. Faptul ca asigura o legatura coerenta intre consultant si client reprezinta un avantaj al:**

- a) certificarii conformitatii;
- b) analizei diagnostic;
- c) consultantei procesuale;
- d) expertizei economice;
- e) auditului intern.

**60. Faptul ca stimuleaza sentimentul de proprietate si angajamentul consultantului printr-o mai mare implicare in aplicarea unor metode si idei noi reprezinta un avantaj al:**

- a) certificarii conformitatii;
- b) consultantei procesuale;
- c) analizei diagnostic;
- d) expertizei economice;
- e) auditului intern.

## **4.2. Bibliografie**

1. Crăciun, C.Șt., *Managementul calității*, Suport de curs sintetic (disponibil pe platforma Universității Hyperion din București), 2024
2. Crăciun, C.Șt., *Managementul calității în afacerile internaționale*, Editura Pro Universitaria, București, 2013
3. Militaru, C., Drăguț, B., *Management prin calitate*, Editura Printech, București, 2009;
4. Olaru, M., Pamfilie, R., s.a., *Fundamentele științei mărfurilor*, Ediția a 2-a, Editura Economică, București, 2005;
5. Stanciu, I., *Calitologia. Știința calității mărfurilor. Bazele merceologiei*, Editura Renaissance, București, 2010;
6. Stanciu, I., *Managementul calității totale*, Ediția a II-a, Editura Pro Universitaria, București, 2008.

### 4.3. Răspunsuri teste grilă

<b>1</b>	c	<b>11</b>	a	<b>21</b>	c	<b>31</b>	e	<b>41</b>	b	<b>51</b>	a
<b>2</b>	e	<b>12</b>	c	<b>22</b>	a	<b>32</b>	a	<b>42</b>	c	<b>52</b>	e
<b>3</b>	a	<b>13</b>	b	<b>23</b>	e	<b>33</b>	c	<b>43</b>	b	<b>53</b>	b
<b>4</b>	b	<b>14</b>	d	<b>24</b>	e	<b>34</b>	d	<b>44</b>	e	<b>54</b>	e
<b>5</b>	a	<b>15</b>	d	<b>25</b>	d	<b>35</b>	d	<b>45</b>	d	<b>55</b>	b
<b>6</b>	d	<b>16</b>	e	<b>26</b>	a	<b>36</b>	e	<b>46</b>	a	<b>56</b>	b
<b>7</b>	b	<b>17</b>	a	<b>27</b>	c	<b>37</b>	a	<b>47</b>	a	<b>57</b>	a
<b>8</b>	e	<b>18</b>	a	<b>28</b>	e	<b>38</b>	d	<b>48</b>	d	<b>58</b>	e
<b>9</b>	c	<b>19</b>	b	<b>29</b>	d	<b>39</b>	b	<b>49</b>	b	<b>59</b>	c
<b>10</b>	a	<b>20</b>	b	<b>30</b>	b	<b>40</b>	a	<b>50</b>	c	<b>60</b>	b

## 5. ANALIZĂ ECONOMICO-FINANCIARĂ

### 5.1. Teste grilă

**1. Indicele capitalului propriu = 112%; indicele capitalului permanent = 108%; indicele activelor imobilizate = 118%. Aceasta semnifica:**

- a) cresterea ratei rentabilitatii financiare si scaderea fondului de rulment;
- b) cresterea fondului de rulment si scaderea ratei rentabilitatii financiare;
- c) reducerea ponderii resurselor proprii in capitalul permanent;
- d) cresterea ponderii resurselor proprii in capitalul permanent;
- e) scaderea fondului de rulment si cresterea ponderii surselor proprii in capitalul permanent.

**2. Cifra de afaceri reprezinta:**

- a) veniturile totale obtinute de un agent economic;
- b) eficienta utilizarii activelor de care dispune un agent economic;
- c) productia marfa fabricata si veniturile reprezentate de productia stocata si imobilizata;
- d) veniturile din productia vanduta, prestarea de servicii si veniturile din vanzarea marfurilor, care se inscriu in activitatea curenta a entitatii;
- e) profitul net al exercitiului financiar inregistrat de un agent economic, la sfarsitul anului.

**3. Indicele de dinamica a productiei exercitiului: 108%; Indicele de dinamica a valorii adaugate: 105%; Indicele de dinamica a productivitatii muncii anuale (calculata pe baza productiei exercitiului): 97%. Aceste rezultate au urmatoarea semnificatie:**

- a) cresterea numarului mediu al personalului si reducerea ponderii consumului intermediar in productia exercitiului;
- b) scaderea numarului mediu al personalului si reducerea ponderii consumului intermediar in productia exercitiului;
- c) cresterea numarului mediu al personalului si a ponderii consumului intermediar in productia exercitiului;
- d) cresterea productivitatii muncii si reducerea stocurilor de produse finite si semifabricate destinate vanzarii;
- e) scaderea numarului mediu al personalului si cresterea cheltuielilor de exploatare.

**4. Influenta cu semnul plus a modificarii structurii fizice a cifrei de afaceri asupra modificarii rezultatului (profitului sau pierderii) din exploatare aferent cifrei de afaceri semnifica:**

- a) cresterea ponderii sortimentelor vandute la care rentabilitatea este mai mare decat media inregistrata pe totalul cifrei de afaceri;
- b) cresterea ponderii sortimentelor vandute la care rentabilitatea este mai mica decat media inregistrata pe totalul cifrei de afaceri;
- c) reducerea ponderii sortimentelor vandute pentru care cheltuielile cu materiile prime sunt mai mici;
- d) cresterea rentabilitatii unitare la toate categoriile de produse vandute;
- e) cresterea ponderii sortimentelor vandute la care pretul de vanzare este mai mare.

**5. Daca cifra de afaceri creste cu 8%, iar eficienta utilizarii mijloacelor fixe, calculata pe baza cifrei de afaceri, creste cu 4%, se apreciaza ca:**

- a) au scazut cheltuielile cu amortizarea mijloacelor fixe;
- b) s-au diminuat cheltuielile de exploatare aferente cifrei de afaceri la 1000 lei cifra de afaceri;
- c) a crescut valoarea medie a mijloacelor fixe;
- d) a crescut rata rentabilitatii economice;
- e) a crescut gradul de inzestrare tehnica a muncii.

**6. Indicele de dinamica a cheltuielilor cu personalul: 96%; Indicele de dinamica a productivitatii muncii: 98%; Indicele de dinamica a cifrei de afaceri: 88%; Aceste rezultate au urmatoarea semnificatie:**

- a) a scazut productivitatea muncii, si a crescut numarul mediu al personalului;
- b) s-a redus numarul mediu al personalului si au crescut cheltuielile cu personalul la 1000 lei cifra de afaceri;
- c) a scazut salariul mediu si profitul sau pierderea bruta a exercitiului;
- d) au crescut cheltuielile efectuate cu resursele materiale si energetice si s-a redus gradul inzestrarii tehnice a muncii;
- e) a crescut productivitatea muncii si au scazut cheltuielile cu personalul la 1000 lei cifra de afaceri.

**7. Cresterea preturilor de vanzare are ca efect:**

- a) cresterea cheltuielilor de exploatare aferente cifrei de afaceri la 1000 lei cifra de afaceri;
- b) reducerea cheltuielilor de exploatare aferente cifrei de afaceri la 1000 lei cifra de afaceri;
- c) cresterea cheltuielilor de exploatare cu amortizarea activelor imobilizate corporale si necorporale;

- d) reducerea profitului din exploatare aferent cifrei de afaceri;
- e) scaderea ratei rentabilitatii vanzarilor (comerciale).

**8. Scaderea costurilor unitare complete are ca efect:**

- a) cresterea cheltuielilor de exploatare aferente cifrei de afaceri la 1000 lei cifra de afaceri;
- b) reducerea cheltuielilor de exploatare aferente cifrei de afaceri la 1000 lei cifra de afaceri;
- c) cresterea productivitatii muncii;
- d) reducerea rezultatului din exploatare aferent cifrei de afaceri;
- e) scaderea ratei rentabilitatii vanzarilor (comerciale).

**9. Influenta cu semnul minus a modificarii preturilor de vanzare asupra cheltuielilor de exploatare aferente cifrei de afaceri la 1000 lei cifra de afaceri are urmatoarea semnificatie:**

- a) scaderea cheltuielilor la 1000 lei cifra de afaceri;
- b) cresterea costurilor unitare complete;
- c) diminuarea preturilor de vanzare;
- d) cresterea cheltuielilor de exploatare cu amortizarea activelor corporale si necorporale;
- e) scaderea profitului din exploatare.

**10. Influenta cu semnul plus a modificarii structurii fizice a cifrei de afaceri asupra cheltuielilor de exploatare aferente cifrei de afaceri la 1000 lei cifra de afaceri, semnifica:**

- a) cresterea ponderii vanzarilor din categoriile de produse care au un nivel al costului mai mic comparativ cu media aferenta intregii cifrei de afaceri;
- b) cresterea ponderii vanzarilor din categoriile de produse care au un nivel al costului mai mare comparativ cu media aferenta intregii cifrei de afaceri;
- c) reducerea ponderii vanzarilor din categoriile de produse care au in structura costului unitar cheltuieli cu personalul mai mari;
- d) reducerea ponderii vanzarilor din categoriile de produse care au un nivel al costului mai mare comparativ cu media aferenta intregii cifrei de afaceri;
- e) cresterea volumului fizic al vanzarilor.

**11. Cheltuielile variabile pe unitatea de produs se modifica odata cu modificarea volumului de activitate, astfel:**

- a) cresc odata cu cresterea volumului de activitate;
- b) scad odata cu cresterea volumului de activitate;
- c) scad odata cu reducerea volumului de activitate;
- d) cresc odata cu reducerea volumului de activitate;
- e) au un nivel relativ constant.

**12. Cheltuielile fixe (conventional constante) pe unitatea de produs se modifica odata cu modificarea volumului de activitate, astfel:**

- a) cresc odata cu cresterea volumului de activitate;
- b) scad odata cu cresterea cheltuielilor cu personalul;
- c) scad odata cu reducerea volumului de activitate;
- d) cresc odata cu reducerea volumului de activitate;
- e) au un nivel relativ constant.

**13. Cresterea costurilor complete pe unitatea de produs are ca efect:**

- a) cresterea cheltuielilor la 1000 lei cifra de afaceri;
- b) cresterea rezultatului (profitului) din exploatare aferent cifrei de afaceri;
- c) reducerea cheltuielilor cu personalul;
- d) cresterea cifrei de afaceri;
- e) cresterea ratei rentabilitatii vanzarilor.

**14. Indicele de dinamica a cifrei de afaceri = 110%; Indicele de dinamica a cheltuielilor de exploatare aferente cifrei de afaceri = 111%. Pe baza acestor date se considera ca:**

- a) a crescut rezultatul (profitul) net al exercitiului financiar;
- b) a crescut rata rentabilitatii economice;
- c) s-a diminuat rezultatul (profitul) curent al exercitiului;
- d) s-a diminuat profitul din exploatare aferent cifrei de afaceri;
- e) au crescut cheltuielile financiare.

**15. Se cunosc urmatoarele date:**

- cantitatea de produse fabricata ( $q = 100$  buc.),
- pretul de vanzare unitar ( $p = 2.000$  lei),
- suma totala a cheltuielilor fixe ( $CF = 50.000$  lei).

**Care este marimea costului variabil unitar pentru a se obtine un profit de 40.000 lei, ( $Re = 40.000$  lei)?**

- a) 1.100 lei;
- b) 1.600 lei;
- c) 2.100 lei;
- d) 950 lei;
- e) 1.200 lei.

**16. Se cunosc urmatoarele date:**

Tipul produselor vandute	Cantitatea (bucati)	Pretul de vanzare (mii lei/buc.)	Costul complet unitar (mii lei/buc.)	Cheltuielile fixe totale (mii lei)
<b>A</b>	<b>2.000</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3.000</b>
<b>B</b>	<b>1.500</b>	<b>10</b>	<b>9</b>	<b>4.500</b>
<b>Total</b>				<b>7.500</b>

Cunoscand ca totalul activelor este de 10.000 mil. lei, nivelul cifrei de afaceri care permite obtinerea unei rate a rentabilitatii economice de 20,0% este:

- a) 21.591 mii lei;
- b) 11.691 mii lei;
- c) 22.891 mii lei;
- d) 25.591 mii lei;
- e) 20.291 mii lei.

**17. Rata rentabilitatii cheltuielilor de exploatare aferente cifrei de afaceri este influentata de modificarea urmatorilor factori directi, in urmatoarea ordine:**

- a) volumul fizic al cifrei de afaceri, costurile unitare complete, preturile de vanzare;
- b) structura volumului fizic al cifrei de afaceri, volumul fizic al cifrei de afaceri, preturile de vanzare, costurile unitare complete;
- c) costurile unitare complete, preturile de vanzare, volumul fizic al cifrei de afaceri;
- d) structura volumului fizic al cifrei de afaceri, productivitatea muncii, rezultatul din exploatare pe unitatea de produs;
- e) structura volumului fizic al cifrei de afaceri, costurile unitare complete, preturile de vanzare.

**18. Indicele de dinamica a capitalului propriu: 108%; Indicele de dinamica a capitalului permanent: 107%; Indicele de dinamica a valorii activelor imobilizate: 110%. Indicele de dinamica a rezultatului (profitului) net al exercitiului financiar: 106%. Aceste rezultate au urmatoarea semnificatie:**

- a) cresterea fondului de rulment si reducerea ratei rentabilitatii economice;
- b) scaderea ponderii surselor proprii in capitalul permanent si reducerea ratei rentabilitatii financiare;
- c) scaderea proportiei fondului de rulment in capitalul permanent si a ratei rentabilitatii financiare;
- d) cresterea ratei rentabilitatii comerciale si cresterea ponderii surselor atrase in totalul pasivului contabil;
- e) cresterea ratei rentabilitatii financiare si a fondului de rulment.

**19. Rata finantarii activelor imobilizate** =  $\frac{\text{Capitalul permanent}}{\text{Active imobilizate}} < 1$ ,  
**semnifica:**

- a) un risc de insolvabilitate scazut;
- b) o incapacitate de plata;

- c) o stare financiara echilibrata;
- d) un fond de rulment negativ;
- e) un grad scazut de profitabilitate.

**20. Coeficientul de determinatie arata:**

- 1. daca exista legatura intre doua fenomene economice;
  - 2. intensitatea legaturii intre doua fenomene economice;
  - 3. semnul legaturii
- a) 1, 2, 3;
  - b) 1;
  - c) 2;
  - d) 1, 2;
  - e) 1, 3.

**21. Cresterea ponderii produselor cu rentabilitate mai mare, in totalul cifrei de afaceri, are ca efect:**

- a) cresterea cheltuielilor la 1000 lei cifra de afaceri;
- b) reducerea cheltuielilor la 1000 lei cifra de afaceri;
- c) cresterea productivitatii muncii;
- d) reducerea profitului din exploatare aferent cifrei de afaceri;
- e) cresterea preturilor de vanzare ale produselor.

**22. Marimea ratei lichiditatii reduse *Testul acid* este considerata ca fiind corespunzatoare atunci cand:**

- a) creantele, investitiile pe termen scurt, disponibilitatile banesti din casa si conturi la banci sunt cel putin egale cu suma datoriilor curente;
- b) disponibilitatile banesti din casa si conturi la banci pot asigura achitarea datoriilor exigibile;
- c) disponibilitatile banesti din conturile deschise la banci si valoarea stocului de produse finite sunt cel putin egale cu datoriile totale;
- d) datoriile totale sunt egale cu activele circulante;
- e) datoriile catre furnizori sunt acoperite de disponibilitatile existente in casa si conturi la banci.

**23. Rata autonomiei financiare reprezinta:**

- a) modalitatea de finantare a circuitului economic;
- b) independenta financiara;
- c) gradul de eficienta a utilizarii datoriilor financiare;
- d) toate variantele enumerate;
- e) nici una din variante.

**24. Se cunosc urmatoarele informatii:**

- indicele de dinamica a veniturilor totale ( $I^{Vi}$ ): 112%,
- indicele de dinamica a activelor totale ( $I^{Act}$ ): 110%,
- indicele de dinamica a ratei rentabilitatii economice a activelor totale ( $I^{Rre}$ ): 106%.

**Rezulta ca:**

- a) s-a accelerat viteza de rotatie a activelor totale si a scazut rata rentabilitatii veniturilor;
- b) s-a accelerat viteza de rotatie a activelor totale si a crescut rata rentabilitatii veniturilor;
- c) s-a incetinit viteza de rotatie a activelor totale si a crescut rata rentabilitatii comerciale;
- d) s-au diminuat veniturile totale si a crescut rata rentabilitatii comerciale;
- e) a scazut valoarea activelor totale si a crescut rata rentabilitatii comerciale.

$$\frac{\Sigma q_1 p_0 - \Sigma q_1 c_0}{\Sigma q_1 c_0} \cdot 100 - \frac{\Sigma q_0 p_0 - \Sigma q_0 c_0}{\Sigma q_0 c_0} \cdot 100$$

**25. Pe baza relatiei:** , **se determina:**

- a) influenta modificarii preturilor de livrare asupra ratei rentabilitatii resurselor consumate pentru cifra de afaceri;
- b) influenta modificarii costurilor unitare complete asupra ratei rentabilitatii resurselor consumate pentru cifra de afaceri;
- c) influenta modificarii structurii fizice a cifrei de afaceri asupra ratei rentabilitatii financiare;
- d) influenta modificarii structurii fizice a cifrei de afaceri asupra ratei rentabilitatii resurselor consumate pentru cifra de afaceri;
- e) influenta modificarii structurii fizice a cifrei de afaceri asupra cheltuielilor la 1000 lei cifra de afaceri.

**26. In ce conditii rata rentabilitatii vanzarilor (rata rentabilitatii comerciale) este devansata de rata rentabilitatii resurselor consumate (cheltuielilor) pentru cifra de afaceri.**

- a) atunci cand se constata o crestere a valorii adaugate;
- b) atunci cand se practica preturi de vanzare mai mici;
- c) atunci cand cresc cheltuielile variabile la 1000 lei cifra de afaceri;
- d) atunci cand se micsoreaza cheltuielile de exploatare aferente cifrei de afaceri la 1000 lei cifra de afaceri;
- e) atunci cand creste cifra de afaceri.

**27. Daca productia exercitiului creste cu 10%, iar valoarea adaugata creste cu 20%, se poate aprecia ca:**

- a) au crescut stocurile de produse finite;
- b) a scazut proportia consumului intermediar in productia exercitiului;
- c) au crescut productia realizata de entitate pentru scopurile sale proprii si capitalizata;
- d) s-au redus stocurile de productie in curs de executie;
- e) s-a incetinit viteza de rotatie a activelor circulante.

**28. Daca cifra de afaceri creste cu 3%, iar productia marfa fabricata creste cu 5%, se poate aprecia ca:**

- a) au scazut stocurile de produse finite;
- b) a crescut proportia stocurilor de produse finite si semifabricate destinate vanzarii in productia marfa fabricata;
- c) a crescut soldul facturilor neincasate;
- d) a crescut rata rentabilitatii financiare;
- e) s-au redus cheltuielile cu prestatiile externe.

**29. Daca cifra de afaceri creste cu 10%, iar numarul mediu al personalului creste cu 8%, se apreciaza ca:**

- a) a scazut rezultatul din exploatare aferent cifrei de afaceri;
- b) au crescut cheltuielile la 1000 lei cifra de afaceri;
- c) a crescut productivitatea muncii;
- d) a crescut viteza de rotatie a activelor circulante;
- e) a crescut rata rentabilitatii comerciale.

**30. Daca cifra de afaceri creste cu 8%, iar valoarea medie a mijloacelor fixe creste cu 10%, se apreciaza ca:**

- a) a scazut eficienta utilizarii mijloacelor fixe;
- b) au scazut cheltuielile la 1000 lei cifra de afaceri;
- c) mijloacele fixe vor fi amortizate intr-o perioada mai lunga de timp;
- d) a crescut productivitatea muncii;
- e) s-a diminuat numarul mediu al personalului.

**31. Cu ajutorul urmatoarei relatii de calcul:**

$$\Delta = \left[ \sum q_1 p_0 - \sum q_1 c_0 \right] - \left[ \sum q_0 p_0 - \sum q_0 c_0 \right] \quad \text{se determina modificarea}$$

**absoluta a rezultatului din exploatare aferent cifrei de afaceri, datorita:**

- a) modificarii preturilor de livrare;
- b) modificarii numarului mediu al personalului;
- c) modificarii volumului fizic al cifrei de afaceri;
- d) modificarii costurilor unitare complete;
- e) modificarii eficientei utilizarii activelor circulante.

**32. Dinamica cheltuielilor cu forta de munca la 1000 lei cifra de afaceri este influentata de modificarea urmatorilor factori:**

- a) productivitatea muncii si costurile unitare complete;
- b) productivitatea muncii si viteza de rotatie a activelor circulante;
- c) productivitatea muncii si cheltuielile cu forta de munca care revin la un salariat;
- d) valoarea medie a mijloacelor fixe si productivitatea muncii;
- e) cheltuielile cu resursele materiale si energetice.

**33. Rata rentabilitatii financiare exprima raportul dintre:**

- a) profitul net si capitalul propriu;
- b) profitul net si numarul mediu al personalului;
- c) cifra de afaceri si valoarea medie a mijloacelor fixe;
- d) cifra de afaceri si valoarea medie a activelor circulante;
- e) profitul brut si cifra de afaceri.

**34. Viteza de rotatie a activelor circulante este un indicator care exprima:**

- a) stocul mediu al produselor finite si semifabricatelor destinate vanzarii;
- b) eficienta utilizarii activelor circulante;
- c) viteza cu care sunt diminuate creantele;
- d) durata medie in care sunt incasate facturile emise;
- e) durata medie de stocare a productiei in curs de executie.

**35. Viteza de rotatie a activelor circulante exprimata prin durata medie in zile a unei rotatii,  $d$ , se calculeaza pe baza urmatoarei relatii:**

a)  $d = \frac{Z \cdot Ac}{w}$  ;

b)  $d = \frac{Z \cdot Ac}{VA}$  ;

c)  $d = \frac{CA}{Ac}$  ;

d)  $d = \frac{Ac}{CA}$  ;

e)  $d = \frac{Z \cdot Ac}{CA}$  .

**36. Viteza de rotatie a activelor circulante exprimata prin numarul mediu de rotatii,  $n$ , se calculeaza pe baza urmatoarei relatii:**

a)  $n = \frac{Z \cdot Ac}{w}$  ;

b)  $n = \frac{Z \cdot Ac}{VA}$  ;

c)  $n = \frac{CA}{Ac}$  ;

d)  $n = \frac{Ac}{CA}$  ;

e)  $n = \frac{Z \cdot Ac}{CA}$

**37. Modificarea rezultatului (profitul sau pierderea) din exploatare aferent cifrei de afaceri ca urmare a influentei modificarii numarului mediu de rotatii al activelor circulante,  $\Delta(n)$ , se calculeaza pe baza urmatoarei relatii:**

a)  $\Delta(n) = (Ac_1 - Ac_0) \cdot N_1$  ;

b)  $\Delta(n) = (Ac_1 - Ac_0) \cdot w_1$  ;

c)  $\Delta(n) = (n_1 - n_0) \cdot Ac_1$  ;

d)  $\Delta(n) = (n_1 - n_0) \cdot Ac_1 \cdot Rrv_0$  ;

e)  $\Delta(n) = n_1 - n_0$  .

**38. Indicele numarului mediu al personalului:  $I^N = 94\%$**

**Indicele valorii medii anuale a mijloacelor fixe:  $I^{Mf} = 104\%$**

**Indicele productiei exercitiului:  $I^Q = 106\%$**

**Indicele cifrei de afaceri:  $I^{CA} = 109\%$**

**Rezulta:**

a) cresterea gradului de inzestrare tehnica a fortei de munca, a productivitatii muncii si a gradului de valorificare a productiei exercitiului;

b) cresterea productivitatii muncii si scaderea gradului de inzestrare tehnica a muncii si a gradului de valorificare a productiei;

c) cresterea productivitatii muncii si a gradului de inzestrare tehnica a muncii si scaderea gradului de valorificare a productiei exercitiului;

d) cresterea gradului de valorificare a productiei exercitiului si scaderea productivitatii muncii;

e) sporirea gradului de inzestrare tehnica a muncii si scaderea gradului de valorificare a productiei exercitiului.

**39. Indicele cifrei de afaceri:**  $I^{CA} = 108\%$

**Indicele productivitatii muncii:**  $I^W = 98\%$

**Indicele profitului aferent cifrei de afaceri:**  $I^{Re} = 105\%$

**Rezulta:**

- a) s-a redus numarul mediu al personalului, a crescut productivitatea muncii si costurile;
- b) s-au redus numarul mediu al personalului, productivitate muncii si costurile;
- c) a crescut numarul mediu al personalului, s-a redus productivitatea muncii si au crescut costurile;
- d) a crescut cifra de afaceri si s-au redus costurile;
- e) s-au redus productivitate muncii si costurile.

**40. Indicele rezultatului exploatarii:**  $I^{Re} = 104\%$

**Indicele cifrei de afaceri:**  $I^{CA} = 107\%$

**Indicele numarului mediu al personalului:**  $I^N = 98\%$

**Rezulta:**

- a) cresterea productivitatii muncii si a costurilor;
- b) scaderea productivitatii muncii si a costurilor;
- c)scaderea productivitatii muncii si cresterea preturilor de vanzare;
- d) sporirea productivitatii muncii si cresterea ponderii consumurilor intermediare in cifra de afaceri;
- e) scaderea numarului mediu al personalului si a productivitatii muncii.

**41. Indicele cifrei de afaceri:**  $I^{CA} = 104\%$

**Indicele productivitatii muncii anuale:**  $I^w = 107\%$

**Indicele productivitatii muncii zilnice:**  $I^{wz} = 109\%$

**Indicele productivitatii muncii orare:**  $I^{wh} = 112\%$

**Rezulta:**

- a) s-au redus numarul mediu al personalului, zilele lucrate de un salariat, in medie, pe an si numarul mediu de ore lucrate de un salariat intr-o zi;
- b) a crescut numarul mediu de zile lucrate de un salariat pe an, durata medie a zilei de lucru si numarul mediu al personalului;
- c) s-a redus numarul mediu al personalului si a crescut durata medie a zilei de lucru;
- d) au crescut numarul mediu de zile lucrate de un salariat pe an si durata medie a zilei de lucru;
- e) s-a diminuat productivitatea muncii orara si durata medie a zilei de lucru dar a crescut numarul mediu de zile lucrate de un salariat pe an.

**42. Indicele productiei exercitiului:  $I^Q = 102\%$**

**Indicele valorii adaugate:  $I^{VA} = 105\%$**

**Indicele numarului mediu al personalului:  $I^N = 96\%$**

**A rezultat:**

a) cresterea productivitatii muncii si reducerea ponderii consumurilor intermediare in productia exercitiului;

b) scaderea productivitatii muncii si reducerea ponderii consumurilor intermediare in productia exercitiului;

c) scaderea productivitatii muncii si cresterea ponderii consumurilor intermediare in productia exercitiului;

d) sporirea productivitatii muncii si cresterea ponderii consumurilor intermediare in productia exercitiului;

e) scaderea numarului mediu al personalului si a productivitatii muncii.

**43. Modificarea rezultatului (profitul sau pierderea) din exploatare aferent cifrei de afaceri ca urmare a influentei modificarii ratei rentabilitatii vanzarilor (rentabilitatii comerciale),  $\Delta(Rrv)$ , se calculeaza pe baza urmatoarei relatii:**

a)  $\Delta(Rrv) = (Ac_1 - Ac_0) \cdot N_1$ ;

b)  $\Delta(Rrv) = (Ac_1 - Ac_0) \cdot Rrv_1$ ;

c)  $\Delta(Rrv) = (Rrv_1 - Rrv_0) \cdot Ac_1$ ;

d)  $\Delta(Rrv) = (n_1 - n_0) \cdot Ac_1 \cdot Rrv_0$ ;

e)  $\Delta(Rrv) = Ac_1 \cdot n_1 (Rrv_1 - Rrv_0)$ .

**44. Cu ajutorul urmatoarei relatii de calcul:**

$$\Delta = \left[ \sum q_1 p_1 - \sum q_1 c_0 \right] - \left[ \sum q_1 p_0 - \sum q_1 c_0 \right]$$

**se determina modificarea absoluta a rezultatului din exploatare aferent cifrei de afaceri, datorita:**

a) modificarii preturilor de livrare;

b) modificarii numarului mediu al personalului;

c) modificarii volumului fizic al cifrei de afaceri;

d) modificarii costurilor unitare complete;

e) modificarii eficientei utilizarii activelor circulante.

**45. Cu ajutorul urmatoarei relatii de calcul:**

$$\Delta = \left[ \sum q_1 p_1 - \sum q_1 c_1 \right] - \left[ \sum q_1 p_1 - \sum q_1 c_0 \right]$$

**se determina modificarea absoluta a rezultatului din exploatare aferent cifrei de afaceri, datorita:**

a) modificarii preturilor de livrare;

b) modificarii numarului mediu al personalului;

- c) modificarii volumului fizic al cifrei de afaceri;
- d) modificarii costurilor unitare complete;
- e) modificarii eficientei utilizarii activelor circulante.

**46. Rata rentabilitatii economice exprima raportul dintre:**

- a) profitul net si capitalul propriu;
- b) profitul net si numarul mediu al personalului;
- c) cifra de afaceri si valoarea medie a mijloacelor fixe;
- d) cifra de afaceri si valoarea medie a activelor circulante;
- e) profitul net si totalul activului contabil.

**47. Cheltuielile aferente activitatii economice de exploatare se clasifica dupa destinatie in urmatoarele categorii:**

- a) fixe sau conventional constante si variabile;
- b) de exploatare, financiare si extraordinare;
- c) directe si financiare;
- d) variabile, indirecte si extraordinare;
- e) directe, indirecte, de desfacere si generale de administratie.

**48. Capitalul angajat este format din:**

- a) fondul de rulment;
- b) capitalul propriu si capitalul imprumutat;
- c) activele imobilizate si activele circulante;
- d) capitalul scris si varsat;
- e) patrimoniul regiei.

**49. Datoriile curente sunt constituite din:**

- a) sumele care trebuie platite intr-o perioada de pana la un an si cheltuieli in avans;
- b) sumele care trebuie platite intr-o perioada de pana la un an si activele circulante nete;
- c) sumele care trebuie platite intr-o perioada de pana la un an, provizioanele si venituri inregistrate in avans;
- d) datoriile totale si provizioanele;
- e) activele circulante si capitalul scris nevarsat.

**50. Cheltuielile aferente activitatii economice se clasifica dupa natura lor in urmatoarele categorii:**

- a) fixe sau conventional constante si variabile;
- b) de exploatare, financiare si extraordinare;
- c) directe si financiare;
- d) variabile, indirecte si extraordinare;
- e) directe, indirecte, de desfacere si generale de administratie.

**51. Indicele valorii medii anuale a mijloacelor fixe:  $I^{Mf} = 103\%$**

**Indicele cifrei de afaceri la 1000 lei mijloace fixe:  $I^{CA/Mf} = 104\%$**

**Indicele rezultatului din exploatare aferent cifrei de afaceri:  $I^{Re} = 108\%$**

**Rezulta:**

- a) au crescut valoarea medie anuala a mijloacelor fixe si cheltuielile de exploatare aferente cifrei de afaceri;
- b) au crescut eficienta utilizarii mijloacelor fixe si cheltuielile de exploatare aferente cifrei de afaceri;
- c) s-a diminuat eficienta utilizarii mijloacelor fixe si au crescut cheltuielile de exploatare aferente cifrei de afaceri;
- d) s-au redus valoarea medie anuala a mijloacelor fixe si eficienta utilizarii mijloacelor fixe;
- e) a crescut cifra de afaceri si s-au redus cheltuielile de exploatare aferente cifrei de afaceri.

**52. Indicele valorii medii anuale a mijloacelor fixe:  $I^{Mf} = 103\%$**

**Indicele cifrei de afaceri la 1000 lei mijloace fixe:  $I^{CA/Mf} = 104\%$**

**Indicele rezultatului din exploatare aferent cifrei de afaceri:  $I^{Re} = 108\%$**

**Rezulta:**

- a) au crescut valoarea medie anuala a mijloacelor fixe si cheltuielile de exploatare aferente cifrei de afaceri;
- b) au crescut eficienta utilizarii mijloacelor fixe si cheltuielile de exploatare aferente cifrei de afaceri;
- c) s-a diminuat eficienta utilizarii mijloacelor fixe si au crescut cheltuielile de exploatare aferente cifrei de afaceri;
- d) s-au redus valoarea medie anuala a mijloacelor fixe si eficienta utilizarii mijloacelor fixe;
- e) a crescut cifra de afaceri si s-au redus cheltuielile de exploatare aferente cifrei de afaceri.

**53. Daca indicele de dinamica al cheltuielilor medii efectuate cu un salariat este mai mare comparativ cu indicele de dinamica al productivitatii muncii, se apreciaza ca:**

- a) au crescut cheltuielile efectuate cu forta de munca la 1000 lei cifra de afaceri si s-a diminuat rezultatul din exploatare aferent cifrei de afaceri;
- b) s-au redus cheltuielile la 1000 lei cifra de afaceri;
- c) a scazut ponderea cheltuielilor cu personalul in valoarea adaugata;
- d) a crescut valoarea adaugata;
- e) a crescut eficienta utilizarii activelor circulante.

**54. Factorii care influenteaza, in mod direct, modificarea cheltuielilor materiale la 1000 lei cifra de afaceri, sunt dimensionati, in baza procedurii substituirilor succesive, in urmatoarea ordine:**

- a) cifra de afaceri, pretul unitar de aprovizionare al resurselor materiale si structura valorica a vanzarilor;
- b) structura fizica a cifrei de afaceri, preturile unitare de vanzare si cheltuielile materiale pe unitatea de produs;
- c) cheltuielile materiale efectuate la 1 leu cifra de afaceri, pretul de aprovizionare al resurselor materiale si pretul unitar de vanzare;
- d) structura cheltuielilor materiale, pretul de aprovizionare al resurselor materiale si cheltuielile materiale pe unitatea de produs;
- e) volumul fizic al productiei, structura valorica a cifrei de afaceri pe feluri de produse si cheltuielile materiale pe unitatea de produs.

**55. Indicele valorii medii a activelor circulante:  $I^{Ac} = 111\%$ . Indicele cifrei de afaceri:  $I^{CA} = 115\%$ . Indicele rezultatului din exploatare aferent cifrei de afaceri:  $I^{Re} = 119\%$ . Rezulta:**

- a) s-a accelerat viteza de rotatie a activelor circulante si a crescut rentabilitatea activelor imobilizate;
- b) s-a accelerat viteza de rotatie a activelor circulante si s-a redus rata rentabilitatii economice;
- c) s-a accelerat viteza de rotatie a activelor circulante si a crescut rata rentabilitatii vanzarilor;
- d) s-a incetinit viteza de rotatie a activelor circulante si a crescut rata rentabilitatii financiare;
- e) a crescut valoarea medie a activului contabil si viteza de rotatie a activelor circulante s-a incetinit.

**56. Solvabilitatea unei firme presupune:**

- a) capacitatea firmei de a-si achita datoriile la scadenta;
- b) capacitatea firmei de a-si transforma activele in disponibilitati;
- c) capacitatea firmei de a-si onora obligatiile fata de stat;
- d) capacitatea firmei de a plati furnizorii de materiale;
- e) capacitatea firmei de a-si onora obligatiile bancare.

**57. Cifra de afaceri reprezinta:**

- a) veniturile din exploatare;
- b) suma totala a veniturilor din vanzarea marfurilor si produselor intr-o perioada determinata;
- c) incasari din vanzari de marfuri si produse;

- d) productia marfa vanduta si incasata din activitatea de baza si alte activitati;
- e) productia livrata din activitatea de baza.

**58. Indicele productiei exercitiului = 104%; Indicele valorii adaugate = 102%; Indicele cifrei de afaceri = 106%. Inseamna ca:**

- a) s-au redus consumurile intermediare si stocul de produse finite;
- b) s-a redus stocul de productie in curs de executie si a crescut stocul de produse finite;
- c) a crescut ponderea consumurilor intermediare si s-a redus stocul de produse finite de la sfarsitul perioadei;
- d) a crescut ponderea consumurilor intermediare si s-a redus stocul de produse finite de la sfarsitul perioadei;
- e) a crescut cifra de afaceri si s-a redus stocul de produse finite.

**59. Influenta modificarii structurii productiei exercitiului asupra valorii adaugate este de „+ 10.000 lei”. Aceasta situatie semnifica:**

- a) cresterea ponderii produselor cu valoare adaugata la 1 leu productie mai mare decat media valorii adaugate la 1 leu productie pe intreprindere;
- b) scaderea valorii adaugate pe produs;
- c) cresterea ponderii produselor cu valoare adaugata la 1 leu productie mai mica fata de media valorii adaugate pe intreprindere;
- d) scaderea ponderii produsului cu valoare adaugata la 1 leu productie sub media efectiva pe intreprindere;
- e) cresterea ponderii produselor cu valoare adaugata unitara mai mica decat media valorii adaugate pe intreprindere.

**60. Pe baza relatiei valoare adaugata/cifra de afaceri se determina:**

- a) contributia factorului uman la formarea cifrei de afaceri;
- b) contributia factorului uman la formarea valorii adaugate;
- c) gradul de folosire a capacitatii de productie;
- d) gradul de integrare pe verticala;
- e) gradul de valorificare a productiei fabricate.

**61. Indicele productiei exercitiului ( $Q_e$ ) = 102%; Indicele valorii adaugate ( $Q_a$ ) = 105%; Indicele numarului de personal ( $N_s$ ) = 98%. Rezulta:**

- a) cresterea productivitatii muncii si reducerea ponderii consumurilor intermediare (cumparatorilor);
- b) scaderea productivitatii muncii si reducerea ponderii consumurilor intermediare;
- c) scaderea productivitatii muncii si cresterea ponderii consumurilor intermediare;

- d) sporirea productivitatii muncii si cresterea ponderii consumurilor intermediare;
- e) scaderea numarului de personal si a productivitatii muncii.

**62. Indicele cifrei de afaceri este de 130%, iar indicele stocurilor de produse finite 112%. Aceasta reprezinta:**

- a) cresterea stocurilor si incetinirea vitezei de rotatie a stocurilor;
- b) reducerea volumului de activitate, fapt care genereaza sporirea stocurilor;
- c) cresterea volumului vanzarilor prin reducerea stocurilor;
- d) cresterea stocurilor ca urmare a supra-aprovizionarii;
- e) cresterea stocurilor si accelerarea vitezei de rotatie a acestora.

**63. Factorii directi de influenta a cheltuielilor materiale la 1000 lei cifra de afaceri in ordinea de analiza sunt:**

- a) cifra de afaceri, structura si pretul materialelor;
- b) structura si pretul de vanzare, cheltuielile materiale pe unitate de produs;
- c) structura si pretul de vanzare, cheltuielile materiale la 1 leu cifra de afaceri;
- d) structura, cheltuielile materiale pe produs, pretul materialelor;
- e) volumul productiei, costul materialelor, pretul de vanzare

**64. Influenta modificarii costurilor unitare asupra cheltuielilor la 1.000 lei cifra de afaceri fata de nivelul prevazut este „- 15 lei”. Aceasta reprezinta:**

- a) situatie pozitiva, datorita cresterii preturilor produselor fata de nivelul prevazut;
- b) situatie negativa, datorita modificarii costurilor unitare in functie de oferta de pe piata a materiilor prime;
- c) situatie pozitiva, datorita scaderii costurilor unitare fata de nivelul prevazut;
- d) situatie negativa, datorita scaderii costurilor unitare la majoritatea produselor fata de nivelul prevazut;
- e) situatie pozitiva, datorita cresterii costurilor unitare fata de nivelul prevazut.

**65. Indicele cheltuielilor medii cu personalul este mai mare decat indicele productivitatii muncii. Aceasta reprezinta:**

- a) consecinte nefavorabile ale utilizarii timpului de munca;
- b) cresterea cheltuielilor de exploatare pe seama salariilor;
- c) cresterea cheltuielilor variabile cu salariile la 1000 lei cifra de afaceri;
- d) **ineficienta utilizarii factorului munca;**
- e) sporirea eficientei utilizarii factorului munca.

**66. Indicele cheltuielilor medii cu personalul este mai mic decat indicele productivitatii muncii. Aceasta inseamna:**

- a) consecinte nefavorabile ale utilizarii timpului de munca;
- b) cresterea cheltuielilor de exploatare pe seama salariilor;
- c) cresterea cheltuielilor variabile cu salariile la 1000 lei cifra de afaceri;
- d) ineficienta utilizarii factorului munca;
- e) sporirea eficientei utilizarii factorului munca.

**67. Raportul dintre capitalul permanent si activele imobilizate este supraunitar. Aceasta situatie are urmatoarea semnificatie:**

- a) un dezechilibru financiar;
- b) o incapacitate de plata;
- c) un risc de insolvabilitate scazut;
- d) o capacitate de autofinantare sporita;
- e) un fond de rulment pozitiv.

**68. Rata stocurilor se calculeaza astfel:**

- a) ca raport intre stoc si pasivul total;
- b) ca raport intre stocul productiei neterminate si activul total;
- c) ca raport intre stocul de materii prime si activul total;
- d) ca raport intre stoc si activul total;
- e) ca raport intre stocul de produse finite si activul total.

**69. Raportul dintre capitalul permanent si activele imobilizate este subunitar. Aceasta situatie are urmatoarea semnificatie:**

- a) o incapacitate de plata;
- b) o capacitate de autofinantare sporita;
- c) un risc de insolvabilitate scazut;
- d) un fond de rulment negativ;
- e) un dezechilibru financiar.

**70. Rata stocurilor se calculeaza astfel:**

- a) ca raport intre stoc si activele circulante;
- b) ca raport intre stoc si activul total;
- c) ca raport intre stoc si pasivul total;
- d) ca raport intre stocul de produse finite si activul total;
- e) ca raport intre stocul de materii prime si activul total.

**71. Ratele financiare, ca instrument de masurare a fenomenului economico-financiar privind performanta, sunt:**

- a) rate de eficienta;
- b) rate de structura;
- c) rate de gestiune;

- d) rate de acoperire financiara;
- e) rate de rotatie.

**72. Rata lichiditatii imediate, cunoscuta si sub denumirea de rata capacitatii de plata imediate, masoara:**

- a) capacitatea firmei de rambursare a datoriilor, utilizand activele imobilizate;
- b) capacitatea firmei de rambursare a datoriilor curente, utilizand disponibilitatile existente;
- c) capacitatea firmei de rambursare a datoriilor, utilizand creantele existente;
- d) capacitatea firmei de rambursare a datoriilor, utilizand stocurile existente;
- e) banii din banca ai firmei.

**73. Rata rentabilitatii comerciale caracterizeaza:**

- a) eficienta vanzarilor firmei, determinandu-se ca raport intre profitul obtinut si cifra de afaceri;
- b) rezultatele obtinute de firma in comparatie cu nivelul consumurilor considerate necesare;
- c) performantele capitalului investit in activitatea unei firme;
- d) eficienta capitalurilor proprii ale firmei in functie de profitul net realizat;
- e) eficienta firmelor de productie.

**74. Din Situatiile financiare anuale ale firmei ABCD SRL au fost extrase informatii in baza carora s-a determinat evolutia urmatoilor indicatori: indicele datoriilor totale = 110 %, indicele activelor totale = 116 % si indicele capitalurilor permanente = 106 %. Activitatea firmei ABCD SRL este caracterizata prin:**

- a) cresterea gradului de indatorare si scaderea stabilitatii financiare;
- b) scaderea gradului de indatorare si cresterea stabilitatii financiare;
- c) scaderea lichiditatii la vedere si cresterea gradului de indatorare pe termen scurt;
- d) scaderea lichiditatii imediate si cresterea gradului de indatorare pe termen lung;
- e) nu se poate stabili situatia in care se afla firma.

**75. Cresterea in anul N comparativ cu anul N-1 a activelor circulante cu 13% si a datoriilor pe termen scurt cu 7% reprezinta:**

- a) scaderea ratei lichiditatii generale;
- b) cresterea ratei solvabilitatii patrimoniale;
- c) cresterea gradului de indatorare a firmei;
- d) cresterea ratei autonomiei financiare;
- e) cresterea ratei lichiditatii curente.

**76. Cresterea in anul N comparativ cu anul N-1 a activelor totale cu 14% si a datoriilor totale cu 8% semnifica:**

- a) cresterea ratei lichiditatii curente;
- b) cresterea fondului de rulment;
- c) cresterea necesarului de fond de rulment;
- d) scaderea ratei lichiditatii generale;
- e) cresterea ratei solvabilitatii generale.

**77. Distribuirea de dividende asociatilor firmei Global SRL va avea ca efect:**

- a) cresterea ratei rentabilitatii financiare;
- b) scaderea ratei rentabilitatii comerciale;
- c) cresterea ratei rentabilitatii resurselor consumate;
- d) cresterea excedentului brut din exploatare;
- e) scaderea ratei rentabilitatii financiare.

**78. Majorarea capitalului social al firmei Global SRL va avea ca efect:**

- a) cresterea ratei rentabilitatii financiare;
- b) cresterea ratei lichiditatii imediate;
- c) cresterea ratei rentabilitatii resurselor consumate;
- d) scaderea excedentului brut din exploatare;
- e) scaderea ratei rentabilitatii financiare.

**79. Din Situatiile financiare anuale ale firmei ABCD SRL au fost extrase informatii in baza carora s-a determinat evolutia urmatoilor indicatori: indicele profitului brut – 115%, indicele profitului net – 107%, indicele activelor totale – 104%, indicele capitalurilor proprii – 111%. Activitatea firmei ABCD SRL este caracterizata prin:**

- a) cresterea ratei rentabilitatii financiare si scadererea ratei rentabilitatii economice;
- b) cresterea ratei rentabilitatii comerciale si scadererea ratei rentabilitatii resurselor consumate;
- c) scadererea ratei rentabilitatii comerciale si cresterea ratei rentabilitatii resurselor consumate;
- d) scadererea ratei rentabilitatii financiare si cresterea ratei rentabilitatii economice;
- e) scadererea ratei rentabilitatii financiare.

**80. Din Situatiile financiare anuale ale firmei ABCD SRL au fost extrase informatii in baza carora s-a determinat evolutia urmatoilor indicatori: indicele capitalului propriu - 104 %, indicele activelor totale = 108 % si**

**indicele activelor imobilizate = 102 %. Activitatea firmei ABCD SRL este caracterizata prin:**

a) cresterea ratei autonomiei globale si scaderea ponderii activelor imobilizate in total active;

b) scaderea ratei autonomiei globale si cresterea ponderii activelor imobilizate in total active;

c) scaderea ratei autonomiei globale si scaderea ponderii activelor circulante in total active

d) cresterea gradului de indatorare pe termen scurt si scaderea ponderii activelor circulante in total active;

e) mentinerea stabilitatii financiare.

## **5.2. Bibliografie**

1. Gheorghiu, Al., (2004), *Analiza economico-financiara la nivel microeconomic*, Editura Economica, Bucuresti

2. Isfanescu, A.; Robu, V.; Hristea, A.; Vasilescu, C., (2002), *Analiza economico-financiara*, Editura ASE, Bucuresti

3. Mihailescu, N.; Raducan, M., (2008), *Analiza activitatii economico-financiare*, Editura Victor, Bucuresti

4. Mihailescu, N., *Analiza activitatii economico-financiare. Metodologii de cercetare, studii de caz rezolvate pentru fundamentarea deciziilor economico – financiare si teste de cunostinte*, Editia a VII, Editura Transversal, Bucuresti, 2022

5. Mihailescu, N., *Analiza activitatii economico-financiare - Caiet de aplicatii*, Editura Victor, Bucuresti, 2005

6. Mihailescu, N., (2012), *Analiza activitatii economico-financiare – teste de cunostinte si studii de caz rezolvate pentru fundamentarea deciziilor economico-financiare*, Editura Bren, Bucuresti

7. Niculescu, M., (1997), *Diagnostic global strategic*, Editura Economica, Bucuresti

8. Niculescu, M., (2003), *Diagnostic economic*, Editura Economica, Bucuresti

9. Petcu, M., (2003), *Analiza economico-financiara a intreprinderii*, Editura Economica, Bucuresti

10. Stanescu, C.; Isfanescu, A.; Baicusi, A., (1996), *Analiza economico-financiara*, Editura Economica, Bucuresti

11. Valceanu, Ghe.; Robu, V.; Georgescu, N. (coordonatori), (2005), *Analiza economico-financiara*, Editia a II-a, Editura Economica, Bucuresti

12. \*\*\**Analiză economico-financiară. Suport de curs*, Universitatea Hyperion din București, 2022

13. \*\*\*CAFR Teste grila pentru verificarea cunostintelor in vederea accesului la stagiu, Bucuresti, 2021

14. \*\*\*Reglementari contabile conforme cu Directivele a IV-a si a VI-a ale C.E.E., (2012), Editura Con Fisc, Bucuresti

### 5.3. Răspunsuri teste grilă

1	e	11	e	21	b	31	c	41	a	51	e	61	a	71	a
2	d	12	d	22	a	32	c	42	a	52	d	62	e	72	c
3	c	13	a	23	a	33	a	43	e	53	a	63	b	73	a
4	a	14	d	24	b	34	b	44	a	54	b	64	c	74	b
5	c	15	a	25	d	35	e	45	d	55	c	65	d	75	e
6	b	16	a	26	d	36	c	46	e	56	a	66	e	76	e
7	b	17	e	27	b	37	d	47	e	57	b	67	e	77	a
8	b	18	c	28	b	38	a	48	b	58	d	68	d	78	e
9	a	19	d	29	c	39	c	49	c	59	a	69	d	79	d
10	b	20	a	30	a	40	a	50	b	60	d	70	b	80	a

## **6. TRANZACȚII COMERCIALE**

### **6.1. Teste grilă**

**1. Bunurile sunt acele lucruri care fac parte din patrimoniul unei persoane. Acestea pot fi:**

- a) mobile;
- b) imobile;
- c) acorporale;
- d) necorporale;
- e) individuale.

**2. Obiectul obligatiei este asociat cu dare, facere sau prestare. In principal, obiectul obligatiei trebuie sa fie:**

- a) licit;
- b) posibil din punct de vedere fizic si juridic;
- c) determinat sau cel putin determinabil;
- d) ilicit;
- e) sa prezinte interes pentru creditor.

**3. Tranzactiile comerciale cu bunuri corporale:**

- a) cuprind schimburile comerciale cu marfuri care au o existenta tangibila;
- b) se refera la schimburi al caror obiect este dat de produse cu o existenta abstracta si se refera practic la drepturile de proprietate industriala;
- c) cuprind schimburile comerciale cu marfuri care au o existenta intangibila;
- d) se refera la schimburi al caror obiect este dat de produse cu o existenta abstracta;
- e) se refera la schimburile al caror obiect este dat de servicii.

**4. Vanzarea cu "gramada" (in bloc):**

- a) cantarirea, numararea sau masurarea, fie pentru individualizarea cantitatii vandute din lot, fie pentru determinarea pretului;
- b) are ca obiect o cantitate determinata prin masa ei, caz in care pretul este determinat global, pentru intreaga cantitate;
- c) este un contract incheiat din momentul realizarii acordului de vointa, in care se prevede conditia suspensiva a incercarii lucrului de catre cumparator;
- d) nu se considera incheiata decat dupa ce cumparatorul a gustat marfa si a declarat ca ii convine;
- e) nici una din variantele de mai sus.

### **5. Obiectele proprietati industriale prezinta trasaturi comune si anume:**

- a) sunt bunuri, in sensul juridic al termenului;
- b) sunt transmisibile;
- c) titularul dreptului de proprietate asupra suportului material al operei nu este in mod necesar si titularul dreptului de proprietate industrială;
- d) sunt bunuri corporale;
- e) sunt bunuri acorporale.

### **6. Limite ale dreptului la exclusivitatea inventiei:**

- a) din punct de vedere teritorial;
- b) limitarea in timp a dreptului de exploatare a inventiei de catre titular;
- c) dreptul de folosire a unei inventii nebrevetate in constructia si functionarea vehiculelor;
- d) dreptul de producere sau de folosire a inventiei in scop experimental;
- e) dreptul de folosire a inventiei asupra careia dreptul de proprietate industrială s-a epuizat.

### **7. Forfetarea presupune cumpararea, fara regres, de catre banci comerciale sau institutii financiare specializate, forfeatori, a creantelor banesti provenite din livrarea de marfuri sau prestarea de servicii pe pietele externe. Avantaje:**

- a) finantarea integrala a tranzactiei;
- b) eliminarea costurilor de administrare si urmarire a platii;
- c) documentatie relativ complexa;
- d) dobanda fixa pana la scadenta, eliminarea riscului de fluctuatie a dobanzii;
- e) transferul in totalitate, al riscului de neplata.

### **8. Caracteristicile aranjamentelor compensatorii de tip offsets:**

- a) aranjamentele se incheie la nivel interguvernamental sau cu o importanta participare a guvernelor;
- b) operatiunile se refera la contracte cu valoare mica, ce urmeaza a fi derulate pe o perioada indelungata (termen mediu si lung);
- c) imbina elemente ale contrapartidei (compensarea prestatiiilor, legarea exportului de import) cu elemente ale actiunilor de cooperare (interdependenta dintre prestatii, obiective comune);
- d) sunt mai frecvente in relatiile dintre tarile dezvoltate si cele in curs de dezvoltare;
- e) reprezinta pentru tarile importatoare un mijloc de dezvoltare a capacitatii proprii de productie, ridicare a competitivitatii ofertei nationale si promovare a exportului.

### **9. Caracteristicile tranzactiilor de barter:**

- a) valorile partizilor de marfuri – exportul si importul – sunt egale, compensatia fiind integral (100%);

- b) marfurile care fac obiectul schimbului nu se factureaza in devize convertibile, si deci nu are loc un transfer valutar;
- c) imбина elemente ale contrapartidei cu elemente ale actiunilor de cooperare;
- d) schimbul de marfuri se realizeaza, de regula, pe baza unui singur instrument juridic (contract), care contine prevederi referitoare la ambele fluxuri de marfuri (export si import);
- e) schimbul de marfuri are loc simultan sau la intervale foarte scurte de timp.

#### **10. Caracteristicile operatiunilor paralele:**

- a) operatiunea se intemeiaza pe doua contracte care opereaza independent unul fata de celalalt, dar intre care se stabileste o conditionare;
- b) fiecare dintre cele doua partizi de marfuri, de export si import, sunt facturate si decontate in valuta, utilizandu-se modalitatile de plata cunoscute;
- c) nu are loc o compensare integrala, partile stabilesc contractual rata de compensare pe care trebuie sa o realizeze;
- d) sunt mai frecvente in relatiile dintre tarile dezvoltate si cele in curs de dezvoltare;
- e) numarul partenerilor din cele doua tari care participa la aceasta operatiune nu este cu necesitate egal.

#### **11. Pentru combaterea obiectiunilor se pot utiliza diferite metode, dintre care se pot mentiona:**

- a) formularea obiectiei, incepandu-se cu problemele considerate mai dificile si continuandu-se cu cel mai usoare;
- b) folosirea obiectiunii ca punct de plecare pentru invocarea de noi argumente;
- c) eludarea, adica retrimiteria rezolvarii pentru mai tarziu;
- d) compensarea, adica oferirea unui avantaj cel putin echivalent cu minusurile din oferta sesizate de partener;
- e) previziunea obiectiunii prin punerea in evidenta, inaintea clientului, a punctelor slabe.

#### **12. Suma care se plateste pentru cumpararea unei licente internationale se numeste:**

- a) Onorariu;
- b) Taxa;
- c) Comision;
- d) Redeventa;
- e) Tarif de servicii.

**13. Licitatiile internationale constituie o modalitate de tranzactionare pentru:**

- a) Obiecte de arta;
- b) Terenuri si alte active imobiliare tranzactionate intens pe piata nationala;
- c) Bunuri de consum tranzactionate intens pe piata internationala;
- d) Bunurile fungibile pe pietele caracteristice;
- e) Bunuri corporale.

**14. Contractarea proiectelor de obiective complete sau a exporturilor complexe se efectueaza cel mai frecvent pentru:**

- a) construirea obiectivelor industriale;
- b) activitate educationala;
- c) activitatea de Administratie Publica;
- d) activitatea editoriala;
- e) activitatea industriala.

**15. Exportul direct se efectueaza prin:**

- a) organizarea departamentelor de export in cadrul intreprinderii producatoare;
- b) utilizarea firmelor de Comert exterior;
- c) utilizarea firmelor de comert cu amanuntul pe piata interna;
- d) utilizarea firmelor specializate in tranzactii comerciale internationale;
- e) clienti.

**16. Spre deosebire de francizare, licentierea international are loc frecvent in:**

- a) Productia agricola;
- b) Productia miniera si petroliera;
- c) Retelele de hoteluri si restaurante;
- d) Productia de bunuri si servicii industriale;
- e) Productia de masini.

**17. Exportul direct este avantajos pentru:**

- a) Intreprinderile producatoare de bunuri artizanale
- b) Intreprinderile producatoare cu experienta si vanzari mari concentrate pe piata internationala;
- c) Intreprinderile producatoare cu vanzari ocazionale pe piata internationala;
- d) Intreprinderile necompetitive pe piata interna;
- e) Intreprinderile producatoare mici si mijloci fara resurse financiare aferente si personal specializat pentru piata internationala.

**18. Operatiunea comerciala de Lohuri implica:**

- a) Decontari in tranzactiile financiare;
- b) Plata pentru importul unor bunuri de consum;

- c) Achizitii de bunuri generale;
- d) Subcontractarea productiei si tranzactionarea la comanda unui ordonator sau beneficiar extern;
- e) Plata pentru importul unui echipament industrial.

**19. Operatiunile de comert international care implica decontarea partiala sau totala cu marfuri poarta denumirea de:**

- a) Operatiuni de managementul resurselor umane specializate;
- b) Operatiuni comerciale compensatorii sau, folosind un termen generic de contrapartida;
- c) Operatiuni de managementul productiei;
- d) Operatiuni de schimb valutar;
- e) Operatiuni de gestionare a riscului valutar.

**20. Exportul indirect se efectueaza prin:**

- a) Utilizarea caselor de comert exterior;
- b) Organizarea sucursalelor proprii de servicii in tarile importatorilor;
- c) Organizarea retelelor proprii de distributie si vanzare;
- d) Organizarea filialelor proprii de productie in strainatate;
- e) Organizatii producatoare de bunuri.

**21. Spre deosebire de licentiere, francizarea internationala implica:**

- a) Identificarea unor agenti economici strict specializati;
- b) Independenta completa a francizatului;
- c) Un pachet sau format complet de afaceri;
- d) Renuntarea la controlul managerial si de marketing;
- e) Un contract pe durata nedeterminata.

**22. Operatiunile de cooperare internationala sau aranjamentele colaborative, cum mai sunt cunoscute in literatura si practica internationala de specialitate, cuprind:**

- a) Contractarea managementului si contractarea productiei;
- b) Investitii in extinderea capacitatilor de productie interna;
- c) Exportul si importul direct de produse si servicii;
- d) Investitii si filiale de productie din strainatate;
- e) Investitii simple.

**23. Din punct de vedere comercial si juridic, firmele specializate in tranzactiile comerciale internationale sunt:**

- a) Compartimente de export in cadrul intreprinderilor producatoare;
- b) Organizatii de marketing international;
- c) Sucursale de servicii ale intreprinderilor producatoare;

- d) Retele de distributie in cadrul intreprinderilor producatoare;
- e) Departamente de export import in cadrul intreprinderilor producatoare.

**24. Drepturile de proprietate intelectuala se protejeaza prin:**

- a) Raportarea statistica privind personalul angajat in activitatea de export-import;
- b) Raportarea statistica a productiei pentru export;
- c) Raportarea statistica a vanzarilor pe piata internationala;
- d) Raporturi de cooperare;
- e) Nici una din variantele de mai sus.

**25. Exportul indirect este avantajos pentru:**

- a) Intreprinderile mici si mijloci care nu detin resurse financiare suplimentare si personal specializat in tranzactii comerciale internationale;
- b) Intreprinderile producatoare de echipamente de capital care detin experienta internationala, personal competent si resurse financiare suplimentare;
- c) Intreprinderile producatoare ale caror cifra de afaceri se bazeaza preponderent pe vanzarea internationala;
- d) Intreprinderile producatoare care detin filiale de vanzare in strainatate;
- e) Clienti.

**26. Operatiunile de off-set se refera la:**

- a) Compensatie intre bancile centrale;
- b) Compensatie intre fondurile de investitii;
- c) Decontari ulterioare efectuarii importurilor;
- d) Lucrari de constructii-montaj interne;
- e) Operatiuni bancare.

**27. Drepturile de proprietate intelectuala se tranzactioneaza sub forma:**

- a) Operatiunilor de managementul riscurilor;
- b) Operatiunilor pe pietele monetare;
- c) Licentierii si francizarii;
- d) Operatiuni de hedging;
- e) Operatiunilor pe pietele de capital.

**28. Relatia juridica intre producatorul pentru export si firma specializata in tranzactii comerciale implica:**

- a) Incheierea unui contract de vanzare intre producator si firma specializata;
- b) Incheierea unui contract de operatiuni financiare;
- c) Incheierea unui contract de expediere a produselor;
- d) Incheierea unui contract de asigurare;
- e) Incheierea unui contract de transport.

**29. Spre deosebire de termenul generic de contrapartida, operatiunile propriu-zise in contrapartida se refera la:**

- a) Operatiuni paralele conditionate de export si import intre parteneri;
- b) Operatiuni guvernamentale de compensari reciproce;
- c) Operatiuni de plata in natura;
- d) Plata unei datorii cu titluri financiare;
- e) Barter de marfuri si/sau servicii.

**30. Comisionarul de export import se deosebeste de reprezentatul comercial prin:**

- a) Independenta fata de producatorul de export;
- b) Domeniul competentelor in operatiunile de vanzare-cumparare internationala;
- c) Aria geografica de activitate;
- d) Durata relatiilor financiare;
- e) Modul de compensare a activitatilor.

**31. Licentierea internationala se refera la:**

- a) Formarea specializata a personalului de vanzari;
- b) Produse, procese, tehnologii de fabricatie, servicii bunuri intelectuale;
- c) Instruirea specializata a personalului ethnic;
- d) Pachete sau formate complete de afaceri – nu stiu sigur – francize;
- e) Productia industrială.

**32. In epoca actuala, dezvoltarea unei tari este conditionata de participarea la diviziunea mondiala a muncii ce exprima:**

- a) relatiile ce se stabilesc intre statele lumii in procesul dezvoltarii productiei si comertului international;
- b) procesul de specializare nationala in productie a economiilor internationale;
- c) adaptarea la potentialul economic al statelor;
- d) rolul ce revine fiecarui stat in circuitul de valori economice;
- e) nici una din variantele de mai sus.

**33. Factorii ce determina diviziunea mondiala a muncii pot fi:**

- a) conditiile economice din fiecare tara;
- b) gradul de dezvoltare economica si sociala;
- c) traditiile culturale;
- d) nivelul tehnic si gradul de diversificare al aparatului productiv;
- e) obiceiurile.

**34. Cel mai important factor actual de dinamizare al economiei mondiale si de influentare a diviziunii mondiale a muncii este considerat:**

- a) conditiile naturale din fiecare tara;
- b) traditiile economice;
- c) marimea teritoriului;
- d) revolutia tehnico-stiintifica;
- e) obiceiurile.

**35. Organismele internationale clasifica exportul ca structura in:**

- a) materii prime si produse manufacturate;
- b) produse de baza si produse manufacturate;
- c) produse alimentare si produse chimice;
- d) combustibili si masini , utilaje si mijloace de transport;
- e) servicii.

**36. In anii '90, ponderea produselor de baza si a celor manufacturate in structura exportului mondial se prezenta in jurul urmatoarelor procente:**

- a) 64% produse de baza si 36% produse manufacturate;
- b) 25% produse de baza si 75% produse manufacturate;
- c) 75% produse de baza si 25% produse manufacturate;
- d) 36% produse de baza si 64% produse manufacturate;
- e) 20% produse de baza si 80% produse manufacturate.

**37. In prezent curente schimburilor comerciale internationale inregistreaza urmatoarele fluxuri:**

- a) intre tarile capitaliste dezvoltate ( N-S);
- b) intre tarile capitaliste dezvoltate si tarile in curs de dezvoltare (N-N);
- c) intre tarile cu economie in tranzitie;
- d) intre tarile cu economie in tranzitie si cele in curs de dezvoltare;
- e) intre tarile capitaliste subdezvoltate.

**38. Care din urmatoarele afirmatii considerati ca sunt adevarate:**

- a) politica economica este o parte componenta a politicii comerciale;
- b) politica comerciala este o parte componenta a politicii economice;
- c) politica economica vizeaza sfera comertului si a relatiilor economice;
- d) politica comerciala vizeaza dezvoltarea economica pe termen lung a tarii;
- e) nici una din variantele de mai sus.

**39. Politica economica a tarilor dezvoltate este orientata pe atingerea urmatoarelor obiective:**

- a) stabilizarea inflatiei;
- b) excedentarea balantei de plati externe;

- c) asigurarea unei cresteri economice sustinute;
- d) mentinerea unui grad cat mai ridicat si stabil a ofertei de forta de munca;
- e) stabilirea nivelului de coruptie.

**40. Functiile ce revin politicii comerciale sunt:**

- a) imbunatatirea raportului de schimb;
- b) promovarea relatiilor comerciale externe;
- c) protejarea economiilor de schimb;
- d) modificari in orientarea geografica a comertului exterior;
- e) functii externe.

**41. Politica comerciala imbraca urmatoarele forme in plan teoretic:**

- a) autoritara;
- b) protectionista;
- c) liberala;
- d) deschisa;
- e) inchisa.

**42. Licentele de import fac parte din categoria barierelor netarifare:**

- a) ce implica limitarea cantitativa directa a importurilor;
- b) ce decurg din formalitati vamale;
- c) ce decurg din participarea statului in actul de comert;
- d) ce decurg din standardele aplicate;
- e) care nu se iau in calcul.

**43. In categoria barierelor ce decurg din formalitati vamale si administrative privind importurile includem:**

- a) modalitatile concrete de evaluare a marfurilor in vama;
- b) achiziitiile guvernamentale;
- c) acordurile privind comercializarea ordonata a produselor;
- d) prelevarile variabile la import;
- e) achiziitiile private.

**44. Masurile bugetare de stimulare a exporturilor includ:**

- a) creditele la export;
- b) primele valutare;
- c) subventiile la export;
- d) deprecierea monedei nationale;
- e) creditele la import.

**45. Creditul cumparator face parte din urmatoarea categorie de masuri:**

- a) bugetare;
- b) fiscale;

- c) financiar - bancare;
- d) valutare;
- e) comerciale.

**46. Mostra reprezinta:**

- a) un indicator de eficienta;
- b) o marfa ce se asteapta sa ajunga asa cum este la destinatie;
- c) o parte reprezentativa a marfii sau un exemplar complet;
- d) o descriere a marfii;
- e) obiectul contractului comercial.

**47. Caracteristicile contractului de expeditie sunt urmatoarele:**

- a) este un contract consensual;
- b) are caracter comercial prin expeditionar, comisionar;
- c) este un contract oneros si comutativ;
- d) este un contract autonom pentru ca expeditionarul exercita din proprie initiativa optiunile in alegerea tipului de transport adecvat pentru deplasarea marfii si a carausului adecvat.
- e) toate variantele de mai sus.

**48. Contractul de report:**

- a) este acel contract prin care o parte, vanzatorul, se obliga sa transmita dreptul de proprietate asupra unui bun catre cealalta parte, cumparatorul, care se obliga sa plateasca o suma de bani drept pret;
- b) este contractul an temeiu al caruia debitorul unei obligatii constituie in favoarea creditorului o garantie reala asupra unor bunuri mobile sau drepturi in scopul asigurarii executarii obligatiei asumate;
- c) reuneste totalitatea prestatiilor conexe transportului, inclusiv cele realizate la destinatie;
- d) este un contract prin care o persoana, numita mandatar, se obliga sa incheie, in baza unei imputerniciri, pe seama unei alte persoane, numita mandant, unul sau mai multe acte juridice care pentru mandant sunt fapte de comert;
- e) toate variantele de mai sus.

**49. Dreptul de autor - conditii necesare:**

- a) sa fie vorba despre o creatie intelectuala, o creatie a mintii omului;
- b) sa fie vorba despre o creatie exprimata intr-o forma concreta, perceptibila simturilor umane;
- c) creatia intelectuala trebuie sa prezinte originalitate;
- d) trebuie sa reflecte exprimarea personalitatii creatorului;
- e) toate variantele de mai sus.

**50. Scontarea presupune incasarea, inainte de scadenta, a unei sume de bani inscrise intr-un titlu de credit. Avantaje:**

- a) contribuie la imbunatatirea fluxului de numerar al beneficiarului (vanzatorului);
- b) majorarea capitalului de lucru;
- c) sporirea puterii de negociere in raport cu furnizorii;
- d) stabilitatea financiara;
- e) toate variantele de mai sus.

**51. Linia de credit este o metoda de finantare a activitatii de ansamblu a firmei implicata intr tranzactie comerciala. Printre avantaje se numara:**

- a) o oarecare autonomie, prin faptul ca pot fi realizate trageri si rambursari in orice moment;
- b) termenul de valabilitate nu poate fi prelungit;
- c) majorarea capitalului de lucru;
- d) sporirea puterii de negociere in raport cu furnizorii;
- e) stabilitate financiara.

**52. In procesul argumentarii se disting mai multe etape:**

- a) identificarea cunostintelor partenerului asupra scopului si a obiectului argumentarii;
- b) recapitularea cunostintelor proprii asupra partenerului, pentru a le folosi in stabilirea comportamentului in timpul argumentarii;
- c) stabilirea posibilitatilor si a limitelor in ceea ce priveste compromisurile pe care partenerii le pot face;
- d) prefigurarea obiectiilor, a acceptarii sau a respingerii acestora;
- e) toate variantele de mai sus.

**53. Prenegocierea ca prima faza de desfasurare a oricarei negocieri, include:**

- a) schimburi de pareri;
- b) reconsiderari mai mari sau mai mici a pozitiiilor;
- c) eventuale compromisuri in scopul pregatirii unei intelegeri reciproc avantajoase sau cel putin reciproc acceptabile;
- d) dezbateri;
- e) toate variantele de mai sus.

**54. Dupa tipul operatiei sau obiectul impunerii vamale, taxele vamale sunt:**

- a) cu orientare protectionista;
- b) cu orientare fiscala;
- c) de export;

- d) antidumping;
- e) de import.

**55. Masurile de promovare a exporturilor se refera la:**

- a) conventii si acorduri comerciale;
- b) primele de export;
- c) creditele de export;
- d) debitele de import;
- e) creditele de import.

**56. Cecul:**

- a) este un ordin neconditionat de plata;
- b) are forma scrisa;
- c) presupune implicarea a trei parti: tragator, banca, beneficiar;
- d) presupune existenta unor fonduri suficiente in contul tragatorului;
- e) toate variantele de mai sus.

**57. Avansul in devize:**

- a) este o forma de credit pe termen mediu;
- b) este o metoda de protectie contra riscului ratei de schimb;
- c) procentul de dobanda fixat;
- d) este o forma de debit pe termen lung;
- e) toate variantele de mai sus.

**58. Contractul de licenta:**

- a) este contractul prin care titularul unui drept de proprietate industrială transmite altei persoane folosința acestui drept în schimbul banilor sau a produselor;
- b) implica două parti: licențiar și beneficiar;
- c) poate acorda licențiatului drepturi exclusive de utilizare a invenției, fără ca ulterior licențiatul să mai poată ceda aceleși drepturi altei persoane;
- d) poate acorda licențiatului dreptul de exploatare, dar se păstrează posibilitatea de acordare și altor terțe persoane.
- e) toate variantele de mai sus.

**59. Elementele componente ale know-how-ului sunt:**

- a) abilitatea tehnică;
- b) experiența tehnică;
- c) cunoștințele tehnice;
- d) procedeele;
- e) toate variantele de mai sus.

## 60. Modalitati de plata uzuale in tranzactiile comerciale sunt:

- a) plata in avans;
- b) compensatiile
- c) platile electronice;
- d) contul deschis;
- e) toate variantele de mai sus.

## 6.2. Bibliografie

1. Burciu A., Kicsi R. I., Cibotariu I. Ş., Hurjui M. C., *Tranzacții comerciale international*, Editura Polirom, 2010

2. Gorun D., *Contracte comerciale interne si international*, Editura Pro Universitaria, 2017

3. Macovei I., *Tratat de drept al comertului international*, Editura Universul Juridic, 2014

4. Marcu M., Vladuca L., *Tranzactii comerciale- Suport de curs*, Universitatea Hyperion din Bucuresti, 2022

5. Mionel O., Orheian O. M., *Tranzactii comerciale. Aplicatii si studii de caz*, Editura Universitara, 2016

6. Mionel O., *Tranzactii comerciale. De la national la international*, Editura Universitara, 2016

7. Tuleasca L., *Dreptul comertului international. Tranzactii comerciale international*, Editura Universul Juridic, 2017

## 6.3. Răspunsuri teste grilă

1	c	11	a	21	c	31	b	41	b	51	a
2	d	12	d	22	a	32	a	42	a	52	e
3	a	13	a	23	b	33	d	43	a	53	e
4	b	14	a	24	c	34	d	44	c	54	c
5	d	15	a	25	a	35	b	45	c	55	a
6	c	16	d	26	b	36	b	46	c	56	e
7	c	17	b	27	c	37	c	47	e	57	b
8	b	18	d	28	a	38	b	48	e	58	e
9	c	19	b	29	a	39	c	49	e	59	e
10	d	20	a	30	b	40	b	50	a	60	e

## **7. MANAGEMENTUL RESURSELOR UMANE**

### **7.1. Teste grilă**

#### **1. Sunt functiuni ale firmei:**

- a) cercetarea-dezvoltarea, comerciala, financiar-contabila, productia, de personal;
- b) antrenarea, coordonarea, cercetarea-dezvoltarea;
- c) comerciala, de personal, financiar-contabila, controlul, productia;
- d) managementul resurselor umane, financiar-contabila, productia;
- e) previziunea, organizarea, coordonarea, antrenarea, control-evaluarea.

#### **2. Constituie ceea ce numim managementul resurselor umane:**

- a) functiile de previziune si coordonare;
- b) functiile de organizare, coordonare si antrenare;
- c) functiile de coordonare, control-evaluare si previziune;
- d) functiile de coordonare, organizare si control;
- e) functiile de previziune si evaluare.

#### **3. Organizatia reprezinta:**

- a) o firma;
- b) o colectivitate umana care realizeaza bunuri sau presteaza servicii;
- c) o unitate sociala in care se incadreaza si se integreaza fiecare membru in scopul realizarii unor obiective prestabilite;
- d) o organizatie care desfasoara activitati ce aduc profit;
- e) o intreprindere mica sau mijlocie.

#### **4. Functiunea de personal a firmei implica activitati de:**

- a) atragere a resurselor umane, gestionarea salariilor si a nevoii de personal a firmei;
- b) utilizare a resurselor financiare de catre oameni;
- c) mentinere a sistemului de relatii cu alte firme;
- d) utilizare a resurselor umane ale firmei pentru obtinerea de profit;
- e) relationare intre persoanele care isi desfasoara activitatea intr-o organizatie.

#### **5. Decizia de selectare a personalului pentru o firma apartine:**

- a) managerului si salariatiilor;
- b) managerului de personal si managerului general;
- c) managerului etnic;
- d) sefului compartimentului/departamentului de resurse umane;
- e) actionarilor.

**6. Specializarea organizatorica se realizeaza pe baza urmatoarelor factori:**

- a) produs/proiect;
- b) regiune, proiect, produs;
- c) functiune, produs/serviciu, localizare geografica, proiect;
- d) regiune, produs, serviciu;
- e) functiune, produs, serviciu.

**7. Elementele componente ale organizatiei productive sunt:**

- a) scopul, obiectivele, oamenii, structura, tehnologia, mediul extern, cultura si valorile organizationale;
- b) viziunea, misiunea, obiectivele, mijloacele, resursele, termenele;
- c) cunostintele, tehnologiile, oamenii, valorile, cultura, informatiile;
- d) scopul, obiectivele si termenele de realizare a obiectivelor;
- e) viziunea, misiunea, strategia si politicile.

**8. Obiectivele planificarii resurselor umane constau in obtinerea:**

- a) timpului optim necesar efectuării operațiilor de lucru;
- b) oamenilor potriviți, cu cunostintele, abilitatile si experienta necesare desfasurarii unei anume activitati;
- c) celor mai reduse costuri de productie;
- d) celor mai mici costuri cu manopera;
- e) profitului.

**9. Analiza posturilor reprezinta:**

- a) procesul de prognozare a necesarului de personal;
- b) procesul de comparare a posturilor existente cu cele nou create;
- c) procedeul prin care se determina sarcinile, activitatile, competentele si responsabilitatile specifice unui post;
- d) modul de realizare a structurii organizatorice;
- e) procesul de stabilire a categoriilor de personal ce va fi angajat.

**10. Dupa modul de imbinare si raporturile care se stabilesc intre subdiviziunile organizatorice, structurile organizatorice sunt:**

- a) structura organizatorica ierarhica, functionala si ierarhic-functionala;
- b) structura organizatorica de conducere si de executie;
- c) structura organizatorica functionala si operationala;
- d) structura organizatorica tip piramida si liniara;
- e) structura organizatorica formala si informala.

**11. Motivarea personalului este:**

- a) un comportament adaptat de personal in vederea atingerii scopurilor;
- b) un comportament adaptat de manager in vederea sanctionarii angajatilor;
- c) asigurarea unui climat organizational eficient;
- d) un comportament adaptat de manager in vederea motivarii angajatilor;
- e) realizarea obiectivelor individuale la locul de munca.

**12. Performanta in munca a angajatilor depinde de:**

- a) conditiile bune de munca, experienta si dorinta de autodepasire;
- b) mediul de munca, abilitatile personalului, motivatia personalului;
- c) mediul de lucru, stimulentele, capacitatea de munca;
- d) sanatatea si securitatea muncii;
- e) capacitatea managerului de a-i motiva pe angajati.

**13. Piata muncii se poate defini astfel:**

- a) mecanism complex, care asigura reglarea cererii si a ofertei de forta de munca atat prin decizii libere ale subiectilor economici cat si prin intermediul salariului nominal;
- b) negocierea permanenta intre purtatorii ofertei de munca si cei ai cererii de munca sub aspect cantitativ si structural;
- c) spatiu economic unde se incheie tranzactii in mod liber intre detinatorii de capital in calitate de cumparatori si posesorii de forta de munca in calitate de vanzatori;
- d) piata unde se intalnesc cererea si oferta de forta de munca;
- e) spatiul unde se deruleaza activitatile economice.

**14. Solutia la problema imbatranirii demografice este:**

- a) mentinerea persoanelor varstnice in activitate;
- b) disponibilizarea persoanelor varstnice;
- c) pensionarea;
- d) identificarea de forta de munca tanara provenita din alte tari;
- e) incurajarea natalitatii in tara respectiva pentru a contracara efectul imbatranirii populatiei.

**15. Programul de munca prin ore suplimentare presupune:**

- a) eficienta din punct de vedere al costurilor;
- b) utilizarea personalului existent si poate fi aplicata cu minimum de preaviz sau fara;
- c) angajatul este de acord sa fie disponibil pentru a munci un anumit numar de ore in plus pe saptamana;
- d) angajatul este ineficient si de aceea sunt necesare orele suplimentare;
- e) ineficienta din punct de vedere organizatoric si al costurilor.

**16. In domeniul sanatatii si securitatii in munca, angajatorul este obligat sa tina seama de:**

- a) adaptarea la schimbarile tehnologice;
- b) adoptarea masurilor de protectie individuala cu prioritate fata de masurile de protectie colectiva;
- c) aducerea la cunostinta salariatilor a instructiunilor corespunzatoare de protectie la locul de munca;
- d) sedinte lunare de protectia muncii;
- e) cursuri periodice de SSM.

**17. Organigramele pot fi:**

- a) de tip piramida, circular, linear;
- b) de tip circular, liniar, pe zone geografice;
- c) de tip liniar, pe proiecte, mixte;
- d) de tip piramida, regionale;
- e) de tip ciorchine, liniare.

**18. Fisa de post este:**

- a) anexa la organigrama;
- b) documentul de management al resurselor umane care sintetizeaza elementele caracteristice ale unui post si este anexa a contractului individual de munca;
- c) instrument managerial care contine numai descrierea postului;
- d) anexa la conventia de colaborare;
- e) descrierea aptitudinilor persoanei care ocupa postul.

**19. Relatiile de autoritate pot fi:**

- a) ierarhice, de cooperare, de delegare;
- b) de subordonare, de control, de delegare;
- c) ierarhice, functionale, de stat major;
- d) de control, de reprezentare;
- e) de mandat, de reprezentare.

**20. In orice organizatie, politica salariala urmareste:**

- a) recompensarea angajatilor pentru efortul depus, pentru loialitate, experienta si realizari;
- b) atragerea unui numar suficient de angajati;
- c) pastrarea angajatilor necalificati cu salarii mici;
- d) reducerea salariilor;
- e) cresterea salariilor angajatilor.

**21. Regulamentul de Organizare si Functionare este instrumentul de organizare folosit pentru:**

- a) completarea organigramei;
- b) descrierea detaliata a structurii organizatorice si stabilirea regulilor de functionare din firma;
- c) stabilirea regulilor de ordine interioara ale organizatiei;
- d) regulile dupa care functioneaza orice organizatie;
- e) statutul organizatiei.

**22. Comunicarea formala verticala consta in:**

- a) transmiterea de mesaje de la nivelurile ierarhice superioare catre baza piramidei ierarhice;
- b) transmiterea de mesaje intre colegi, in cadrul aceleiasi compartiment sau intre persoane din diferite compartimente, aflate pe aceleasi niveluri ierarhice;
- c) transmiterea de mesaje intre sefi si subalterni, atat pe cale verbala, cat si sub celelalte forme de comunicare interpersonală, de jos in sus si de sus in jos;
- d) transmiterea de mesaje in interiorul organizatiei;
- e) transmiterea de mesaje de sus in jos si de jos in sus.

**23. Comunicarea formala orizontala consta in:**

- a) transmiterea de mesaje intre colegi, in cadrul aceleiasi compartiment sau intre persoane din diferite compartimente, aflate pe aceleasi niveluri ierarhice;
- b) transmiterea de mesaje intre sefi si subalterni, atat pe cale verbala, cat si sub celelalte forme de comunicare interpersonală;
- c) transmiterea de mesaje de la nivelurile ierarhice superioare catre baza piramidei ierarhice;
- d) transmiterea de informatii catre colegii din celelalte compartimente;
- e) comunicarea intre sefi si subalterni din acelasi compartiment/departament.

**24. Care sunt consecintele evaluarii personalului?**

- a) cresterea performantelor angajatului in mod sistematic si planificat, disponibilizare;
- b) elaborarea unui plan de imbunatatire a caracteristicilor postului, promovare sau transfer, formare profesionala pentru perfectionare;
- c) analiza salariu, transfer, relocare;
- d) formarea personalului necalificat;
- e) urmarirea traseului carierei individului.

**25. Evaluarea conventionala reprezinta:**

- a) evaluarea continua a performantei unui angajat, facuta de seful sau direct in cursul activitatii obisnuite;
- b) evaluarea informala;

- c) evaluarea performantelor angajatului in mod sistematic si planificat;
- e) evaluarea anuala;
- f) autoevaluarea.

**26. Formarea profesionala a angajatilor se poate realiza in urmatoarele moduri:**

- a) ucenicie organizata la locul de munca, invatarea prin experienta, instruirea manageriala;
- b) stagii de practica si specializare in tara si in strainatate, formare individualizata, ucenicie organizata la locul de munca;
- c) cursuri de calificare si perfectionare derulate cu furnizori de formare acreditati;
- d) formare colectiva, stagii de adaptare profesionala la cerintele postului si ale locului de munca, delegarea sarcinilor;
- e) participarea la sesiuni interne de coaching si mentoring.

**27. Consilierea profesionala poate fi descrisa ca:**

- a) un proces interactiv intre formare, monitorizare, activitati practice si interviuri personale formale;
- b) activitate in cadrul careia o persoana este ajutata sa se dezvolte si sa accepte o imagine completa despre sine;
- c) ansamblul activitatilor care ii ajuta pe participanti (clienti) sa constientizeze calificarea si abilitatile de care dispun;
- d) indrumarea profesionalizata pentru alegerea unei cariere;
- e) identificarea posibilitatilor de incadrare pe piata muncii a clientilor si sprijinirea in gasirea job-ului adecvat.

**28. Promovarea personalului se face pe baza:**

- a) aplicarii unui sistem de criterii stabilite de catre managementul organizatiei;
- b) varstei salariatilor;
- c) pregatirii profesionale a salariatilor;
- d) competentelor salariatilor;
- e) in conformitate cu recomandarile managerului.

**29. Sistemul de salarizare a personalului trebuie sa fie:**

- a) variabil in functie de criteriile de evaluare;
- b) flexibil, stabil, echitabil si stimulative;
- c) fix;
- d) flexibil;
- e) permanent.

**30. Etapele elaborarii structurii organizatorice sunt:**

- a) stabilirea obiectivelor , stabilirea locului ocupat de firma intre concurenti, stabilirea subdiviziunilor organizatorice, realizarea structurii organizatorice;
- b) stabilirea departamentelor si compartimentelor, elaborarea organigramei, strabilirea structurii organizatorice;
- c) definirea/redefinirea obiectivelor, analiza situatiei existente, elaborarea variantelor de strctura organizatorica, evaluarea eficientei variantelor si alegerea celei optime;
- d) stabilirea subdiviziunilor organizatorice, realizarea structurii organizatorice, stabilirea locului ocupat de firma intre concurenti;
- e) stabilirea subdiviziunilor organizatorice, realizarea organigramei.

**31. Etapele formarii unei echipe eficiente conform modelului Tuckman sunt:**

- a) formarea, furtuna, normarea, eficientizarea, incheierea;
- b) formarea, existenta, dizolvarea;
- c) formarea, dezvoltarea, eficientizarea, dizolvarea;
- d) constituirea echipei, stabilirea componenteii, eficienta echipei, dizolvarea;
- e) formarea, normarea, incheierea, dizolvarea.

**32. Relocarea apare in situatia in care:**

- a) angajatorul nu doreste sa-si pastreze angajatii;
- b) o companie isi deschide un sediu nou intr-un alt oras si un angajat este trimis aici pentru desfasurarea activitatilor pentru care a fost angajat;
- c) desfasurarea activitatii in cadrul altei companii, pe un post diferit;
- d) schimbarea angajatorului;
- e) modificarea sediului unde isi desfasoara activitatea.

**33. Transferul poate fi:**

- a) voluntar, involuntar, de pozitie;
- b) voluntar, lateral, de proba;
- c) voluntar, involuntar;
- d) in alta localitate;
- e) din perspectiva functiei.

**34. Factorii demotivatori sunt:**

- a) probleme de sanatate, distanta mare pana la locul de munca, salariu scazut, conditii de munca periculoase;
- b) nesiguranta locului de munca, nivelul scazut al salariului, tratament diferit al salariatilor, probleme personale;
- c) lipsa bunavointei, lipsa banilor, probleme de sanatate si securitate personala;

- d) saracia, venituri scazute, probleme personale;
- e) lipsa de resurse materiale pentru asigurarea unui trai decent.

**35. Capitalul uman poate fi definit astfel:**

- a) stocul de cunostinte generale utilizate in productie;
- b) capacitatea creativa, sursa a veniturilor scontate a se obtine in viitor;
- c) capacitatea oamenilor de a produce in mod eficient bunuri materiale si servicii;
- d) capacitatea personalului organizatiei de a realiza profit;
- e) resursele umane dintr-o tara.

**36. Pentru respectarea normelor de protectie a muncii se impune:**

- a) instruirea, testarea si perfectionarea profesionala a salariatilor;
- b) echipament de protectie corespunzator si materialele igienico- sanitare;
- c) neincluderea timpului afectat activitatilor de instruire in timpul de munca;
- d) perfectionarea personalului;
- e) instruire lunara pentru protectia muncii.

**37. Egalitatea de sanse este conceptul potrivit caruia:**

- a) este pusa in discutie relevanta unei politici sau a unei actiuni cu privire la relatiile de gen, a egalitatii dintre femei si barbate;
- b) libertatea de realizare a aspiratiilor devine cea mai importanta;
- c) toate fiintele umane sunt libere sa-si dezvolte capacitatile personale si sa aleaga fara limitari impuse de roluri stricte;
- d) toate persoanele dintr-o societate care au aceleasi drepturi si libertati;
- e) persoanele nu au limite privind libertatea de exprimare.

**38. Contractul individual de munca este:**

- a) rezultatul acordului de vointa dintre anagajator si angajat;
- b) cu executare imediata si forma scrisa;
- c) bilateral si gratuit;
- d) conventia civila;
- e) un contract de colaborare.

**39. Organigrama de tip liniar:**

- a) distribuie persoanele in structura de sus in jos;
- b) este ordonata de la stanga spre dreapta;
- c) are personalul dispus circular in jurul top managementului care se afla in centrul cercului;
- d) este organigrama care face parte din ROF;
- e) are personalul structurat de jos in sus.

**40. Dintre consecintele pozitive ale comunicarii informale fac parte:**

- a) difuzarea rapida catre concurenti a unor informatii;
- b) contributia potentiala a comunicarii informale la formarea unor grupuri cu interese comune cu obiectivele de baza ale organizatiei;
- c) comunicarea informala intareste solidaritatea si spiritul de echipa;
- d) se practica in cadrul team-buildingurilor;
- e) este de tip ciorchine.

**41. Conflictetele de munca se pot clasifica in:**

- a) conflicte individuale, conflicte la nivelul unei categorii de lucratori dintr-un atelier sau specialitate profesionala , conflicte la nivelul intregii intreprinderi;
- b) conflicte colective si conflicte individuale;
- c) conflicte colective, la nivelul unei categorii de lucratori dintr-un atelier sau specialitate profesionala;
- d) conflicte intre salariati si conflicte intre salariati si manageri;
- e) conflicte in cadrul unui compartiment/departament, conflicte de ramura.

**42. Criteriile de evaluare a performantelor profesionale individuale ale personalului de executie sunt:**

- a) asumarea responsabilitatii, adecvarea la complexitatea muncii, initiativa si creativitatea, rezolvarea problemelor;
- b) gradul de indeplinire a standardelor de performanta, asumarea responsabilitatii, adecvarea la complexitatea muncii, initiativa si creativitatea;
- c) luarea deciziilor, adecvarea la complexitatea muncii, initiativa si creativitatea, rezolvarea problemelor;
- d) nivelul de pregatire profesionala, gradul de realizare a obiectivelor individuale si asumarea responsabilitatii;
- e) initiativa si creativitate in solutionarea problemelor de serviciu, competente potrivite pentru locul de munca pe care il ocupa si 100% realizarea obiectivelor.

**43. Ca metode de pregatire si perfectionare profesionala pot fi utilizate:**

- a) invatare programata, studii de caz, simulari cu roluri, adecvarea la complexitatea muncii, initiativa si creativitatea;
- b) prelegeri, exercitii de grup, lucru in echipa, comunicarea eficienta, adecvarea la complexitatea muncii;
- c) coaching, mentoring, antrenarea angajatilor in rezolvarea problemelor;
- d) formarea profesionala continua;
- e) initierea, calificarea si perfectionarea profesionala.

**44. Costurile formarii profesionale sunt suportate de catre:**

- a) Ministerul Muncii, Familiei si Protectiei Sociale;
- b) organizatie;

- c) angajati;
- d) partial de catre firma/institutie, partial de catre angajat;
- e) AJOFM.

**45. Sunt considerate modalitati de evaluare a personalului dintr-o firma:**

- a) chestionarele, discutiile cu personalul si controlul direct realizat de catre manageri;
- b) deciziile managerului de personal;
- c) organizarea activitatilor de personal;
- d) testele de evaluare sustinute la intervale prestabilite;
- e) autoevaluarea.

**46. Coordonarea este functia managementului prin care:**

- a) o firma functioneaza in bune conditii;
- b) se identifica nevoile de forta de munca ale firmei si se armonizeaza deciziile si actiunile personalului pentru realizarea cu success a obiectivelor propuse;
- c) se realizeaza concentrarea eforturilor, in scopul realizarii obiectivelor previzionate;
- d) se conduce o firma/institutie;
- e) se stabilesc obiectivele pe termen lung ale organizatiei.

**47. Munca reprezinta:**

- a) efortul depus pentru realizarea unui obiectiv;
- b) o activitate umana;
- c) activitatea constienta indreptata spre un anumit scop;
- d) o activitate desfasurata de oameni in scopul obtinerii de profit;
- e) efortul realizat de om pentru a obtine cele necesare traiului.

**48. Varsta standard de pensionare conform legii pensiilor din Romania este in prezent:**

- a) 63 de ani pentru barbati si 60 de ani pentru femei;
- b) 65 de ani pentru barbati si 63 de ani pentru femei;
- c) 65 de ani pentru barbati si 62 de ani pentru femei;
- d) 68 de ani pentru barbati si 65 de ani pentru femei;
- e) 70 de ani pentru barbati si 68 de ani pentru femei.

**49. Metode de disponibilizare corecta a personalului pot fi:**

- a) concedierea pentru incalcarea disciplinei de munca, demisia;
- b) disponibilizarea amiabila, concediere fara preaviz;
- c) disponibilizarea amiabila, concediere in baza propriei cereri;

- d) disponibilizarea ca urmare reorganizarii activitatii firmei;
- e) concedierea colectiva.

**50. Strategiile de personal vizeaza:**

- a) dezvoltarea resurselor umane ale organizatiei;
- b) functiunea de personal a firmei;
- c) performanta salariatilor;
- d) obiectivele firmei;
- e) coordonarea activitatii firmei.

**51. Dimensiunea somajului si rata somajului sunt:**

- a) parametri cu variatii notabile in transferul fortei de munca;
- b) parametri cu grad de instabilitate ridicat;
- c) parametrii rezultativi ai pietei muncii si expresii ale starii de sanatate si functionalitate a organismului economic in ansamblu;
- d) indicatori ai pietei muncii;
- e) standarde ale pietei muncii.

**52. Categoriile de actori pe piata muncii sunt:**

- a) populatia cu varsta de munca, populatia activa, populatia ocupata, somerii, populatia inactiva, populatia descurajata;
- b) populatia activa, populatia ocupata si somerii;
- c) populatia cu varsta de munca, populatia inactiva si populatia active;
- d) populatia activa si populatia ocupata;
- e) populatia descurajata si populatia active.

**53. Fondul Social European este o sursa importanta de finantare a:**

- a) activitatilor de remunerare a fortei de munca;
- b) activitatilor destinate dezvoltarii capacitatii de ocupare a fortei de munca si a resurselor umane;
- c) activitatilor de reducere a pericolelor la locul de munca;
- d) proiectelor cu finantare europeana;
- e) activitatilor de calificare a personalului.

**54. Dintre etapele elaborarii unui sistem eficient de salarizare, se pot mentiona:**

- a) convenirea politicii de avansare;
- b) analiza rezultatelor pe termen scurt;
- c) analiza si evaluarea posturilor precum si analiza comparativa a salariilor;
- d) strategia de salarizare;
- e) stabilirea de politici de salarizare.

**55. Regulamentul de Organizare si Functionare este instrumentul de organizare folosit pentru:**

- a) descrierea detaliata a structurii organizatorice si stabilirea regulilor de functionare din firma;
- b) stabilirea regulilor de ordine interioara ale organizatiei;
- c) completarea organigramei;
- d) stabilirea verigilor organizatorice;
- e) stabilirea regulamentului intern.

**56. Organigrama de tip piramida:**

- a) ordonata de la stanga spre dreapta;
- b) distribuie persoanele in structura de sus in jos;
- c) are personalul dispus circular in jurul top managementului care se afla in centrul cercului;
- d) are personalul de executie la baza piramidei;
- e) are personalul de conducere dispus la baza piramidei.

**57. Reprezentantii salariatilor au urmatoarele atributii principale:**

- a) sa urmareasca includerea salariatilor in asociatii;
- b) sa participe la elaborarea organigramei;
- c) sa sesizeze inspectoratul de munca cu privire la nerespectarea dispozitiilor legale si ale contractului colectiv de munca aplicabil;
- d) sa participe la sedintele de lucru din firma;
- e) sa preia problemele personalului legate de activitatea de resurse umane si sa le solutioneze.

**58. Medierea presupune:**

- a) ca terta persoana care intervine, sa-si asume un rol activ, audiind partile si propunandu-le o solutie;
- b) interventia unei comisii de conciliere, care acorda asistenta partilor atunci cand negocierile directe intra in impas;
- c) solutionarea conflictelor de munca individuale;
- d) solutionarea conflictelor de munca colective;
- e) sa negocieze cu managementul firmelor conditiile de munca ale angajatilor.

**59. Principalele forme de pregatire profesionala a adultilor sunt:**

- a) initierea, calificarea, perfectionarea, specializarea, recalificarea;
- b) instruire in vederea dobandirii de aptitudini, si competente;
- c) instruire pe post (on the job), mentorat/consiliere, delegarea sarcinilor;
- d) delegarea de autoritate, calificarea personalului, recalificarea;
- e) tutorat, instruire la locul de munca, consilire si orientare.

### 60. Metodele de dezvoltare manageriala sunt:

- a) instruire in vederea dobandirii de aptitudini, instruirea manageriala, invatarea prin experienta;
- b) educatia manageriala, instruirea manageriala, invatarea prin experienta;
- c) instruire si perfectionare pe baza de competente, educatia manageriala, instruirea manageriala;
- d) studii masterale in domeniul managementului, experienta la locul de munca;
- e) studii postuniversitare manageriale.

## 7.2. Bibliografie

1. Dimitrescu, M., *Managementul resurselor umane*, Editura Victor, București, 2010
2. Gheorghe, I., *Managementul resurselor umane – psihologia personalului*, Editura Victor, București, 2001
3. Gudănescu N., *Managementul resurselor umane, Suport de curs*, 2022
4. Lefter, V., Deaconu, A., Marinas, C., *Managementul resurselor umane – Torie si practica*, Editura Economică, București, 2008
5. Manolescu, A.; Lefter, V.; Deaconu, A., *Managementul resurselor umane*, Editura Economică, București, 2007
6. Pânișoară I. O., Pânișoară., G., *Managementul resurselor umane*, Editura Polirom, 2016

## 7.3. Răspunsuri teste grilă

1	a	11	a	21	b	31	a	41	a	51	c
2	b	12	b	22	c	32	b	42	b	52	a
3	c	13	c	23	a	33	c	43	c	53	b
4	a	14	a	24	b	34	b	44	b	54	c
5	b	15	b	25	c	35	c	45	a	55	a
6	c	16	c	26	b	36	b	46	b	56	b
7	a	17	a	27	c	37	c	47	c	57	c
8	b	18	b	28	a	38	a	48	b	58	a
9	c	19	c	29	b	39	b	49	c	59	a
10	a	20	a	30	c	40	c	50	a	60	b

## **8. COMERȚ ELECTRONIC**

### **8.1. Teste grilă**

**1. Dacă mesajul este suficient de mic pentru a fi transmis într-un singur pachet, se utilizează un protocol simplu, numit:**

- a) Transmission Control Protocol (TCP);
- b) Internet Protocol (IP);
- c) Internet Service Provider (ISP);
- d) User Datagram Protocol (UDP);
- e) nici un răspuns corect.

**2. Este tip de tranzacție pe piața virtuală: a)B2C; b)C2C; c)C2B; d)B2A**

- a) a;
- b) a+b;
- c) b+c+d;
- d) a+b+c+d;
- e) nici un răspuns corect.

**3. Firma „1-800FLOWERS.COM” care vinde flori proaspete prin intermediul site-ului propriu acționează pe piața virtuală preponderent în tranzacții:**

- a) B2C;
- b) C2B;
- c) B2B;
- d) C2C;
- e) B2A.

**4. Internet Network Information Center reprezintă: a)o corporație care se ocupă cu întreținerea Internetului; b)un grup de instituții și companii internaționale ce dezvoltă și impun standarde universale pentru dezvoltarea paginilor Web; c)o firmă de webdesign. Selectați răspunsul corect:**

- a) a;
- b) a+b;
- c) b+c;
- d) a+b+c;
- e) niciuna.

**5. Internetul reprezintă:**

- a) mulțimea tuturor rețelelor IP interconectate;
- b) milioanele de calculatoare atașate la rețea;

- c) comunitatea milioaneilor de utilizatori;
- d) toate cele de mai sus;
- e) nici un raspuns corect.

**6. Nu este o caracteristica a mediului in care opereaza companiile virtuale: a) caracterul global; b) posibilitatea disparitiei intermediarilor; c) scaderea importantei nevoilor consumatorilor. Selectati raspunsul corect:**

- a) a;
- b) a+b;
- c) c;
- d) a+b+c;
- e) nici un raspuns corect.

**7. In cazul limbajului de programare PHP, sunt adevarate urmatoarele afirmatii:**

- a) software open source (OSS) gratuit;
- b) acronim pentru Hypertext Preprocessor;
- c) interactioneaza cu mai multe tipuri de baze de date;
- d) toate raspunsurile sunt adevarate;
- e) nici un raspuns nu este adevarat.

**8. Serverele Web folosesc pentru distribuirea datelor software compatibil cu limbajul: a) HTML; b) XML; c) JSON; d) URL. Selectati raspunsul corect:**

- a) a;
- b) b+c;
- c) c;
- d) a+b;
- e) a+b+c.

**9. Titlul paginii se scrie intre tag-urile:**

- a) <html> si </html>;
- b) <head> si </head>;
- c) <title> si </title>;
- d) <body> si </body>;
- e) <div> si </div>.

**10. Vizualizarea codului sursa HTML al unei pagini se poate face cu ajutorul comenzii:**

- a) Open code editor;
- b) View/Source din menu-ul browser-ului;
- c) View in pagina HTML;

- d) Open HTML;
- e) Read HTML.

**11. Afisarea datei in PHP se face cu functia:**

- a) getdate();
- b) \$dateInfo;
- c) gettoday();
- d) postdate();
- e) niciuna.

**12. Prezentarile multimedia contin:**

- a) secvente audio, clipuri video;
- b) clipuri video, imagini, text;
- c) doar imagini si text;
- d) A si B;
- e) niciuna.

**13. Acronimul SQL se traduce prin:**

- a) Structured Query Language;
- b) Strong Query Language;
- c) Structured Question Language;
- d) Nici o varianta;
- e) Secret Query Language.

**14. Care metoda CRUD citeste dintr-o baza de date:**

- a) select;
- b) insert;
- c) update;
- d) delete;
- e) niciuna.

**15. Care dintre urmatoarele nu reprezinta o dificultate a utilizarii e-afacerilor:**

- a) necesitatea unei infrastructuri informatice dezvoltate;
- b) costuri inalte de acces la serviciile retelelor informatice;
- c) neincrederea reciproca intre partenerii de afaceri;
- d) depasirea stereotipului privind necesitatea intalnirii directe si aprecierii vizuale;
- e) inexistentia unor particularitati culturale de traditii.

**16. Termenul World Wide Web:**

- a) desemneaza un sistem de documente si informatii legate intre ele;
- b) este sinonim cu termenul „Internet”;

- c) sta la baza transmiterii postei electronice (e-mail);
- d) este un element al infrastructurii de retea;
- e) reprezinta un standard de definire si prezentare a paginilor web.

**17. Pentru afisarea paginilor web este utilizata o aplicatie de tip:**

- a) FTP;
- b) server;
- c) browser;
- d) e-mail;
- e) TCP/IP.

**18. Prin motor de cautare se intelege:**

- a) facilitate oferita de aplicatii de a localiza fragmente de text in cadrul documentelor;
- b) o aplicatie online care permite cautarea de informatii pe World Wide Web;
- c) o aplicatie ce permite localizarea serverelor pe baza adreselor DNS;
- d) un protocol utilizat in arhitectura retelei, ce permite ca fiecare computer sa poata primi tot traficul care duce spre clustere;
- e) o aplicatie ce permite posesorilor de dispozitive mobile (laptopuri, tablete sau smartphone) localizarea acestora in cazul pierderii sau sustragerii.

**19. Care dintre urmatoorii termeni nu desemneaza un vector tehnologic al Societatii Cunoasterii?**

- a) Internetul;
- b) cartea electronica;
- c) inteligente artificiale;
- d) e-Guvernarea;
- e) nanoelectronica.

**20. Care dintre urmatoorii termeni nu desemneaza un vector functional al Societatii Cunoasterii?**

- a) managementul cunoasterii;
- b) e-Learning;
- c) e-Sanatatea;
- d) World Wide Web;
- e) e-Economia.

**21. Sistemele care asigura automatizarea procesarii facturilor poarta numele de:**

- a) sisteme de prezentare si plata electronica a facturilor (Electronic Bill Presentment and Payment);
- b) ghiseu virtual de incasare a facturilor(Virtual Counter for Bill Collection);
- c) ATM online pentru incasarea facturilor(Online Bill Collection ATM);

- d) magazin online de servicii bancare(Online Banking Store);
- e) interschimbarea electronica a documentelor (Electronic Document Interchange).

**22. Care dintre urmatoarele operatiuni nu poate sa fie efectuata cu ajutorul PayPal?**

- a) plata produselor si serviciilor achizitionate online;
- b) acceptarea cartii de credit;
- c) trimiterea si primirea banilor in si din toata lumea;
- d) gestionarea cheltuielilor online;
- e) plata produselor la casieriile hypermarketurilor, statii de alimentare cu combustibil, si alte unitati dotate cu P.O.S.

**23. Varianta medie a unui magazin virtual, comparativ cu cea minimala, trebuie sa includa:**

- a) plata cu cardul a produselor si serviciilor achizitionate online;
- b) facilitati pentru preluarea comenzilor (prin e-mail sau formulare interactive) pe care le vor completa clientii;
- c) catalogul de produse sau servicii cu descrieri tehnice si comerciale pentru fiecare pozitie din catalog;
- d) plata prin ramburs a bunurilor si serviciilor achizitionate;
- e) prezentari interactive – video ale produselor.

**24. Care dintre urmatoarele, nu reprezinta o directie de sprijin a misiunii firmei specifica magazinului online?**

- a) costuri de marketing mai scazute;
- b) distribuirea mai rapida a informatiilor;
- c) cresterea timpului de asteptare pentru fiecare client;
- d) cresterea vanzarilor prin accesul global;
- e) oferirea unui avantaj unic, cum ar fi furnizarea mai multor informatii.

**25. Care dintre urmatoarele nu reprezinta o forma a magazinelor virtuale?**

- a) mall-urile electronice;
- b) notariatele electronice;
- c) comunitatile virtuale;
- d) 3rd party market;
- e) amanet electronic.

**26. Care dintre urmatoarele nu reprezinta o caracteristica a unui magazin virtual?**

- a) designul;
- b) claritatea;

- c) vadul comercial;
- d) rapiditatea;
- e) securitatea;

**27. Care dintre urmatoarele nu reprezinta un avantaj al utilizarii e-afacerilor:**

- a) cresterea considerabila a dinamismului afacerilor;
- b) largirea pietei de desfacere/acces a produselor si serviciilor, ce implica competitivitate;
- c) ambalajele si designul produselor contribuie in mod decisiv la selectia produsului, in defavoarea parametrilor tehnici;
- d) reducerea termenului de realizare a afacerilor, inclusiv a ciclului de fabricatie a produselor, de incheiere a acordurilor;
- e) imbunatatirea calitatii afacerilor, inclusiv posibilitatea definirii online a configuratiei produsului sau serviciului necesar utilizatorului.

**28. In cadrul comunitatilor virtuale, valoarea cea mai importanta este data de:**

- a) design si claritate;
- b) membrii sai (clientisauparteneri), care adauga in formatii proprii pe un mediu de baza furnizat de companie;
- c) conducerea companiei;
- d) personalul companiei;
- e) inventii si inovatii.

**29. Sunt etape in realizarea unui site de comert electronic: a)Analiza; b)Proiectarea; c)Dezvoltarea; d)Testarea; e) Publicitatea. Selectati raspunsul corect:**

- a) a+b;
- b) b+c;
- c) a+b+c;
- d) a+b+c+d;
- e) b+c+d+e.

**30. Sunt tehnologii pentru realizarea aplicatiilor web: a) NodeExpress, Angular, React; b) HTML, CSS si Javascript; c) WASM; d) ASPX, Java, vbscript; e) Android Studio. Selectati raspunsul corect:**

- a) a+b;
- b) b+c;
- c) a+b+c;
- d) a+b+c+d;
- e) b+c+d+e.

**31. O retea locala (LAN) este formata din: a) sistemele de calcul care se interconecteaza; b) adaptoare sau placi de retea, numite in engleza Network Interface Card (NIC); c) mediul fizic de comunicatie, care poate fi un cablu, dar si unde radio, deci fara fir (wireless); d) unitati de interconectare (concentratoare, repetoare, comutatoare, rutere, etc.); e) software pentru administrarea retelei. Selectati raspunsul corect:**

- a) a+b;
- b) b+c;
- c) a+b+c;
- d) a+b+c+d;
- e) a+b+c+d+e.

**32. Conform Legii lui Shanon, capacitatea canalului (C) este viteza maxima cu care se poate transmite fara erori informatia prin canal in functie de: a) banda de frecvente a semnalului (B); b) puterea (P) a semnalului receptionat; c) puterea zgomotului (N). Selectati raspunsul corect:**

- a) a+b;
- b) b+c;
- c) a+b+c;
- d) a+c;
- e) niciuna.

**33. Cadrul Ethernet este format din urmatoarele componente: a) Antet (sau Preambul); b) Date; c) Padding; d) FCS (Frame Check Sequence). Selectati raspunsul corect:**

- a) a+b;
- b) b+c;
- c) a+b+c;
- d) a+b+c+d;
- e) b+c+d.

**34. XSD verifica validitatea structurii si vocabularul unui document XML conform regulilor limbajului XML. Cateva din cele mai populare caracteristici ale XSD sunt urmatoarele: a) nu este recomandat de W3C; b) este mai complex si mai expresiv decat DTD; c) este scris in XML; d) suporta tipuri de date; e) incurajeaza folosirea spatiilor de nume. Selectati raspunsul corect:**

- a) a+b;
- b) b+c;
- c) a+b+c;
- d) a+b+c+d;
- e) b+c+d+e.

**35. Limbajul RDF pentru reprezentarea complexa a datelor este utilizat in urmatoarele directii: a) Evaluarea resurselor, care ofera noi capacitati pentru motoarele de cautare, mai ales in ceea ce priveste clasificarea site-urilor Web; b) Clasificarea datelor pentru descrierea si/sau evaluarea continutului si a relatiilor dintre diverse informatii stocate intr-o biblioteca electronica, site, etc.; c) Facilitarea schimbului de cunostinte de catre agenti web inteligenti; d) Descrierea drepturilor de proprietate intelectuala ale resurselor Web; e) Securitatea datelor. Selectati raspunsul corect:**

- a) a+b;
- b) b+c;
- c) a+b+c+d+e;
- d) a+b+c+d;
- e) b+c+d+e.

**36. Proprietatile rapoartelor realizate cu solutii BI sunt urmatoarele: a) Usor de utilizat; b) Flexibile; c) Usor de personalizat; c) Securitatea marita a datelor; d) solutiile BI au tendinta de a integra tehnologiile Cloud Computing. Selectati raspunsul corect:**

- a) a+b;
- b) b+c;
- c) a+b+c;
- d) b+c+d;
- e) a+b+c+d.

**37. Avand in vedere dezvoltarea internetului si a instrumentelor web au aparut schimbari dramatice in modul in care factorii de decizie functioneaza: a) site-ul Web asigura accesul la un volum mare de date, informatii, cunostinte, disponibile la nivel mondial; b) o interfata prietenoasa grafica cu utilizatorul (GUI), care este usor de folosit; c) colaborarea eficienta cu partenerii de la distanta; d) disponibilitatea instrumentelor de cautare care permit antreprenorilor sa gaseasca informatiile necesare rapid si cu costuri reduse. Selectati raspunsul corect:**

- a) a+b+c+d;
- b) b+c;
- c) a+b+c;
- d) b+c+d;
- e) a+b.

**38. Clientii pot alege intre urmatoarele optiuni de mai jos: a) Software-ul ca serviciu (SaaS); b) Infrastructura ca serviciu (IaaS); c) Platforma ca serviciu (PaaS); d) Munca ca serviciu (WaaS). Selectati raspunsul corect:**

- a) a+b+c;
- b) b+c;
- c) a+b+c;

- d) b+c+d;
- e) a+b+d.

**39. In cele patru variante, eticheta poate fi scrisa: a) <P ALIGN = "center">. .text . . . . . </P>; b) <P ALIGN = "right">. . . text . . . . . </P>; c) <P ALIGN = "justify">. . text . . . . . </P>; d) <P ALIGN = "right">. . . text. . . . . </P>; e) <P ONLOAD = "#">. . . text. . . . . </P>. Selectati raspunsul corect:**

- a) a+b;
- b) b+c;
- c) a+b+c;
- d) a+b+c+d;
- e) b+c+d+e.

**40. XHTML+TIME si SMIL sunt solutii viabile pentru: a) Presentari cu slide-uri, tip Power Point; b) Cursuri bazate pe calculator cu imagini, animatie, voce, text; c) Publicitatea pe site-uri tip E-Commerce; d) TV on-line and Webcasting. Selectati raspunsul corect:**

- a) a+b+c+d;
- b) b+c;
- c) a+b+c;
- d) b+c+d;
- e) a+b.

**41. Urmatorii pasi sunt importanti pentru a temporiza elementele in paginile XHTML: a) Importul unui spatiu de nume XML; b) Stabilirea unui comportament de tip „time2”, asociat cu XHTML+TIME 2.0.; c) Specificarea atributelor de temporizare; d) Specificarea actiunilor asociate. Selectati raspunsul corect:**

- a) a+b+c;
- b) b+c;
- c) a+b+c+d;
- d) b+c+d;
- e) a+b.

**42. XHTML are patru proprietati care permit animatia elementelor: a) t:animate – este o proprietate generic si poate anima aproape toate proprietatile de stil; b) t:animateColor – permite schimbarea atributelor referitoare la culoare; c) t:animateMotion – permite schimbarea atributelor referitoare la orientarea in spatiu (sus, jos, stanga, dreapta); d) t:set – permite schimbarea valorii unui atribut sau proprietati pentru o perioada de timp; e) t:reset – reporneste timpul sistemului incepand cu ora 00:00:00. Selectati raspunsul corect:**

- a) a+b;
- b) b+c;

- c) a+b+c;
- d) a+b+c+d;
- e) b+c+d+e.

**43. Sintaxa PHP este foarte asemanatoare cu cea a limbajelor Perl si C, tinand cont de urmatoarele reguli: a) scriptul PHP incepe si se termina intotdeauna cu <?php respectiv ?> si poate fi plasat oriunde intr-un document; b) scriptul poate fi comentat cu // pentru o linie si /\* pentru mai multe linii; c) orice variabila incepe cu caracterul \$; d) operatorii si principalele structuri de programare sunt mostenite din Perl; e) o functie este un program care poate fi executat acolo unde este nevoie. Selectati raspunsul corect:**

- a) b+c;
- b) a+b+c+d+e;
- c) a+b+c;
- d) a+b+c+d;
- e) b+c+d+e.

**44. Permit realizarea unor proiecte complexe si optimizate pentru motoarele de cautare urmatoarele: a) cunoasterea aprofundata a limbajelor de marcare (HTML, X-HTML, SMIL, samd.); b) cunoasterea unor scripturi client (Javascript, Vbscript, etc.); c) cunoasterea unor scripturi de server (PHP, ASPX); d) cunostinte referitoare la baze de date. Selectati varianta corecta:**

- a) a;
- b) a+b;
- c) b+c+d;
- d) a+b+c+d;
- e) nici un raspuns corect.

**45. Urmatoarele functii PHP accepta un parametru de tip text: a) addslashes(); b) htmlspecialchars(); c) htmlentities(); d) floor(). Selectati raspunsul corect:**

- a) a+b+c;
- b) b+c;
- c) a+b+c;
- d) b+c+d;
- e) a+b+d.

**46. Metoda PHP fetch\_assoc() aplicata unui obiect de tip recordset permite accesul direct la campurile (fields) unui rand (row) dupa:**

- a) denumirea coloanei din interogarea SQL;
- b) indexul coloanei in cadrul tablei;

- c) pozitia ultima a cursorului salvata in tabela de indecsi;
- d) dimensiunea campului respectiv calculat in octeti;
- e) nici un raspuns corect.

**47. Initializarea unei variabile de tip sesiune in PHP se poate face numai dupa instructiunea:**

- a) session\_start();
- b) session\_unset();
- c) session\_destroy();
- d) \$conn->close();
- e) nici un raspuns corect.

**48. Urmatorii selectori sunt folositi curent in CSS:**

- a) .class;
- b) #id;
- c) \* ;
- d) A+B+C;
- e) nici unul.

**49. Sunt corecte urmatoarele definitii de functii in Javascript:**

- a) function sum(x,y) { return x+y; };
- b) let sum = function(x,y) { return x+y; };
- c) let sum = (x,y) => {return x+y;};
- d) A+B+C;
- e) niciuna.

**50. Urmatoarele atribute ale elementului HTML5 video sunt valide:**

- a) autoplay;
- b) loop;
- c) src;
- d) A+B+C;
- e) niciunul.

**51. Urmatoarele tag-uri de HTML prezinta un comportament similar:**

- a) div, object;
- b) span, object;
- c) div, span;
- d) A+B+C;
- e) niciunul.

**52. Urmatoarele elemente ale tag-ului table sunt similare in privinta comportamentului:**

- a) td si tr;
- b) tr si tbody;

- c) td si th;
- d) A+B+C;
- e) niciunul.

**53. Urmatoarele metode pot fi folosite la trimiterea datelor dintr-un form:**

- a) get si put;
- b) post si put;
- c) get si post;
- d) A+B+C;
- e) niciuna.

**54. In cazul paradigmelor de realizare a site-urilor web, urmatoarele metode sunt echivalente:**

- a) remote, distributed ;
- b) micro-services, monolithic ;
- c) monolithic, remote;
- d) A+B+C;
- e) niciuna.

**55. Urmatoarele tehnologii permit o abordare declarativa in programarea site-urilor web:**

- a) NodeJS, Javascript si TypeScript;
- b) Javascript, TypeScript si JSX;
- c) NodeJS, TypeScript si JSX;
- d) A+B+C;
- e) niciuna.

**56. Urmatoarele afirmatii despre instructiunea 'npx create-some-package myapp' sunt adevarate:**

- a) Creeaza scheletul unei aplicatii web NodeJS in folderul myapp;
- b) Lanseaza in executie fisierele binare, instalate sau nu, din pachetul NodeJS;
- c) Poate inlocui cu succes ciclul de viata NPM (create, install, run) ;
- d) A+B+C;
- e) niciuna.

**57. Arhitectura de eBusiness cuprinde urmatoarele: a) Obiecte de business; b) Modele de business; c) Regulile de business; d) Domenii de business; e) Mesaje de business. Selectati raspunsul corect:**

- a) a+b;
- b) b+c;
- c) a+b+c;
- d) a+b+c+d;
- e) toate variantele sunt corecte

**58. Arhitectura suport pt eBusiness de tip monolitic cuprinde urmatoarele:**

- a) interfata client;
- b) logica afacerii;
- c) acces la bazele de date;
- d) A+B+C;
- e) niciuna.

**59. Sunt modalitati de integrare pentru eBusiness, urmatoarele:**

- a) interconectarea interfetelor;
- b) folosirea unui middleware comun;
- c) distribuirea datelor (de ex. Cloud);
- d) integrarea pe servicii (de ex. REST);
- e) toate variantele sunt corecte.

**60. Dezvoltarea interfetelor web moderne se poate realiza conform urmatoarelor paradigme:**

- a) Functional style (de ex. Node Express);
- b) Data oriented design (DAO, de ex. AngularJS);
- c) Component based (de ex. React);
- d) CGI;
- e) A+B+C.

## 8.2. Bibliografie

1. Bucea-Manea-Tonis Radu, *Comerț electronic, Suport de curs*, 2022
2. Bucea-Manea-Tonis, Rocsana & Radu, *Cybermarketing - Teorie si Aplicatii*, Editura Fundatiei Romania de Maine, 2017
3. Burda Alexandru, *Comerț electronic*, Editura Pro Universitaria, 2017
4. Bapat, G., *E-Commerce*, Editura Nirali Prakashan, Pune, 2018
5. Ciotea, V., Ciotea, M., *Tehnologia informațiilor și comunicării în turism, comerț, servicii*, Editura Risoprint, 2005
6. Haig, M., *Mari succese ale unor branduri renumite*, Editura Meteor Business, 2010
7. Middleton, J., *Maeștrii afacerilor on-line*, Editura Meteor Business, 2006
8. Nido, Q., *Profesionist în vânzări*, Editura Curtea Veche, 2010
9. Rahul, M., *LECTURE NOTES ON E-COMMERCE*, INSTITUTE OF AERONAUTICAL ENGINEERING, DUNDIGAL, HYDERABAD, 2022
10. Ries, A., *Un lucru de care depinde viitorul afacerii tale*, Editura Brandbuilders Grup, 2005

### 8.3. Răspunsuri teste grilă

<b>1</b>	d	<b>11</b>	a	<b>21</b>	a	<b>31</b>	e	<b>41</b>	c	<b>51</b>	c
<b>2</b>	d	<b>12</b>	d	<b>22</b>	e	<b>32</b>	c	<b>42</b>	d	<b>52</b>	c
<b>3</b>	a	<b>13</b>	a	<b>23</b>	b	<b>33</b>	d	<b>43</b>	b	<b>53</b>	c
<b>4</b>	a	<b>14</b>	a	<b>24</b>	c	<b>34</b>	e	<b>44</b>	d	<b>54</b>	c
<b>5</b>	d	<b>15</b>	e	<b>25</b>	e	<b>35</b>	c	<b>45</b>	a	<b>55</b>	c
<b>6</b>	c	<b>16</b>	a	<b>26</b>	c	<b>36</b>	e	<b>46</b>	a	<b>56</b>	d
<b>7</b>	b	<b>17</b>	c	<b>27</b>	c	<b>37</b>	a	<b>47</b>	a	<b>57</b>	d
<b>8</b>	b	<b>18</b>	b	<b>28</b>	b	<b>38</b>	a	<b>48</b>	d	<b>58</b>	d
<b>9</b>	c	<b>19</b>	d	<b>29</b>	d	<b>39</b>	d	<b>49</b>	d	<b>59</b>	e
<b>10</b>	b	<b>20</b>	d	<b>30</b>	d	<b>40</b>	a	<b>50</b>	d	<b>60</b>	e

## **9. ECONOMIA ÎNTRERINDERII**

### **9.1. Teste grilă**

**1. Agentii economici: (1) sunt persoane sau grupuri de persoane fizice si/sau juridice; (2) se identifica cu subiectii de proprietate; (3) au ca obiectiv principal obtinerea de profit:**

- a) 1+2;
- b) 1+3;
- c) 2+3;
- d) 1+2+3;
- e) nicio varianta corecta.

**2. Intreprinderea economica: (1) utilizeaza un complex de resurse in vederea realizarii obiectivelor; (2) functioneaza ca un sistem inchis; (3) prezinta o dimensiune tehnico-materiala:**

- a) 1+3;
- b) 2+3;
- c) 1+2;
- d) 1+2+3;
- e) nicio varianta corecta.

**3. In functie de criteriul apartenentei nationale, intreprinderile pot fi: (1) industriale; (2) comerciale; (3) multinationale; (4) mixte:**

- a) 1+2+3;
- b) 1+2;
- c) 3+4;
- d) 1+4;
- e) 1+3.

**4. Inceputul anilor '60 a fost marcat de dezvoltarea:**

- a) intreprinderilor mijlocii;
- b) intreprinderilor mari;
- c) intreprinderilor mici;
- d) microintreprinderilor;
- e) tuturor intreprinderilor.

**5. Macromediul organizatiei cuprinde:**

- a) mediul economic;
- b) furnizorii;

- c) clientii;
- d) firmele concurente;
- e) organismele publice.

**6. Micromediul întreprinderii include: (1) organismele publice; (2) mediul cultural; (3) clientii; (4) mediul tehnologic:**

- a) 1+2+3;
- b) 1+3;
- c) 2+4;
- d) 1+2+3+4;
- e) 1+2+4.

**7. Dimensiunile primare ale unei întreprinderi se refera la:**

- a) controlul fluxului muncii;
- b) concentrarea autoritatii;
- c) structura activitatilor;
- d) procedurile formalizate ale organizatiei;
- e) numarul legaturilor din mediu.

**8. Dimensiunile fundamentale ale întreprinderii sunt:**

- a) standardizarea;
- b) organizarea generala;
- c) structura activitatilor;
- d) specializarea;
- e) calitatea.

**9. In mediul schimbator:**

- a) schimbarile se produc la intervale mari de timp;
- b) se pot prevedea, in general, modificarile;
- c) isi desfasoara activitatea, in prezent, un numar redus de organizatii;
- d) functioneaza numai firmele din ramurile de varf;
- e) influenteaza numai firmele mari.

**10. Întreprinderea are urmatoarele roluri: (1) cultural; (2) social; (3) politic; (4) economic:**

- a) 1+2+3;
- b) 2+4;
- c) 1+3;
- d) 2+3;
- e) 1+4.

**11. Rolul economic al intreprinderii se refera la: (1) implinirea profesionala a salariatilor; (2) atragerea si combinarea factorilor de productie; (3) finalizarea activitatii desfasurate prin producerea de bunuri si servicii; (4) satisfacerea preferintelor consumatorilor:**

- a) 1+2+3;
- b) 2+3;
- c) 1+2+4;
- d) 1+4;
- e) 2+4.

**12. Performanta unei intreprinderi prezinta o dimensiune: (1) materiala; (2) economica; (3) tehnica; (4) culturala:**

- a) 2+3;
- b) 1+2+3;
- c) 1+4;
- d) 1+3+4;
- e) 1+2+3+4.

**13. Functiunile intreprinderii:**

- a) nu sunt notiuni abstracte;
- b) au un caracter specific;
- c) prezinta ponderi diferite in functie de specificul activitatii desfasurate;
- d) sunt prezente doar in anumite intreprinderi;
- e) prezinta ponderi egale in cadrul intreprinderilor.

**14. Functiunea de cercetare-dezvoltare:**

- a) vizeaza si introducerea unor noi metode si tehnici cu caracter organizatoric;
- b) se regaseste in toate organizatiile;
- c) nu este corelata cu functiunea de productie;
- d) comensureaza veniturile si cheltuielile;
- e) presupune activitati care nu utilizeaza resurse.

**15. Functiunea financiar-contabila: (1) presupune activitati care utilizeaza resurse financiare; (2) nu prezinta un caracter corectiv; (3) comensureaza veniturile si cheltuielile:**

- a) 1+2;
- b) 1+3;
- c) 2+3;
- d) 1+2+3;
- e) nici o varianta corecta.

**16. Functiunea de productie:**

- a) nu are in vedere pregatirea productiei;
- b) se manifesta diferit, in functie de profilul organizatiei;
- c) se manifesta egal, indiferent de profilul organizatiei;
- d) nu include activitatea de aprovizionare tehnico-materiala;
- e) prezinta o importanta majora in firmele comerciale.

**17. Functiunea comerciala:**

- a) cuprinde si activitatea de marketing;
- b) nu include activitatea de aprovizionare tehnico-materiala;
- c) vizeaza introducerea unor noi produse si tehnologii;
- d) are in vedere activitatea de evidenta financiara;
- e) presupune activitati care nu utilizeaza resurse.

**18. Functiunea de personal:**

- a) incepe cu activitatea de selectie a personalului;
- b) are in vedere motivarea, perfectionarea si promovarea resurselor umane;
- c) se manifesta egal, indiferent de profilul organizatiei;
- d) presupune activitati care nu utilizeaza resurse;
- e) nu presupune protectia salariatilor.

**19. Structura organizatorica este influentata de:**

- a) dimensiunea intreprinderii;
- b) sistemul informational bancar;
- c) ponderea salariatilor tineri in cadrul firmei;
- d) sistemul monetar bancar;
- e) nu presupune protectia salariatilor.

**20. Structura functionala:**

- a) nu este sinonima cu structura de conducere;
- b) cuprinde structura de productie si conceptie;
- c) este parte componenta a structurii organizatorice;
- d) nici o varianta corecta;
- e) nu presupune protectia salariatilor.

**21. Printre componentele structurii functionale se regasesc:**

- (1) postul; (2) locul de munca; (3) atelierul de productie; (4) compartimentul:
- a) 1+2+3;
  - b) 1+4;
  - c) 2+3+4;
  - d) 2+3;
  - e) 1+3+4.

## **22. Organigrama:**

(1) constituie o expresie a organizarii informale; (2) se realizeaza pe baza unor reguli specifice; (3) este o reprezentare grafica a structurii organizatorice:

- a) 2+3;
- b) 1+2;
- c) 1+3;
- d) 1+2+3;
- e) nicio varianta corecta.

## **23. Organizarea informala:**

- a) nu are conexiuni cu organizarea formala;
- b) prezinta un caracter oficial;
- c) este paralela cu organizarea formala;
- d) nicio varianta corecta;
- e) se refera la organizarea resurselor intreprinderii.

## **24. Functia de previziune a managementului unei intreprinderi:**

a) vizeaza identificarea resurselor necesare realizarii obiectivelor intreprinderii;

- b) urmareste alocarea resurselor pe activitati;
- c) nicio varianta corecta;
- d) intarirea autocontrolului pentru fiecare angajat in parte;
- e) are in vedere organizarea resurselor intreprinderii.

## **25. Activitatea de organizare:**

- a) cuprinde numai organizarea productiei;
- b) are in vedere antrenarea resurselor umane in adoptarea deciziilor;
- c) reuneste trei componente de baza ale intreprinderii;
- d) nici o varianta corecta;
- e) urmareste alocarea resurselor pe activitati.

## **26. Exercitarea functiei de comanda presupune:**

a) motivarea salariatilor in indeplinirea sarcinilor;

b) sincronizarea in timp si spatiu a deciziilor si actiunilor managerilor si angajatilor;

- c) intarirea autocontrolului pentru fiecare angajat in parte;
- d) nicio varianta corecta;
- e) o serie de aspecte ce au in vedere activitatea de aprovizionare tehnico-materiala.

## **27. Deciziile strategice:**

- a) se adopta la nivelul esaloanelor manageriale inferioare/ de jos;
- b) au in vedere un orizont redus de timp;

- c) vizeaza activitatea de ansamblu a intreprinderii;
- d) se adopta la nivelul esaloanelor manageriale medii;
- e) nicio varianta corecta.

**28. Deciziile tactico-operative:**

- a) se refera la o perioada mai scurta de timp;
- b) sunt sinonime cu deciziile-cadru;
- c) se refera la o perioada mai lungi de timp;
- d) se adopta la nivelul superior al conducerii;
- e) nici o varianta corecta.

**29. Sistemul informational: (1) este parte componenta a sistemului informatic; (2) furnizeaza informatii sistemului decizional; (3) trebuie sa asigure tratarea unitara a informatiilor; (4) trebuie sa asigure tratarea neunitara a informatiilor; (5) nici o varianta corecta:**

- a) 2+3;
- b) 5;
- c) 1+2+3;
- d) 1+2;
- e) 2+4.

**30. Dintre functiile sistemului informational, mentionam: (1) functia operationala; (2) functia organizatorica; (3) functia documentara:**

- a) 1+3;
- b) 1+2;
- c) 2+3;
- d) 1+2+3;
- e) nicio varianta corecta.

**31. Managerul care promoveaza un stil de conducere persuasiv:**

- a) adopta decizii fara a tine cont de opiniile salariatilor;
- b) isi consulta colaboratorii in procesul decizional;
- c) incearca sa obtina adeziunea subordonatilor inainte de momentul aplicarii deciziei;
- d) nicio varianta corecta;
- e) conduce prin intermediul altor persoane.

**32. In functie de scopul urmarit, exista urmatoarele tipuri de strategii: (1) strategii de consolidare; (2) strategii inovationale; (3) strategii de dezvoltare; (4) strategii de produs:**

- a) 2+4;
- b) 1+2+3+4;
- c) 3+4;

- d) 1+2;
- e) 1+4.

**33. Dupa sfera de cuprindere, strategiile economice pot fi: (1) de redresare;**

**(2) partiale; (3) globale:**

- a) 1+2+3;
- b) 2+3;
- c) 1+3;
- d) 1+2;
- e) nicio varianta corecta.

**34. Planificarea: (1) este o functiune de baza a managementului; (2) se realizeaza in mod obligatoriu pe termen lung; (3) poate fi strategica si tactica:**

- a) 1+3;
- b) 1+2;
- c) 2+3;
- d) 1+2+3;
- e) nicio varianta corecta.

**35. Planul economic: (1) nu are in vedere activitatea de comert exterior; (2) constituie un instrument esential in activitatea de conducere; (3) concretizeaza prevederile strategiei economice:**

- a) 2+3;
- b) 1+3;
- c) 1+2;
- d) 1+2+3;
- e) nicio varianta corecta.

**36. Mediul extern al intreprinderii determina o serie de efecte asupra intreprinderii, efecte referitoare, de exemplu, la: (1) adoptarea de structuri organizatorice rigide, adecvate frecventei, complexitatii si amplitudinii schimbarilor; (2) multiplicarea „punctelor de contact” intre intreprindere si mediul ei extern, astfel incat sa poata fi sesizate operativ si corect schimbarile; (3) diferentierea modului de definire a atributiilor in cadrul activitatilor, in functie de gradul de afectare a acestora la schimbarile mediului; (4) scaderea importantei activitatilor de prognoza a schimbarilor:**

- a) 1+2+4;
- b) 2+3;
- c) 1+3;
- d) 1+4;
- e) 1+2+3.

**37. Rolul economic al întreprinderii se poate concretiza în următoarele direcții: (1) atragerea și combinarea factorilor de producție, urmărindu-se obținerea unor rezultate bune, la costuri reduse. În acest scop, în cadrul întreprinderii se acționează pentru optimizarea factorilor de producție de care se dispune; (2) finalitatea activității desfășurate rămâne producerea de bunuri și servicii. În acest scop, se urmărește să se producă la costuri maxime, realizându-se, reinnoindu-se și combinându-se în permanență factorii de producție, în funcție de cerințele pieței; (3) distribuirea veniturilor, acest lucru corespunzând acțiunilor specializate de remunerare a factorilor de producție utilizați. O asemenea repartitie se face deci către personalul angajat (sub forma salariilor), stat (impozite și taxe), creditorii (dobânzi, comisioane), organisme sociale (cotizații cu caracter social), asociați (dividende) și întreprindere (autofinanțare):**

- a) 1+2+3;
- b) 1+2;
- c) 2+3;
- d) 1+3;
- e) nicio variantă corectă.

**38. În funcție de modificarea componentelor mediului, de natura raporturilor dintre acestea și de efectele declanșate, mediul extern al firmei cunoaște trei forme de existență: (1) instabil, în cadrul căruia mișcările sunt rare, de mică amploare și ușor previzibile, un mediu specific unor perioade relativ limitate; (2) schimbător, instabil, un mediu în care schimbările sunt frecvente, de o amploare variată, acesta fiind tipul obișnuit de mediu cu care se confruntă întreprinderile din aproape toate sectoarele de activitate; (3) tulburent, unde schimbările sunt foarte frecvente, de amploare, cu incidente profunde asupra activității firmei și greu de anticipat, un mediu „ostil” acesteia:**

- a) 1+2+3;
- b) 1+2;
- c) 2+3;
- d) 1+3;
- e) nicio variantă corectă.

**39. Din combinarea dimensiunii primare ale structurii (specializarea, adică diviziunea muncii în cadrul firmei, standardizarea, respectiv procedurile formalizate ale firmei, formalizarea, care are în vedere gradul de extindere a procedurilor, regulilor și comunicațiilor scrise în cadrul firmei, configurația, care se referă la organizarea generală a firmei, tradiționalismul, adică ponderea procedurilor standardizate, dar nescrise) rezultă dimensiunile fundamentale ale întreprinderii, respectiv: (1) structura**

activitatilor; (2) concentrarea autoritatii; (3) controlul fluxului informatiilor; (4) dimensiunea relatiei activitatilor auxiliare si functionale din cadrul intreprinderii:

- a) 1+2+3;
- b) 2+3+4;
- c) 1+3+4;
- d) 1+2+4;
- e) 1+2+3+4.

**40. Volumul total al activitatilor functiunii de productie este influentat de o serie de factori precum: (1) pregatirea managerilor; (2) inezestrarea tehnica; (3) materiile prime folosite; (4) complexitatea produselor:**

- a) 1+2+3;
- b) 2+3+4;
- c) 1+3+4;
- d) 1+2+4;
- e) 1+2+3+4.

**41. Scopurile intreprinderii reprezinta rezultatele pe care aceasta si le-a propus si pe care incearca sa le atinga. Gradul de realizare al scopului propus defineste performanta intreprinderii. O asemenea performanta trebuie privita din trei unghiuri de vedere: (1) performanta tehnica – aceasta privind utilizarea eficace a resurselor disponibile, fiind masurata prin productivitatea obtinuta. Deci cresterea performantei tehnice este rezultatul sporirii productivitatii muncii, dar si a unei cat mai bune organizari a productiei; (2) ca performanta economica – aceasta vizand obtinerea unui cat mai mare venit posibil si exprimand o cerinta de rentabilitate; (3) ca performanta sociala – aceasta vizand, mai intai, satisfacerea nevoilor consumatorilor, in sensul oferirii de produse bune sub raport tehnic, la un pret rezonabil, iar apoi si sa raspunda asteptarilor propriilor lucratori; (4) ca performanta institutionala:**

- a) 1+2+3;
- b) 2+3+4;
- c) 1+3+4;
- d) 1+2+4;
- e) 1+2+3+4.

**42. In functie de forma de proprietate a capitalului, intreprinderile se pot structura in:**

- a) intreprinderi comerciale;
- b) intreprinderi multinationale;
- c) intreprinderi cu capital privat;

- d) intreprinderi financiar-bancare;
- e) intreprinderi de productie.

**43. Printre caracteristicile conceptului de functiune nu se numara:**

- a) functiunea este o notiune matematica;
- b) functiunea are un caracter general;
- c) functiunile au ponderi variabile de la o intreprindere la alta;
- d) functiunile au ponderi egale de la o intreprindere la alta;
- e) functiunile varieaza ca numar la nivelul intreprinderilor.

**44. In functie de natura si modul de manifestare a competentelor si responsabilitatilor, intr-o intreprindere se intalnesc urmatoarele tipuri de relatii: (1) relatii de autoritate; (2) relatii de cooperare; (3) relatii de subzistenta; (4) relatii de reprezentare; (5) relatii de reglementare:**

- a) 1+4+5;
- b) 2+3+4;
- c) 1+2+4+5;
- d) 1+2+4;
- e) 1+3+4+5;

**45. Principalele grupuri care constituie organizarea informala sunt: (1) grupuri orizontale; (2) grupuri simetrice; (3) grupuri verticale; (4) grupuri mixte; (5) grupuri publice:**

- a) 1+2+4;
- b) 1+2+3+5;
- c) 1+2+3+4+5;
- d) 1+3+4;
- e) 2+3+5.

**46. Organizarea informala: (1) are o anumita instabilitate; (2) presupune constituirea unor grupuri diferite de oameni asociati intr-un mediu de munca; (3) poate fi controlata oficial de conducatori in aceeași masura cu organizarea formala; (4) imbunatateste comunicarea; (5) incurajeaza atitudinile pozitive:**

- a) 2+4+5;
- b) 1+3+4;
- c) 1+2+4;
- d) 3+4+5;
- e) 1+2+5.

**47. Printre avantajele organizarii informale se numara: (1) usureaza sarcinile de munca ale managerului, incurajand cooperarea; (2) produce zvonuri nedorite in intreprindere; (3) ofera stabilitate si satisfactie grupurilor de munca; (4) conduce la conflicte interpersonale si de grup, acestea fiind daunatoare organizatiei; (5) respinge, izoleaza si tracaseaza pe cei care nu fac parte din grup:**

- a) 1+2+3;
- b) 1+2+5;
- c) 1+4;
- d) 1+3;
- e) 1+2.

**48. Printre cerintele la care trebuie sa raspunda o decizie, se numara: (1) sa fie adoptata la timp; (2) sa fie formulata clar si concis; (3) sa fie fundamentata stiintific; (4) sa nu fie corelata cu deciziile luate anterior; (5) sa fie adoptata la momentul oportun:**

- a) 1+2+3+4;
- b) 1+3+4+5;
- c) 1+2+3+5;
- d) 1+2+3+4+5;
- e) 2+3+4+5.

**49. In functie de nivelul de informare al decidentului, deciziile pot fi:**

- a) individuale, cu un grad ridicat de specializare;
- b) decizii luate in conditii de ignoranta;
- c) decizii strategice;
- d) decizii colective;
- e) decizii individuale.

**50. Principalele stiluri de conducere sunt: (1) autocratic; (2) pesimist; (3) consultativ; (4) democratic:**

- a) 1+2+4;
- b) 1+3+4;
- c) 1+2+3;
- d) 1+2+3+4.
- e) 2+3+6.

**51. In functie de dinamica obiectivelor propuse intalnim:**

- a) strategii de produs;
- b) strategii integrate;
- c) strategii de consolidare;
- d) strategii adoptate la nivelul intreprinderii;
- e) strategii adoptate la nivelul managerilor intreprinderii.

**52. Printre cerintele carora intreprinderea trebuie sa le faca fata, pentru atingerea performantei nu se numara:**

- a) o cerinta de tehnicitate;
- b) cerinta de competitivitate;
- c) o cerinta de legitimitate;
- d) o cerinta de lichiditate;
- e) o cerinta de lichiditate, tehnicitate si competitivitate.

**53. Abordarea performantei unei intreprinderi se poate face prin trei metode de performante. Care sunt acelea? (1) eficacitate; (2) economicitate; (3) eficienta; (4) efectivitate; (5) eligibilitate:**

- a) 1+2+3;
- b) 1+4+5;
- c) 1+3+4;
- d) 1+2+4;
- e) 2+3+4.

**54. Pentru obtinerea rezultatelor asteptate, un post de munca trebuie sa indeplineasca urmatoarele conditii: (1) autoritatea informala; (2) autoritatea formala; (3) competenta profesionala; (4) regularitatea; (5) responsabilitatea:**

- a) 2+3+4;
- b) 1+2+4;
- c) 1+4;
- d) 2+4+5;
- e) 1+3+5.

**55. In functie de natura si volumul atributiilor si a nivelului de delegare a autoritatii, compartimentele pot fi: (1) de baza; (2) secundar; (3) complex; (4) mixt; (5) financiar:**

- a) 1+4+5;
- b) 2+5;
- c) 1+3;
- d) 2+4;
- e) 1+3+5.

**56. Organigrama ierarhica pleaca de la cateva principii de baza ale activitatii administrative, printre care se numara: (1) principiul diviziunii muncii; (2) principiul echitatii sociale; (3) principiul disciplinei; (4) principiul unitatii de comanda; (5) principiul echilibrului:**

- a) 1+2+4;
- b) 1+3+4+5;
- c) 1+2+5;

- d) 1+3+4;
- e) 2+3+4.

**57. Printre etapele adoptarii unei decizii se numara: (1) Etapa conceptuala a deciziei; (2) Etapa logica a deciziei; (3) Formularea liniilor posibile de actiune; (4) Etapa preliminara deciziei; (5) Aplicarea si urmarirea rezultatelor deciziei:**

- a) 1+4+5;
- b) 2+4+5;
- c) 1+3+5;
- d) 1+2+4;
- e) 1+3+4.

**58. Managerul care adopta un stil de conducere autocratic:**

- a) adopta decizii explicand subordonatilor scopul lor si incercand sa obtina astfel adeziunea acestora;
- b) angajeaza discutii cu subordonatii si colaboreaza cu ei in legatura cu continutul si modul de aplicare a deciziei;
- c) adopta o decizie prin intelegere reciproca sau consens cu colaboratorii si/sau subordonatii sai;
- d) adopta decizii fara a tine seama de parerea, de propunerile subordonatilor;
- e) adopta decizii impreuna cu colaboratorii.

**59. Printre functiile sistemului informational detinute intr-o intreprindere se numara: (1) functia productiva; (2) functia decizionala; (3) functia operationala; (4) functia organizatorica; (5) functia documentara:**

- a) 1+4+5;
- b) 2+3+4;
- c) 1+2+5;
- d) 2+3+5;
- e) 1+3+5.

**60. Sistemul informational al intreprinderii trebuie sa respecte mai multe principii. Alegeti varianta incorecta:**

- a) sa fie conceput si sa functioneze in concordanta cu obiectivele intreprinderii;
- b) sa se asigure informatii cat mai incomplete, prin prelucrarea datelor;
- c) asigurarea flexibilitatii si a eficientei sistemului informational;
- d) tratarea informatiilor sa fie facuta in mod unitar din punct de vedere metodologic;
- e) informatiile sa fie transmise la timp si corect.

## 9.2. Bibliografie

1. Braicu Cezar, *Economia întreprinderii*, Suport de curs, 2022
2. Constantinescu, D., *Economia întreprinderii*, Editura Economică, 2000
3. Nistorescu, T., Constantinescu, D., *Economia întreprinderii*, Editura Universitaria, 2012

## 9.3. Răspunsuri teste grilă

<b>1</b>	b	<b>11</b>	b	<b>21</b>	b	<b>31</b>	c	<b>41</b>	a	<b>51</b>	c
<b>2</b>	a	<b>12</b>	a	<b>22</b>	a	<b>32</b>	a	<b>42</b>	c	<b>52</b>	d
<b>3</b>	c	<b>13</b>	c	<b>23</b>	c	<b>33</b>	b	<b>43</b>	c	<b>53</b>	c
<b>4</b>	b	<b>14</b>	a	<b>24</b>	a	<b>34</b>	a	<b>44</b>	d	<b>54</b>	a
<b>5</b>	a	<b>15</b>	b	<b>25</b>	c	<b>35</b>	a	<b>45</b>	d	<b>55</b>	c
<b>6</b>	b	<b>16</b>	b	<b>26</b>	a	<b>36</b>	b	<b>46</b>	c	<b>56</b>	d
<b>7</b>	d	<b>17</b>	a	<b>27</b>	c	<b>37</b>	d	<b>47</b>	d	<b>57</b>	c
<b>8</b>	c	<b>18</b>	b	<b>28</b>	a	<b>38</b>	c	<b>48</b>	c	<b>58</b>	d
<b>9</b>	b	<b>19</b>	a	<b>29</b>	a	<b>39</b>	d	<b>49</b>	b	<b>59</b>	d
<b>10</b>	b	<b>20</b>	c	<b>30</b>	a	<b>40</b>	b	<b>50</b>	b	<b>60</b>	b

## **10. FUNDAMENTAREA ȘTIINȚEI MĂRFURILOR**

### **10.1. Teste grilă**

**1. Disciplina care are ca scop cercetarea utilitatii si calitatii marfurilor, cu luarea in considerare a tuturor implicatiilor tehnice, sociale, economice, ecologice, etice, etc. ale produselor si serviciilor poarta denumirea de:**

- a) marketing strategic;
- b) merchandising;
- c) managementul calitatii;
- d) merceologie;
- e) managementul vanzarilor.

**2. In perioada moderna stiinta marfurilor ia in considerare necesitati noi legate de:**

- a) prestigiu;
- b) gustul frumosului;
- c) sublinierea personalitatii individului;
- d) marcarea apartenentei la un anumit grup social;
- e) toate cele de mai sus.

**3. Importanta studiului marfurilor are in vedere:**

- a) intensificarea schimburilor internationale care solicita cunostinte despre marfuri;
- b) elaborarea unor reglementari cu referire directa la productia marfurilor;
- c) elaborarea unor reglementari cu referire directa la comercializarea marfurilor;
- d) difuzarea prin mass-media a unor informatii cu rol publicitar referitoare la marfuri;
- e) toate cele de mai sus.

**4. Orice element din natura sau creat de om, apt sa satisfaca o nevoie umana de consum personal sau de consum productiv, datorita proprietatilor pe care le poseda poarta denumirea de:**

- a) bun;
- b) produs;
- c) marfa;
- d) serviciu;
- e) element artificial.

**5. Rezultatul unui proces economic, social, tehnic, de creatie, etc., poarta denumirea de:**

- a) bun;
- b) produs;
- c) marfa;
- d) serviciu;
- e) materie prima naturala.

**6. Orice produs apt sa satisfaca o trebuinta si care este disponibil pentru vanzarea pe piata poarta denumirea de:**

- a) bun;
- b) element artificial;
- c) marfa;
- d) serviciu;
- e) materie prima naturala.

**7. Rezultatul unei activitati care se afla la interfata dintre furnizor si client si care este, in general, intangibila (imateriala) poarta denumirea de:**

- a) bun;
- b) produs;
- c) marfa;
- d) serviciu;
- e) materie prima.

**8. Totalul insusirilor unui produs care il diferentiaza de alte produse si ii confera capacitatea de a satisface o trebuinta poarta denumirea de:**

- a) proprietati;
- b) caracteristici;
- c) functii;
- d) ipostaze;
- e) factori.

**9. Cele mai importante proprietati ale unui produs, care il definesc si il descriu in raport cu o cerinta specificata (apar in standarde, materiale publicitare) poarta denumirea de:**

- a) perceptii;
- b) factori;
- c) functii;
- d) ipostaze;
- e) caracteristici.

**10. Ansamblul caracteristicilor marfurilor care le confera o anumita intrebuintare sau destinatie poarta denumirea de:**

- a) proprietati;
- b) factori;

- c) functii;
- d) ipostaze;
- e) perceptii.

**11. Aptitudinea marfurilor de a satisface o anume nevoie poarta denumirea de:**

- a) valoare de piata;
- b) standardizare;
- c) calitate;
- d) valoare psihosenzoriala;
- e) valoare de intrebuintare (utilitate).

**12. La produsele alimentare, valoare de intrebuintare poarta denumirea de:**

- a) valoare biologica;
- b) valoare nutritiva;
- c) valoare igienica;
- d) valoare psihosenzoriala;
- e) valoare energetica.

**13. Care dintre urmatoarele afirmatii referitoare la protectia consumatorilor nu este adevarata:**

- a) protectia consumatorilor face parte din sfera mai larga a conceptului de protectie sociala;
- b) protectia consumatorilor reprezinta un ansamblu de dispozitii privind initiativa publica sau privata, destinate a asigura si a ameliora continuu respectarea drepturilor consumatorilor;
- c) sistemul de protectia consumatorilor din tara noastra este format din doua tipuri de organisme - unul guvernamental si altul neguvernamental;
- d) pentru satisfacerea nevoilor complexe ale consumatorilor agentii economici, fie producatori, prestatori sau comercianti, trebuie sa aiba in vedere drepturile fundamentale ale acestora;
- e) protectia consumatorilor face parte din sfera protectiei mediului inconjurator.

**14. Consumatorul colectiv:**

- a) este purtator al ofertei marfuri;
- b) este reprezentat de organizatiile, unitatile si institutiile care achizitioneaza bunuri si servicii pentru propriile lor nevoi;
- c) nu poate sa depuna reclamatii privind marfurile achizitionate;
- d) nu beneficiaza de dreptul la compensare in situatiile in care marfurile nu corespund calitativ;
- e) face parte doar din sistemul public.

**15. Consumatorii trebuie sa fie protejati pentru ca ei sunt defavorizati in raporturile lor cu agentii economici:**

- a) economic;
- b) informational;
- c) juridic;
- d) organizatoric;
- e) toate cele de mai sus.

**16. Printre drepturile fundamentale ale consumatorilor, accesul acestora la produsele si serviciile esentiale pentru viata lor reprezinta:**

- a) dreptul la libera alegere a produselor;
- b) dreptul la informare si educare;
- c) dreptul la satisfacerea necesitatilor fundamentale;
- d) dreptul la protectia sanatatii si securitatii;
- e) dreptul la asociere si reprezentare.

**17. Printre drepturile fundamentale ale consumatorilor, organizarea acestora in asociatii, uniuni, federatii, consilii si fundatii pentru a-si apara interesele si a aplica in practica drepturile lor fundamentale si pentru a se exprima in fata agentilor economici si a autoritatilor statului in legatura cu calitatea produselor si serviciilor reprezinta:**

- a) dreptul la libera alegere a produselor;
- b) dreptul la informare si educare;
- c) dreptul la satisfacerea necesitatilor fundamentale;
- d) dreptul la protectia sanatatii si securitatii;
- e) dreptul la asociere si reprezentare.

**18. Printre drepturile fundamentale ale consumatorilor, crearea conditiilor pentru ca toti consumatorii sa aibe posibilitatea de a alege marfurile pe care le doresc, in functie de preferinte, traditiile nationale sau locale, de preturile practicate pe diferite piete care trebuie sa fie corelate cu calitatea produselor reprezinta:**

- a) dreptul la libera alegere a produselor;
- b) dreptul la informare si educare;
- c) dreptul la satisfacerea necesitatilor fundamentale;
- d) dreptul la protectia sanatatii si securitatii;
- e) dreptul la asociere si reprezentare.

**19. Organul de specialitate al administratiei publice centrale din Romania in domeniul protectiei consumatorilor este:**

- a) Asociatia pentru Protectia Consumatorilor;
- b) Institutul pentru Protectia Consumatorilor si a Concurentei;
- c) Autoritatea Nationala pentru Protectia Consumatorilor;

- d) Centrul Consumatorului din Romania;
- e) Colegiul Consumatorilor.

**20. Printre problemele globale ale mediului inconjurator nu regasim:**

- a) deseurile solide;
- b) poluarea apelor si a aerului;
- c) datoriile oamenilor la bugetele de stat;
- d) incalzirea globala;
- e) transportul marfurilor si al persoanelor.

**21. Printre avantajele industriei ecologice nu regasim:**

- a) reducerea costurilor legate de depozitarea deseurilor;
- b) crearea de produse noi;
- c) reducerea costurilor energetice;
- d) cresterea cheltuielilor cu poluarea;
- e) obtinerea unor asigurari mai ieftine impotriva accidentelor ecologice.

**22. Printre riscurile pasivitatii companiilor fata de problemele mediului nu regasim:**

- a) imbunatatirea imaginii firmei;
- b) cresterea cheltuielilor de adaptare a tehnologiei pentru a opri pierderile sau poluarea;
- c) acordarea de amenzi foarte mari;
- d) posibilitatea ca directorii sa fie judecati penal;
- e) boicotarea si demonstratiile comunitatii nationale sau internationale.

**23. Imbunatatirea calitatii produselor din punct de vedere ecologic presupune sa respecte urmatoarele cerinte:**

- a) sa necesite mai putina energie in fabricatie;
- b) sa polueze mai putin;
- c) sa contina componente care pot fi reparate;
- d) sa necesite ambalaj mai redus;
- e) toate cele de mai sus.

**24. In cazul ambalarii ecologice, compania nu are in vedere:**

- a) sa reduca marimea sau complexitatea ambalajului sau sa foloseasca mai putin material;
- b) sa renunte complet la ambalaj;
- c) sa verifice daca ambalajul poate fi transformat intr-unul biodegradabil, reciclabil, reutilizabil sau mai sigur;
- d) sa ofere ambalaj returnabil;
- e) sa verifice cat adauga ambalajul la pretul final al produsului.

**25. Pe etichetele produselor ecologice putem regasi:**

- a) consumul de energie;
- b) instructiunile de depozitare, dupa folosire;
- c) ingredientele si impactul lor asupra mediului;
- d) prevederile legate de siguranta;
- e) toate cele de mai sus.

**26. Printre principiile si elementele strategice din legislatia romaneasca privind protectia mediului nu regasim:**

- a) cine polueaza plateste;
- b) conservarea ecosistemelor specifice cadrului bio-geografic natural;
- c) renuntarea la colaborarile internationale privind asigurarea calitatii mediului;
- d) inlaturarea cu prioritate a poluantilor care pericliteaza nemijlocit si grav sanatatea oamenilor;
- e) crearea unui cadru de participare a organizatiilor neguvernamentale si a populatiei la elaborarea si aplicarea deciziilor.

**27. Functiile ambalajului sunt:**

- a) de conservare a produselor;
- b) de protectie a produselor;
- c) de manipulare, transport si depozitare;
- d) de informare si de promovare a marfurilor;
- e) toate cele de mai sus.

**28. Pentru produsele din domeniul reglementat care intrunesc cerintele esentiale prevazute in directivele Uniunii Europene se aplica marca:**

- a) CE;
- b) KEYMARK;
- c) SR;
- d) SAFETY-MARK;
- e) TM.

**29. Intervalul de timp in cadrul caruia remedierea sau inlocuirea produsului/serviciului se realizeaza pe seama si cheltuiala producatorului sau prestatorului de servicii, daca nu se dovedeste ca deficienta de calitate este cauzata de folosirea neadecvata de catre client reprezinta:**

- a) perioada de utilizare normata;
- b) perioada de proba;
- c) termenul de valabilitate;
- d) termenul de garantie;
- e) ciclul de viata.

**30. Intervalul de timp in cadrul caruia produsul isi mentine nemodificate toate caracteristicile functionale, in conditii de utilizare, depozitare si transport stabilite prin documente tehnico-economice reprezinta:**

- a) perioada de utilizare normata;
- b) perioada de proba;
- c) termenul de valabilitate;
- d) termenul de garantie;
- e) ciclul de viata.

**31. Intervalul de timp in care produsele isi pastreaza nemodificate toate caracteristicile calitative initiale reprezinta:**

- a) perioada de utilizare normata;
- b) perioada de proba;
- c) termenul de valabilitate;
- d) termenul de garantie;
- e) ciclul de viata.

**32. Activitatea specifica pentru care sunt stabilite, pentru probleme reale sau potentiale, prevederi destinate unei utilizari comune si repetate, vizand obtinerea unui grad optim de ordine intr-un context dat poarta denumirea de:**

- a) marcare;
- b) standardizare;
- c) certificare;
- d) acreditare;
- e) audit.

**33. In cadrul tipurilor de standarde regasim:**

- a) standarde de produs/serviciu;
- b) standarde de proces;
- c) standarde de firma;
- d) standarde profesionale;
- e) toate cele de mai sus.

**34. Principalul organism de standardizare la nivel international este:**

- a) Asociatia Internationala de Standardizare (ISA);
- b) Institutul International de Standardizare (ISI);
- c) Autoritatea Legala Internationala de Standardizare (ISLA);
- d) Fundatia Internationala de Standardizare (ISF);
- e) Organizatia Internationala de Standardizare (ISO).

**35. Organismul national de standardizare din Romania este:**

- a) Institutul Roman de Standardizare (IRS);
- b) Institutul de Standardizare, Inventii si Marci (ISIM);
- c) Autoritatea Publica de Standardizare, Etichetare si Marcare (APSEM);
- d) Asociatia de Standardizare din Romania (ASRO);
- e) Centrul de Standardizare din Romania (CSR).

**36. In functie de organul care dispune efectuarea ei, expertiza de marfuri poate fi:**

- a) contabila, financiara, judiciara;
- b) contabila, financiara, extrajudiciara;
- c) contabila, financiara, arbitrala;
- d) judiciara, extrajudiciara, arbitrala;
- e) contabila, judiciara, extrajudiciara.

**37. Expertiza desfasurata din ordinul si sub auspiciile instantelor civile si penale, reprezentand acel mijloc de proba ce are ca scop solutionarea unor probleme care apar in circuitul tehnic al marfurilor poarta denumirea de:**

- a) expertiza de marfuri extrajudiciara;
- b) expertiza de marfuri judiciara;
- c) expertiza de marfuri arbitrala;
- d) expertiza contabila;
- e) expertiza financiara.

**38. Expertiza efectuata la cererea unor unitati economice de productie, de distributie sau de desfacere, societati de asigurari, investigand practica derularii contractelor, eficienta tehnico-economica a pastrarii marfurilor, transportului acestora etc., poarta denumirea de:**

- a) expertiza de marfuri extrajudiciara;
- b) expertiza de marfuri judiciara;
- c) expertiza de marfuri arbitrala;
- d) expertiza contabila;
- e) expertiza financiara.

**39. Stabilirea cu exactitate a sortimentului si a calitatii reale a loturilor de marfuri, din punct de vedere static sau dinamic, in relatie cu conditiile, cauzele, locul si imprejurarile care au generat abateri de la calitatea prescrisa sau contractata, in timpul fabricarii sau circulatiei lor tehnice constituie:**

- a) tactica expertizei de marfuri;
- b) obiectul expertizei de marfuri;
- c) strategia expertizei de marfuri;
- d) programul expertizei de marfuri;
- e) planul expertizei de marfuri.

**40. Printre situatiile litigioase pentru a caror solutionare se apeleaza la expertize merceologice nu regasim:**

- a) denaturarea produselor;
- b) deprecierea calitativa a produselor;
- c) substiuirea produselor;
- d) promovarea produselor;
- e) falsificarea produselor.

**41. Livrarea de produse avand aceeasi destinatie si un pret identic sau apropiat de cel al produselor contractate, dar alti indici de calitate decat cei prescrisi in documentele la care partile au facut referire in contract poarta denumirea de:**

- a) denaturarea produselor;
- b) deprecierea calitativa a produselor;
- c) substiuirea produselor;
- d) pierderi economice;
- e) falsificarea produselor.

**42. Fabricarea si livrarea unor produse rezultate prin modificarea retetei de fabricatie (diminuarea proportiilor unor componente valoroase costisitoare si completarea cantitatii necesare cu alte componente mai ieftine, in detrimentul calitatii) poarta denumirea de:**

- a) denaturarea produselor;
- b) deprecierea calitativa a produselor;
- c) substiuirea produselor;
- d) pierderi economice;
- e) falsificarea produselor.

**43. Fabricarea si livrarea unor produse rezultate prin abateri de la tehnologia de fabricatie (nerespectarea unor parametri tehnologici sau modificarea metodelor de executie) poarta denumirea de:**

- a) denaturarea produselor;
- b) deprecierea calitativa a produselor;
- c) substiuirea produselor;
- d) pierderi economice;
- e) falsificarea produselor.

**44. Reproducerea prin multiple modalitati a unui produs original existent pe piata, in scop fraudulos poarta denumirea de:**

- a) denaturarea produselor;
- b) deprecierea calitativa a produselor;
- c) substiuirea produselor;

- d) pierderi economice;
- e) falsificarea produselor.

**45. Modificarea, in sens nefavorabil, a indicilor de calitate ai produselor poarta denumirea de:**

- a) denaturarea produselor;
- b) deprecierea calitativa a produselor;
- c) substiuirea produselor;
- d) pierderi economice;
- e) falsificarea produselor.

**46. Ca modalitate de falsificare a marfurilor, modificarea materiilor prime (retetelor de fabricatie) si a procedeele tehnologice poarta denumirea de:**

- a) reconditionare;
- b) reconstituire;
- c) denaturare;
- d) imitare;
- e) piraterie.

**47. Ca modalitate de falsificare a marfurilor, reproducerea unor produse originale, de calitate superioara existente pe piata, prin folosirea partiala sau in totalitate a altor materii prime (de calitate inferioara) si operatii tehnologice (tehnologii simple cu costuri reduse) decat cele specifice produselor respective iar produsele astfel obtinute sunt prezentate ca fiind cele originale poarta denumirea de:**

- a) reconditionare;
- b) reconstituire;
- c) destructurare;
- d) imitare;
- e) denaturare.

**48. Ca modalitate de falsificare a marfurilor, modificarea proportiei normale a unor componente specifice produselor originale autentice pentru obtinerea unui produs (componente cu cost ridicat) si comercializarea acestuia la acelasi pret cu cel original, in detrimentul calitatii poarta denumirea de:**

- a) reconditionare;
- b) reconstituire;
- c) destructurare;
- d) denaturare;
- e) piraterie.

**49. Ca modalitate de falsificare a marfurilor, extragerea unor componente naturale valoroase din produse sau materii prime naturale si valorificarea acestora pe alte cai poarta denumirea de:**

- a) reconditionare;
- b) denaturare;
- c) destructurare;
- d) reconstituire;
- e) piraterie.

**50. Ca modalitate de falsificare a marfurilor, inlocuirea unor componentii cu cost ridicat cu substante inactive sau de umplutura, cu eficacitate scazuta in utilizare sau chiar daunatoare pentru consumatori poarta denumirea de:**

- a) substituire;
- b) reconstituire;
- c) destructurare;
- d) imitare;
- e) piraterie.

**51. Ca modalitate de falsificare a marfurilor, inlocuirea unor componentii naturali ai produselor cu componentii obtinuti prin procedee chimice (sintetici sau artificiali) neavizati din punct de vedere igienico-sanitar si prezentarea lor ca fiind naturali poarta denumirea de:**

- a) denaturare;
- b) reconstituire;
- c) destructurare;
- d) substituire;
- e) piraterie.

**52. Ca modalitate de falsificare a marfurilor, incadrarea intentionata a unor produse de calitate inferioara intr-o clasa de calitate superioara (in cazul grupelor de marfuri care se produc, se sorteaza si se comercializeaza pe clase de calitate, cu preturi diferite) poarta denumirea de:**

- a) piraterie;
- b) reconstituire;
- c) destructurare;
- d) denaturare;
- e) substituire.

**53. Ca modalitate de falsificare a marfurilor, realizarea unor ambalaje, etichete si marci identice sau asemanatoare cu cele ale unor produse de prestigiu si utilizarea lor pentru produse care nu corespund calitativ cu produsele autentice poarta denumirea de:**

- a) substituire;
- b) reconstituire;

- c) destructurare;
- d) imitare;
- e) piraterie.

**54. Ca modalitate de falsificare a marfurilor, aplicarea unor etichete continand specificatii ca: produs „natural”, „biologic”, „ecologic”, „traditional” pe ambalajele unor produse alimentare ce nu au caracteristici specifice care sa justifice aceste denumiri, fiind obtinute din agricultura chimizata, imitand doar denumirile produselor autentice si fiind comercializate la preturile acestora poarta denumirea de:**

- a) piraterie;
- b) reconstituire;
- c) destructurare;
- d) denaturare;
- e) imitare.

**55. Ca modalitate de falsificare a marfurilor, folosirea ilegala a unor denumiri de produse care imita indicatiile geografice care se acorda si pot fi folosite numai de catre producatorii pentru care aceste indicatii au fost inregistrate poarta denumirea de:**

- a) imitare;
- b) reconstituire;
- c) destructurare;
- d) denaturare;
- e) piraterie.

**56. Ca modalitate de falsificare a marfurilor, demontarea unor produse (mecanisme, aparate, instrumente) in parti componente si comercializarea acestora ca piese de schimb noi poarta denumirea de:**

- a) imitare;
- b) reconstituire;
- c) destructurare;
- d) denaturare;
- e) piraterie.

**57. Ca modalitate de falsificare a marfurilor, operatia de remediere a unor produse de folosinta indelungata, cu defecte de fabricatie sau care au suferit degradari in timpul transportului si readucerea lor in starea de functionare, fiind apoi comercializate la pretul pietei poarta denumirea de:**

- a) reconditionare;
- b) reconstituire;
- c) destructurare;

- d) imitare;
- e) piraterie.

**58. Ca modalitate de falsificare a marfurilor, operatia care consta in restructurarea materiala a unui produs prin recompunerea partilor componente aflate sub forma unor fragmente, care sunt comercializate apoi ca obiecte originale poarta denumirea de:**

- a) piratare;
- b) imitare;
- c) substituire;
- d) denaturare;
- e) reconstituire.

**59. Care dintre urmatoarele afirmatii legate de piraterie, ca modalitate de falsificare a marfurilor, este adevarata:**

- a) pirateria nu are consecinte asupra drepturilor de proprietate industriala;
- b) pirateria este intalnita exclusiv in domeniul muzical;
- c) produsele „pirat” sunt produse care ofera aparenta unor produse autentice, fara sa posede caracteristicile de calitate si durata specifica de utilizare a produselor originale;
- d) pirateria se realizeaza prin demontarea unor produse (mecanisme, aparate, instrumente) in parti componente si comercializarea acestora ca piese de schimb noi;
- e) produsele ”pirat” au caracteristici de calitate identice cu produsele originale.

**60. Constituie modalitati de falsificare a marfurilor:**

- a) modificarea termenului de garantie si comercializarea produselor cu vicii aparente si ascunse;
- b) modificarea termenului de valabilitate real in scris de producator pe ambalaj si comercializarea produselor cu deprecieri calitative cauzate de expirarea datei limita de consum, la pretul initial al produselor;
- c) modificarea denumirii unor marci de prestigiu prin suprimarea sau adaugarea unor litere, a unui sufix sau a unei cifre pentru a induce in eroare consumatorii neavizati, pentru care sonoritatea si garantia calitatii raman aceleasi;
- d) demontarea unor produse (mecanisme, aparate, instrumente) in parti componente si comercializarea acestora ca piese de schimb noi;
- e) toate cele de mai sus.

## 10.2. Bibliografie

1. Crăciun, C.Șt., *Fundamentarea științei mărfurilor*, Suport de curs sintetic (disponibil pe platforma Universității Hyperion din București), 2024;

2. Crăciun, C.Șt., *Managementul calității în afacerile internaționale*, Editura Pro Universitaria, București, 2013;

3. Olaru, M., Pamfilie, R., s.a., *Fundamentele științei mărfurilor*, Ediția a 2-a, Editura Economică, București, 2005;

4. Părăian, E., Pascu, E., *Expertiza mărfurilor*, Ediția a II-a, Editura Pro Universitaria, București, 2007;

5. Stanciu, I., *Calitologia. Știința calității mărfurilor. Bazele merceologiei*, Editura Renaissance, București, 2010.

## 10.3. Răspunsuri teste grilă

<b>1</b>	d	<b>11</b>	e	<b>21</b>	d	<b>31</b>	c	<b>41</b>	c	<b>51</b>	d
<b>2</b>	e	<b>12</b>	b	<b>22</b>	a	<b>32</b>	b	<b>42</b>	a	<b>52</b>	e
<b>3</b>	e	<b>13</b>	e	<b>23</b>	e	<b>33</b>	e	<b>43</b>	a	<b>53</b>	d
<b>4</b>	a	<b>14</b>	b	<b>24</b>	b	<b>34</b>	e	<b>44</b>	e	<b>54</b>	e
<b>5</b>	b	<b>15</b>	e	<b>25</b>	e	<b>35</b>	d	<b>45</b>	b	<b>55</b>	a
<b>6</b>	c	<b>16</b>	c	<b>26</b>	c	<b>36</b>	d	<b>46</b>	c	<b>56</b>	c
<b>7</b>	d	<b>17</b>	e	<b>27</b>	e	<b>37</b>	b	<b>47</b>	e	<b>57</b>	a
<b>8</b>	a	<b>18</b>	a	<b>28</b>	a	<b>38</b>	a	<b>48</b>	d	<b>58</b>	e
<b>9</b>	e	<b>19</b>	c	<b>29</b>	d	<b>39</b>	b	<b>49</b>	b	<b>59</b>	c
<b>10</b>	c	<b>20</b>	c	<b>30</b>	a	<b>40</b>	d	<b>50</b>	a	<b>60</b>	e

## ***11. ECONOMIE MONETARĂ ȘI FINANCIARĂ***

### **11.1. Teste grilă**

#### **1. Un sistem monetar national cuprinde:**

- a) rata dobanzii si rata inflatiei;
- b) unitatea monetara;
- c) emisiunea si circulatia monedei materiale si scripturale;
- d) baterea si circulatia monedei;
- e) emisiunea monetara.

**Nu este valabil unul dintre enunturi. Care anume?**

#### **2. Bazele crearii Sistemului Monetar International au fost puse in cadrul Conferintei Monetare Internationale care a avut loc la:**

- a) Londra, 1948;
- b) New York, 1929;
- c) Bretton Woods, 1944;
- d) Roma, 1957;
- e) Paris, 1930.

#### **3. Cauzele cele mai adanci care au agravat criza sistemului valutar instituit la Bretton Woods au fost:**

- a) încălcarea tuturor principiilor puse la baza functionarii sale;
- b) abandonarea numai a unora din principiile ce asigurau existenta sa;
- c) atenuarea decalajelor economice dintre performantele economice inregistrate de catre tarile membre;
- d) aparitia si dezvoltarea unei atmosfere de incredere între tarile membre;
- e) nerespectarea regimului valutar impus la Bretton Woods.

#### **4. Principala creatie a Conferintei Monetare Internationale de la Bretton Woods, din 1944, a fost:**

- a) Asociatia Internationala pentru Dezvoltare (A.I.D.);
- b) Banca Centrala Europeana;
- c) Banca Internationala a Religiiilor;
- d) Banca Europeana de Reconstructie si Dezvoltare (B.E.R.D.);
- e) Fondul Monetar International (F.M.I.).

#### **5. La baza Sistemului Monetar International, creat in 1944, la Bretton Woods, au stat principiile:**

- a) stabilitatea cursurilor de schimb;
- b) etalonul monetar;

- c) echilibrul balantelor de plati;
- d) paritatea monetara;
- e) etalonul monetar si stabilitatea cursurilor de schimb.

**Care din principiile enuntate nu corespunde realitatii?**

**6. Conferinta Monetara si Financiara Internationala de la Bretton Woods din 1944 a institutionalizat:**

- a) un sistem monetar bimetalist;
- b) un sistem monetar bazat pe etalonul aur-lingouri;
- c) un sistem monetar bazat pe etalonul aur-moneda;
- d) un sistem monetar bazat pe etalonul aur-devize;
- e) un sistem monetar bazat pe valoare monetara.

**7. Ordonati cronologic urmatoarele evenimente:**

a) Conferinta Monetara de la Bretton Woods; crearea Sistemului Monetar European; votarea suspendarii imediate a convertibilitatii externe a dolarului in aur; prezentarea raportului Dellors; introducerea monedei EURO;

b) votarea suspendarii imediate a convertibilitatii externe a dolarului in aur; crearea Sistemului Monetar European; prezentarea raportului Dellors; Conferinta Monetara de la Bretton Woods; introducerea monedei EURO;

c) Conferinta Monetara de la Bretton Woods; votarea suspendarii imediate a convertibilitatii externe a dolarului in aur; crearea Sistemului Monetar European; prezentarea raportului Dellors; introducerea monedei EURO;

d) prezentarea raportului Dellors; votarea suspendarii imediate a convertibilitatii externe a dolarului in aur; Conferinta Monetara de la Bretton Woods; crearea Sistemului Monetar European; introducerea monedei EURO;

e) votarea suspendarii imediate a convertibilitatii externe a dolarului in aur; crearea Sistemului Monetar European; Conferinta Monetara de la Bretton Woods; introducerea monedei EURO; prezentarea raportului Dellors.

**8. In economiile contemporane acoperirea masei monetare se realizeaza astfel:**

- a) in totalitate, in aur monetar;
- b) in stocul de aur monetar, devize si valute;
- c) in contravaloarea bunurilor si serviciilor din economie;
- d) in aur, valute, devize si credite acordate economiei;
- e) in valute.

**9. Care din urmatoarele functii NU este o functie specifica banilor?**

- a) mijloc de masurare a gradului de ocupare;
- b) mijloc de plata;
- c) rezerva a valorii;
- d) mijloc de schimb;
- e) mijloc de masurare a rezultatelor activitatii economice.

**10. In structura masei monetare NU pot fi cuprinse urmatoarele active:**

- a) bilete de banca si moneda divizionara;
- b) moneda efectiva;
- c) moneda de cont;
- d) depuneri la termen;
- e) bonurile de tezaur.

**11. Masa monetara se prezinta ca:**

- a) marime omogena;
- b) marime extensibila;
- c) marime nedeterminata;
- d) marime eterogena;
- e) un activ cu grad scazut de lichiditate.

**12. Moneda este constituita dintr-un ansamblu de elemente denumite:**

- a) instrumente de transfer;
- b) mijloace de plata;
- c) etaloane de plata;
- d) titluri financiare;
- e) mijloace financiare.

**Alegeti varianta corecta de raspuns dintre cele enumerate mai sus.**

**13. Care dintre enunturile de mai jos referitoare la contrapartida exteroara a masei monetare este adevarat?**

- a) creditele acordate statului de catre bancile comerciale influenteaza direct proportional nivelul masei monetare;
- b) importul de marfuri antreneaza cresterea masei monetare;
- c) exportul de marfuri conduce la diminuarea masei monetare;
- d) soldul balantei de plati externe exercita o influenta directa asupra nivelului masei monetare;
- e) soldul balantei de plati externe exercita o influenta indirecta asupra nivelului masei monetare.

**14. Care din combinatiile de mai jos reprezinta componentele agregatului monetar M2?**

- a) depozite la vedere, livrete de economii exigibile la vedere, bancnote si piese;
- b) certificate de depozit cu scadente de maxim 2 ani, bancnote si piese, titlurile organismelor de plasament colectiv;
- c) depozite la vedere, bancnote si piese, certificate de depozit de mare valoare;

d) bancnote si piese, certificate de depozit de mare valoare, titlurile organismelor de plasament colectiv;

e) depozite la vedere, certificate de depozit cu scadente de maxim 2 ani, livrete de economii exigibile la vedere, certificate de depozit de mare valoare.

**15. Masa monetara desemneaza, potrivit unor specialisti consacracati, urmatoarele:**

a) numai moneda efectiva;

b) totalitatea activelor care, pe un teritoriu dat, pot fi utilizate pentru cumpararea de bunuri si servicii pentru stingerea obligatiilor;

c) numai moneda efectiva si depunerile la termen in vederea economisirii;

d) numai moneda de cont si activele financiare;

e) moneda primara si moneda disponibila in conturile curente.

**16. Moneda primara poate fi definita ca fiind:**

a) moneda emisa si controlata de Banca Centrala;

b) moneda emisa si controlata de trezoreria publica;

c) moneda emisa si controlata de bancile comerciale;

d) moneda emisa si controlata de C.E.C.;

e) moneda emisa si controlata de bancile straine.

**17. Banii sunt:**

a) un bun economic;

b) un titlu de valoare;

c) bunuri care exprima drepturi si relatii comerciale;

d) bunuri de distributie;

e) bunuri de productie.

**18. Moneda este constituita dintr-un ansamblu de elemente denumite:**

a) instrumente de transfer;

b) mijloace de plata;

c) etaloane de plata;

d) titluri financiare;

e) mijloace financiare.

**Alegeti varianta corecta de raspuns dintre cele enumerate mai sus.**

**19. Influenta statului in sistemul monetar se reduce la:**

a) baterea de moneda;

b) stabilirea paritatii valutare;

c) stabilirea puterii de schimb;

d) mentinerea functiei de schimb a banilor;

e) autoritatea legislativa si judecatoreasca.

**20. Studiul banilor trebuie sa porneasca:**

- a) de la un concept al banilor bazat pe definitiile si discriminariile juridice;
- b) de la natura economica a lucrurilor;
- c) de la importanta sociala a banilor;
- d) de la functiile banilor;
- e) de la obligatiile pecuniare.

**21. In structura bazei monetare sunt incluse urmatoarele elemente:**

- a) depozitele in lei, numerarul in afara sistemului bancar, sumele aflate in casieriile agentilor economici;
- b) depozitele in lei, numerarul in casieriile bancilor, sumele aflate in casieriile agentilor economici;
- c) disponibilitatile bancilor la BNR, numerarul in casieriile bancilor, numerarul in afara sistemului bancar;
- d) disponibilitatile bancilor la BNR, economiile populatiei, disponibilitatile la vedere;
- e) depozitele in lei, economiile populatiei, numerarul in casieriile bancilor.

**22. "Quasimoneda" este denumirea sub care mai este cunoscut agregatul monetar:**

- a) M1;
- b) M2;
- c) M3;
- d) L;
- e) nu exista acesta denumire.

**23. Agregatul monetar simbolizat cu M3 asimileaza in plus fata de agregatul monetar M2 si alte componente. Care?**

- a) titlurile emise pe termen mediu;
- b) titlurile emise pe termen lung;
- c) bonurile de tezaur;
- d) obligatiuni;
- e) certificatele de depozit, bonurile de casa.

**24. Prin disponibilitatea statistica a unui agregat monetar se intelege:**

- a) capacitatea de a reflecta fluxurile reale;
- b) capacitatea de a se constitui un obiectiv intermediar al politicii monetare;
- c) calitatea de a fi rapid disponibil si in masura sa permita autoritatii monetare o reactie rapida;
- d) influenta pe care poate sa o exercite autoritatea monetara atunci cand se constata ca evolutia agregatului monetar respectiv nu este corespunzatoare;
- e) capacitatea de a orienta fluxurile financiare.

**25. In structura agregatului M1, din cadrul masei monetare a Romaniei sunt incluse urmatoarele elemente:**

- a) numerar din afara sistemului bancar + conturi curente ale populatiei;
- b) numerar din afara sistemului bancar + disponibilitati la vedere;
- c) economii ale populatiei + depozite in valuta ale rezidentilor;
- d) depozite la termen + certificate de depozit;
- e) numerar din afara sistemului bancar + depozite in valuta ale rezidentilor.

**26. Despre M2 ca agregat monetar se fac afirmatiile:  
(Care dintre afirmatiile de mai jos NU este adevarata?)**

- a) include M1 si plasamentele la termen si in vederea economisirii;
- b) include lichiditatea secundara;
- c) include doar M1 si depunerile in conturile curente nepurtatoare de dobanzi;
- d) include M1 si plasamentele care pot fi transformate in lichiditati prin emisiunea de cecuri cu preaviz;
- e) include M1 si plasamentele la termen, precum si plasamentele ce pot fi transformate in lichiditati prin emisiunea de cecuri cu preaviz.

**27. Lichiditatea monetara a economiei creste atunci cand:**

- a) exista perioade de stabilitate a preturilor, indiferent de cresterea economica;
- b) se manifesta o crestere economica concomitent cu cresterea preturilor;
- c) se manifesta o crestere economica, iar preturile cunosc o anumita stabilitate;
- d) se manifesta o scadere economica, iar preturile cunosc o anumita stabilitate;
- e) se manifesta o crestere economica relativ stabila, in timp ce preturile cresc.

**28. La baza functionarii etalonului aur-moneda au fost puse mai multe principii. Dintre cele mentionate mai jos, va rugam sa le precizati pe cele corecte:**

- a) retragerea aurului din circulatia interna;
- b) stabilirea prin lege a valorii paritare si circulatia libera a aurului;
- c) convertibilitatea bancnotelor numai in lingouri din aur;
- d) existenta unei rezerve oficiale de aur;
- e) circulatia aurului in limite bine determinate.

**29. Care din urmatoarele afirmatii despre FMI NU este adevarata?**

- a) acorda credite pentru acoperirea deficitelor balantelor de plati ale tarilor beneficiare;
- b) emite DST, in scopul asigurarii cresterii lichiditatii internationale;

- c) acorda credite pentru realizarea unor proiecte, in scop productiv si de natura sa stimuleze cresterea economica;
- d) impune programe de redresare economica tarilor beneficiare;
- e) impune programe de redresare financiar-valutara tarilor beneficiare.

**30. Crearea sistemului valutar de la Bretton Woods a insemnat:**

- a) recunoasterea crizei economice în care se aflau statele lumii;
- b) o recunoastere a decalajelor economice aparute între diferitele grupuri de tari;
- c) revenirea la cursurile valutare flotante;
- d) desprinderea definitiva a sistemelor monetare de ancora metalica;
- e) un semnificativ succes al ideii de cooperare internationala în domeniul financiar-monetar.

**31. Principalul scop al Sistemului Monetar International creat in 1944 a fost:**

- a) asigurarea unui curs valutar fluctuant;
- b) realizarea unui climat de pace între tarile lumii;
- c) asigurarea unei largi cooperari monetare;
- d) echilibrarea balantelor de plati externe;
- e) cresterea economica a tarilor din lumea a III-a.

**32. Care dintre urmatoarele enunturi reprezinta un dezavantaj al DST?**

- a) prezinta stabilitate comparativ cu monedele nationale;
- b) se aloca in mod gratuit de catre FMI;
- c) circula doar intre autoritatile monetare;
- d) este emis de un organism international;
- e) este stabil.

**33. Care din urmatoarele caracteristici ale monedei DST sunt corecte:**

- a) valoarea initiala a DST a fost egala cu 1\$, echivaland cu 0,988671 grame aur;
- b) indeplineste direct si nelimitat functia de mijloc de plata si schimb;
- c) alocarile de DST sunt realizate numai in favoarea tarilor dezvoltate;
- d) circula direct intre autoritatile monetare;
- e) serveste pentru exprimarea pretului obligatiunilor de plata internationala.

**34. Care dintre urmatoarele enunturi reprezinta un avantaj al DST?**

- a) are o stabilitate mai mica decat unele monede nationale;
- b) indeplineste partial functiile unei monede internationale;
- c) poate contribui intr-o masura mai mare la mentinerea unor rezerve monetare internationale echilibrate;
- d) circula doar intre autoritatile monetare;
- e) are o stabilitate mai mare decat unele monede nationale.

**35. Care dintre urmatoarele trasaturi NU este caracteristica Bancii Mondiale?**

- a) acorda asistenta tuturor tarilor membre;
- b) promoveaza dezvoltarea economica in tarile cele mai sarace ale lumii;
- c) isi procura majoritatea resurselor prin imprumuturi pe piata internationala a obligatiunilor;
- d) ofera asistenta financiara speciala atat tarilor in curs de dezvoltare cat si celor mai sarace;
- e) ofera asistenta privilegiata unor state membre.

**36. La baza mecanismului de functionare a sistemului monetar international au stat mai multe principii. Dintre acestea nu fac parte:**

- a) stabilirea cursurilor de schimb;
- b) crearea unor rezerve monetare oficiale;
- c) alegerea unui etalon monetar;
- d) echilibrarea balantelor de plati;
- e) asigurarea convertibilitatii monedelor in lingouri de aur.

**37. Avantajele monedei unice sunt cele de mai jos. Care din afirmatii NU este adevarata?**

- a) reducerea ratelor dobanzii in Uniunea Monetara;
- b) standardizare a contabilitatii si a altor sisteme;
- c) faciliteaza compararea preturilor intre tarile Uniunii;
- d) atenuaza semnificativ socurile economiei;
- e) reduce atacurile speculative.

**38. Sarpele monetar a fost infiintat in anul:**

- a) 1951;
- b) 1988;
- c) 1972;
- d) 1957;
- e) 2007.

**39. Sistemul European al Bancilor Centrale (SEBC) este format din:**

- a) Banca Centrala Europeana (BCE) si bancile centrale ale statelor membre;
- b) BERD si BIRD;
- c) Banca Centrala Europeana (BCE) si BNR;
- d) Bancile Centrale ale statelor membre;
- e) BCE, BERD si bancile centrale ale statelor membre.

**40. Tratatul de la Paris a fost semnat in anul:**

- a) 1957;
- b) 1951;

- c) 1979;
- d) 1988;
- e) 2007.

**41. Din ce an au inceput retragerea propriilor monede cele 12 tari care au aderat la UEM, odata cu introducerea noii monede – Euro?**

- a) 2000;
- b) 2002;
- c) 2003;
- d) 2004;
- e) 2006.

**42. Tratatul de la Roma a fost semnat in anul:**

- a) 1957;
- b) 1951;
- c) 1979;
- d) 1988;
- e) 2007.

**43. Care din creditele de mai jos NU se acorda persoanelor juridice?**

- a) credite de speculatie;
- b) credite de echipament;
- c) credite speciale;
- d) avansuri in cont curent;
- e) linie de credit confirmata.

**44. Evolutia cursului valutar de la 1 USD = 3,98 RON la 1 USD = 4,11 RON, nu inseamna:**

- a) cresterea competitivitatii marfurilor romanesti la export;
- b) ieftinirea marfurilor romanesti pentru straini;
- c) scumpirea marfurilor straine pentru romani;
- d) scumpirea marfurilor romanesti pentru straini;
- e) cresterea preturilor marfurilor importate.

**45. Sistemul European al Bancilor Centrale NU actioneaza in urmatoarele directii:**

- a) defineste politica monetara a Uniunii Monetare;
- b) autorizeaza emiterea de bancnote in cadrul Comunitatii Europene;
- c) mentine marjele de fluctuare ale cursului in limite stabilite;
- d) detine si administreaza rezervele oficiale ale statelor membre;
- e) implementeaza politica monetara a Uniunii Monetare.

**46. In 1970, planul Werner propunea convergenta dintre economiile si monedele tarilor membre. Primul pas in aceasta directie l-a constituit Sistemul Monetar European, ale carui baze au fost puse in anul:**

- a) 1979;
- b) 1978;
- c) 2000;
- d) 2004;
- e) 2006.

**47. Se considera 3 banci A, B, C ale caror rate ale dobanzii in 5 ani consecutivi sunt date in tabelul de mai jos:**

Banca	Anul I	Anul II	Anul III	Anul IV	Anul V
A	10%	11%	12%	13%	14%
B	12%	14%	13%	10%	11%
C	14%	13%	12%	11%	10%

**In cazul unei depuneri de 1200 mil. RON, dobanda va avea nivelul cel mai ridicat la:**

- a) banca A;
- b) banca B;
- c) banca C;
- d) oricare din cele trei banci;
- e) toate cele trei banci.

**48. Dobanda ca rata a profitului obtinuta prin folosirea capitalului corespunde conceptului:**

- a) marxist;
- b) clasic;
- c) neoclasic;
- d) modern;
- e) mercantilist.

**49. Pornind de la conventia de exprimare:  $RDN = \text{rata dobanzii nominale}$  si  $RI = \text{rata inflatiei}$ , alegeti din variantele de mai jos formula pentru rata reala a dobanzii:**

- a)  $RDN/RI$ ;
- b)  $(1+RDN)/(1+RI) - 1$ ;
- c)  $(1+RI)/(1+RDN)$ ;
- d)  $(1+RI)/(1+RDN) - 1$ ;
- e)  $(1+RI)/(1+RDN) + 1$ .

**50. In cadrul functionarii SME, pragul de divergenta a reprezentat:**

- a) un organism de compensare multilaterală între bancile centrale europene;
- b) limite  $\pm 1\%$  admise pentru fluctuarea monedelor;

- c) un nivel de 75% din ecartul maxim autorizat de fluctuare a monedelor;
- d) ecartul maxim autorizat de fluctuare a monedelor de  $\pm 2,25\%$ ;
- e) ecartul maxim autorizat de fluctuare a monedelor de  $\pm 3\%$ .

**51. Evolutia cursului valutar de la 1 USD = 4,01 RON la 1 USD = 4,22 RON, inseamna:**

- a) cresterea preturilor marfurilor importate;
- b) scaderea preturilor marfurilor importate;
- c) scaderea competitivitatii marfurilor romanesti la export;
- d) scumpirea marfurilor romanesti pentru straini;
- e) ieftinirea marfurilor straine pentru romani.

**52. Dobanda ca pret al banilor la momentul actual exprimat in banii de maine corespunde conceptului:**

- a) keynesist;
- b) clasic;
- c) neoclasic;
- d) modern;
- e) mercantilist.

**53. Care din creditele de mai jos NU se acorda persoanelor juridice?**

- a) credite de exploatare;
- b) credite de investitii;
- c) credite speciale;
- d) avansuri in cont curent;
- e) credite de mobilizare.

**54. Cursul de schimb care NU impune costuri mari asupra economiei este cursul:**

- a) fix;
- b) flotant impur;
- c) flotant pur;
- d) crowling peg;
- e) flotant.

**55. Dupa natura garantiilor, creditul poate fi:**

- a) credit cu gaj individual si credit cu gaj colectiv;
- b) credit amortizabil si neamortizabil;
- c) credit real si personal;
- d) credit real si legat;
- e) credit real, amortizabil si neamortizabil.

**56. Se fac urmatoarele afirmatii despre rata reala a dobanzii:**

- a) este direct proportionala cu rata nominala a dobanzii si invers proportionala cu gradul de depreciere monetara;
- b) se calculeaza ca raport intre rata inflatiei si rata nominala a dobanzii;
- c) este suma dintre rata nominala a dobanzii si rata previzibila a inflatiei;
- d) este invers proportionala cu rata nominala a dobanzii si direct proportionala cu gradul de depreciere monetara;
- e) este rata dobanzii, publicata lunar, de catre autoritatea monetara.

**57. Dobanda ca recompensa pentru renuntarea la lichiditate pentru o anumita perioada de timp corespunde conceptului:**

- a) marxist;
- b) clasic;
- c) keynesist;
- d) modern;
- e) contemporan.

**58. Fenomenul multiplicarii creditului prezinta anumite limite datorita urmatoarelor elemente:**

- a) utilizarea intr-o masura sporita a numerarului;
  - b) apelul bancilor comerciale la credite de refinantare;
  - c) controlul autoritatii monetare asupra nivelului creditelor;
  - d) variatia numerarului din afara sistemului bancar;
  - e) controlul BNR asupra creditarii.
- Care din enunturi nu este valabil?

**59. Ce suma datoreaza creditorul pentru 1000 EUR luati pe 2 ani cu o rata de 15%?**

- a) 1322,5 EUR;
- b) 1300 EUR;
- c) 322,5 EUR;
- d) 1000 EUR;
- e) 0 EUR.

**60. Ce suma datoreaza debitorul pentru o suma de 500 EUR luati pe 8 luni cu o rata de 30%?**

- a) 100 EUR;
- b) 1200 EUR;
- c) 3,333 EUR;
- d) 600 EUR;
- e) 500 EUR.

**61. Nasterea bancnotelor provine dintr-o mai veche practica comerciala, respectiv:**

- a) utilizarea aurului ca moneda de rezerva;
- b) din acoperirea dezechilibrului dintre cererea si oferta de moneda- marfa;
- c) expansiunea monedei de hartie;
- d) efectuarea platilor printr-un efect de comert;
- e) aparitia biletelor de banca si a monedei de cont.

**62. Dobanda aferenta unui credit de 30 mil. RON, în conditiile unei rate a dobanzii de 15%, rambursabil peste 3 ani, va fi:**

- a) 13,5 mil. RON;
- b) 4,5 mil. RON;
- c) 15,62625 mil. RON;
- d) 45,62625 mil. RON;
- e) 16,5 mil. RON.

**63. Se fac urmatoarele afirmatii referitoare la dobanda nominala si dobanda reala:**

- a) conform lui Fisher rata reala a dobanzii este determinata de productivitatea marginala a capitalului fizic;
- b) rata nominala incorporeaza o frana a inflatiei, expresie a echilibrului monetar;
- c) rata reala a dobanzii este rata de schimb intre bunurile si serviciile de astazi si bunurile si serviciile de la o data viitoare;
- d) rata reala a dobanzii =  $[(1 + \text{rata nominala}) / (1 - \text{rata inflatiei})] - 1$ ;
- e) rata dobanzii este influentata de inflatie.

**Care dintre afirmatiile de mai sus nu este corecta?**

**64. Realizarea Uniunii Monetare Europene (UEM) avea la baza o serie de criterii de convergenta. Identificati varianta eronata:**

- a) criteriul stabilitatii preturilor;
- b) criteriul situatiei finantelor publice;
- c) criteriul participarii la mecanismul de schimb al SME;
- d) criteriul convergentei ratei dobanzii;
- e) criteriul monetar.

**65. Luand in considerare utilizarea disponibilitatilor sub forma de numerar (N), formula multiplicatorului este:**

- a)  $m = D / (R - N + R * N)$ ;
- b)  $m = D / (N - R + R * N)$ ;
- c)  $m = D / [1 - (1 - R) * (1 - N)]$ ;
- d)  $m = D / [1 - (1 - R) * (1 + N)]$ ;
- e)  $m = D / [1 + (1 - R) * (1 + N)]$ .

**66. Angajamentul luat de o terta persoana sa plateasca suma ajunsa la scadenta, in cazul incapacitatii de plata a debitorului, se numeste:**

- a) garantie reala;
- b) garantie virtuala;
- c) garantie personala;
- d) garantie impersonala;
- e) garantie bancara.

**67. Despre moneda efectiva se fac urmatoarele afirmatii:**

- a) reprezinta activul cel mai putin lichid al masei monetare;
- b) este solicitata de agentii economici pentru bunurile si serviciile ce pot fi procurate in schimbul ei;
- c) este cotata pe piata la cursuri diferite in functie de puterea efectiva de cumparare;
- d) este cel mai lichid activ al masei monetare;
- e) este solicitata de consumatori pentru a achizitiona in schimbul ei bunuri si servicii.

**Care din ele nu este adevarata?**

**68. Care dintre urmatorii factori NU influenteaza nivelul dobanzii percepute?**

- a) erodarea monetara;
- b) rezerva minima obligatorie;
- c) gradul de risc;
- d) rata inflatiei;
- e) profitul bancar.

**69. Care dintre urmatorii factori influenteaza nivelul dobanzii bonificate?**

- a) gradul de risc, ratele dobanzilor practicate de celelalte banci si rata de refinantare;
- b) ratele dobanzilor practicate de celelalte banci si profitul bancar;
- c) rata inflatiei si rata de refinantare;
- d) ratele dobanzilor practicate de celelalte banci, rata de refinantare si rata inflatiei;
- e) gradul de risc, rata inflatiei, ratele dobanzilor practicate de celelalte banci si profitul bancar.

**70. Definirea ca „acord prin care anumite bunuri, servicii sau o cantitate de moneda sunt cedate in schimbul unei promisiuni de plata viitoare” surprinde creditul ca:**

- a) expresie a relatiilor de schimb;
- b) expresie a relatiilor de redistribuire;

- c) expresie a realizării unor obiective ale politicii economice;
- d) expresie a mobilizării disponibilităților din economie;
- e) expresie a relațiilor sociale de natura economică.

## 11.2. Bibliografie

1. Bojesteanu E., *Monedă și bănci culegere de aplicații*, Ed. Didactică și Pedagogică, București, 2010
2. Belingher D., *Economie monetară și financiară. Suport de curs*, 2022
3. Hrebenciuc A., *Originile sistemului monetar european. Încercări și erori*, Editura Economică, București, 2017

## 11.3. Răspunsuri teste grilă

<b>1</b>	a	<b>11</b>	d	<b>21</b>	c	<b>31</b>	c	<b>41</b>	b	<b>51</b>	a	<b>61</b>	c
<b>2</b>	c	<b>12</b>	b	<b>22</b>	b	<b>32</b>	c	<b>42</b>	a	<b>52</b>	c	<b>62</b>	d
<b>3</b>	a	<b>13</b>	d	<b>23</b>	e	<b>33</b>	e	<b>43</b>	a	<b>53</b>	b	<b>63</b>	d
<b>4</b>	e	<b>14</b>	b	<b>24</b>	c	<b>34</b>	c	<b>44</b>	d	<b>54</b>	d	<b>64</b>	e
<b>5</b>	d	<b>15</b>	b	<b>25</b>	b	<b>35</b>	a	<b>45</b>	c	<b>55</b>	c	<b>65</b>	c
<b>6</b>	d	<b>16</b>	a	<b>26</b>	c	<b>36</b>	e	<b>46</b>	a	<b>56</b>	a	<b>66</b>	c
<b>7</b>	c	<b>17</b>	a	<b>27</b>	c	<b>37</b>	d	<b>47</b>	d	<b>57</b>	c	<b>67</b>	a
<b>8</b>	d	<b>18</b>	b	<b>28</b>	b	<b>38</b>	c	<b>48</b>	b	<b>58</b>	d	<b>68</b>	d
<b>9</b>	a	<b>19</b>	e	<b>29</b>	c	<b>39</b>	a	<b>49</b>	b	<b>59</b>	e	<b>69</b>	d
<b>10</b>	e	<b>20</b>	b	<b>30</b>	e	<b>40</b>	b	<b>50</b>	c	<b>60</b>	d	<b>70</b>	a

## ***12. TEHNICI PROMOȚIONALE***

### **12.1. Teste grilă**

**1. Mixul comunicărilor promotionale este format din:**

- a) Marca în promovarea produselor;
- b) Promovarea vânzărilor;
- c) Relații publice;
- d) Publicitatea comercială;
- e) Marca în promovarea produselor, promovarea vânzărilor, relații publice, publicitatea comercială.

**2. Mesajul emitatorului trebuie să fie:**

- a) Puternic;
- b) Credibil;
- c) Puternic, credibil, atrăgător pe fond muzical;
- d) Pe fond muzical;
- e) Atrăgător.

**3. Mijloacele de informare ale clienților sunt formate din:**

- a) Presa scrisă și mijloacele de afișaj;
- b) Mijloacele electronice;
- c) Presa scrisă și mijloacele de afișaj, mijloacele electronice, audiovizualului, mijloacele de rețea;
- d) Mijloacele de rețea;
- e) Mijloace afișaj.

**4. Reclamele sunt o formă plătită de promovare nepersonală prin:**

- a) Servicii;
- b) Idei;
- c) Bunuri;
- d) Idei, servicii, bunuri, pliante;
- e) Pliante.

**5. Aria geografică reprezintă suprafața de promovare a mesajului prin o publicitate:**

- a) Locală sau regională;
- b) Locală, regională, națională, internațională;
- c) Națională;
- d) Intențională;
- e) Regională.

**6. Dupa mijlocul de comunicare, publicitatea poate fi:**

- a) Vizuala, auditiva, olfactiva si mixta;
- b) Vizuala;
- c) Olfactiva;
- d) Olfactiva si vizuala;
- e) Mixta si auditiva.

**7. Dupa sponsori, publicitatea se diferentiaza in functie de agentul finantator, care poate fi:**

- a) Intermediarul;
- b) Producatorul;
- c) Agentii economici si sociali;
- d) Producatorul sau intermediarul;
- e) Intermediarul, producatorul, agentii economici sau distribuitorul.

**8. Cei 5 M ai reclamei sunt:**

- a) Misiunea si mesajul;
- b) Marimea fondurilor;
- c) Misiunea, mesajul, mijloacele , marimea campaniei publicitare;
- d) Mijloacele;
- e) Marimea campaniei publicitare .

**9. Actiuni promotionale uzuale in promovarea vanzarilor sunt:**

- a) Vanzari cu prime;
- b) Reduceri de preturi;
- c) Esantioane;
- d) Concursuri;
- e) Vanzari cu prime, esantioane, reduceri de preturi, concursuri.

**10. In domeniul relatiilor publice, tehnicile promotionale sunt folosite prin:**

- a) Buletine informative;
- b) Conferintele de presa;
- c) Interviu;
- d) Buletine informative, conferintele de presa, interviul, publicarea unui articol de specialitate;
- e) Publicarea unui articol de specialitate.

**11. Clasificarea targurilor si expozitiilor se face dupa:**

- a) Aria geografica;
- b) Tematica manifestarilor din targuri;
- c) Aria geografica internationala;

- d) Tematica generala;
- e) Aria geografica, tematica manifestarilor din targuri, aria geografica internationala, tematica generala.

**12. Strategiile promotionale sunt clasificate dupa:**

- a) Modul de desfasurare in timp;
- b) Modul de desfasurare in timp, pozitia fata de structura pietei, sediul activitatii profesionale, modul de aplicare a strategiilor de marketing;
- c) Pozitia fata de structura pietei;
- d) Sediul activitatii profesionale;
- e) Modul de aplicare a strategiilor de marketing.

**13. Principalele componente ale comunicarii sunt:**

- a) Codificarea, sursa;
- b) Raspunsul, mesajul;
- c) Mesajul, codificarea;
- d) Codificarea, receptorul, mesajul , sursa, mijlocul de comunicare;
- e) Mesajul.

**14. Obiectivele publicitatii sunt:**

- a) Vanzarea directa sau indirecta;
- b) Castigarea intelegerii publicului;
- c) Promovarea produselor;
- d) Promovarea intreprinderii;
- e) Vanzarea directa sau indirecta, castigarea intelegerii publicului, promovarea produselor, promovarea intreprinderii.

**15. Dupa modul de desfasurare in timp strategia promotionala poate fi:**

- a) Ofensiva sau defensive;
- b) Ofensiva sau defensiva, cu forte proprii sau prin institutii specializate, permanenta sau cu intermitenta;
- c) Concentrata sau diferentiata;
- d) Cu forte proprii sau prin institutii specializate;
- e) Permanenta sau cu intermitenta.

**16. Structura puterii intr-o intreprindere din economia de piata este alcatuita din:**

- a) Puterea suverana si puterea executiva;
- b) Puterea executiva si puterea de control;
- c) Puterea de control si puterea suverana;
- d) Puterea de control, suverana;
- e) Puterea executiva.

**17. Ciclul de viata al intreprinderilor din comert, turism si servicii este influentat de:**

- a) Calitatea obiectivelor stabilite la infiintarea intreprinderii;
- b) Experienta in domeniu a angajatilor;
- c) Eficienta activitatii leadershipului;
- d) Calitatea bazei materiale;
- e) Calitatea obiectivelor stabilite la infiintarea intreprinderii, experienta in domeniu a angajatilor, calitatea bazei materiale.

**18. Intreprinderile se clasifica dupa Legea 133/1999 in functie de numarul de angajati in intreprinderile mari care au:**

- a) 25 angajati;
- b) 15 angajati;
- c) 50-249 angajati;
- d) Peste 250 angajati;
- e) 20 angajati.

**19. O intreprindere din comert, turism si servicii are o cifra de afaceri de 7,2 milioane de lei.**

**Conform legii 133/1999 este o intreprindere:**

- a) Mica;
- b) Mijlocie;
- c) Nu poate fi clasificata conform acestei legi;
- d) Mare;
- e) Foarte puternic dezvoltata.

**20. O intreprindere in economia de piata are o politica de marketing de succes daca:**

- a) Genereaza dorinta clientului sa mai vina la intreprindere, sporirea capacitatii firmei de a servii clientii noi, gasirea de noi oferte si consulta clientii fideli in politica de marketing a firmei;
- b) Genereaza dorinta clientului sa mai vina la intreprindere;
- c) Sporirea capacitatii firmei de a servii clientii noi;
- e) Consulta clientii fideli in politica de marketing a firmei.

**21. Clientii unei firme se pot clasifica in:**

- a) Clienti de exceptie care consuma produsele intreprinderii;
- b) Ocazionali care cumpara produsele numai atunci cand ajung in zona unde gasesti magazinul;
- c) Obisnuiti care consuma destul de multe produse ale firmei;
- d) Clienti de exceptie, ocazionali, obisnuiti;
- e) Clienti de exceptie care consuma numai produsele firmei respective.

**22. Politica de marketing a intreprinderii in afacerile cu clientii fideli, fata de cea cu clientii noi, consta in:**

- a) Recompensarea celor care aduc clienti noi;
- b) Recompensarea celor care aduc clienti noi, stimuleaza pe cei care aduc client de la firmele concurente si sunt alesi in consiliul de administratie;
- c) Clientii fideli nu au voie sa aduca client noi;
- d) Ii stimuleaza numai pe cei care aduc clienti de la firmele concurente;
- e) Alegerea lor in consiliul de administratie.

**23. O intreprindere in economia de piata stabileste obiectivele de dezvoltare care sa raspunda la:**

- a) Cum se face produsul;
- b) Cu ce se face produsul;
- c) In cat timp se face produsul;
- d) Cine raspunde de produs;
- e) Cum, cu ce ,cand ,cine face produsul.

**24. Etapa in evolutia strategica a intreprinderii, care pune accent pe aspectul financiar este:**

- a) Managementul strategic;
- b) Planificarea organizationala;
- c) Planificarea economico-financiara , strategica si organizationala;
- d) Planificarea strategica;
- e) Stabilirea obiectivelor.

**25. Rivalitatea dintre doua firme care comercializeaza acelasi tip de produse, este accentuata de:**

- a) Dificultatea de acces pe piata;
- b) Grad diferit de promovare a produselor;
- c) Preturi diferite major;
- d) Informatii incomplete de care dispun clientii fata de una din intreprinderi;
- e) Dificultatea de acces pe piata , grad diferit de promovare a produselor, preturi diferite major, informatii incomplete de care dispun clientii fata de una din intreprinderi.

**26. Piramida lui Abraham Maslow a clasificat nevoile in functie de:**

- a) Siguranta, automultumire, fiziologice si apreciere in societate;
- b) Apreciere in societate;
- c) Siguranta;
- d) Necesitati fiziologice;
- e) Automultumire.

**27. In literatura de specialitate s-a demonstrat ca factorii foarte importanti care motiveaza angajatii sunt:**

- a) Salariul;
- b) Apartenenta la un grup de elita, nevoia de autorealizare;
- c) Comparatia postului cu ceilalti angajati;
- d) Nevoia de autorealizare si apartenenta la un grup de elita, salariul, cardul de concediu;
- e) Cardul de concediu.

**28. Rolul leadearshipului intr-o intreprindere consta in:**

- a) Dezvoltarea echipei;
- b) Dezvoltarea echipei, dezvoltarea indivizilor, realizarea obiectivelor, crearea unui climat de munca optim;
- c) Dezvoltarea indivizilor;
- d) Realizarea obiectivelor;
- e) Crearea unui climat de munca optim.

**29. Elementele care influenteaza relatiile dintre angajatii unei intreprinderi sunt:**

- a) Pregatirea profesionala;
- b) Temperamentul;
- c) Functia detinuta in cadrul intreprinderii;
- d) Salariul;
- e) Salariul, functia detinuta in cadrul intreprinderii, pregatirea profesionala, temperamentul.

**30. Ansamblul activitatilor promotionale realizate sub forma unor programe si campanii specifice corespunde:**

- a) Comunicatiei directe;
- b) Comunicatiei formale , directe , informale, personale;
- c) Comunicatiei informale;
- d) Comunicatiei indirecte;
- e) Comunicatiei personale.

**31. Inscrierea mesajului in memoria permanenta a receptorului este un obiectiv al actiunii de comunicatie conform fenomenului:**

- a) distorsiunii selective;
- b) orientarii comunicarii;
- c) pozitionarii psihologice;
- d) retinerii selective;
- e) pozitionarii strategice.

**32. Reactia destinatarului mesajului transmis emitorului, acestuia reprezinta:**

- a) Codificarea;
- b) Elementul perturbator;
- c) Feedback-ul;
- d) Raspunsul;
- e) Nicio varianta nu este corecta.

**33. Semnificatia atribuita mesajului de catre receptor reprezinta:**

- a) Codificarea;
- b) Decodificarea;
- c) Elementul perturbator;
- d) Feedback-ul;
- e) Raspunsul.

**34. Comunicatia care se desfasoara necontrolat prin intermediul personalului, produselor , distributiei etc, poarta denumirea de:**

- a) Comunicatie formala;
- b) Comunicatie informala;
- c) Comunicatie directa;
- d) Comunicatie externa;
- e) Publicitate.

**35. Catalogul de prestigiu reprezinta:**

- a) Suportul publicitar cel mai eficient pentru vanzarea rapida a produselor;
- b) Un ansamblu de informatii de detaliu, tehnice si comerciale despre produsele firmei;
- c) Editie publicitara deosebita, menita sa evidentieze pozitia firmei si a produselor firmei sale;
- d) Instrumentul curent de lucru al firmelor de vanzare prin corespondenta;
- e) Niciun raspuns nu este corect.

**36. Din perspectiva definirii tinte de comunicare, mediul de resedinta reprezinta un criteriu:**

- a) Comportamental;
- b) Psihografic;
- c) Geografic;
- d) Demografic;
- e) Niciun raspuns nu este corect.

**37. Mecanismul de traducere a ideilor in simboluri sau semne reprezinta:**

- a) Codificarea;
- b) Decodificarea;
- c) Feedback-ul;
- d) Raspunsul;
- e) Interpretare.

**38. Pentru a putea determina o relatie de autoritate fata de publicul vizat, o sursa de comunicatie trebuie sa fie:**

- a) Credibila;
- b) Partizana;
- c) Constanta;
- d) Suficient de puternica;
- e) Mai putin credibila.

**39. Evidentierea performantelor tehnice inregistrate de firma este un obiectiv de comunicatie ce nu poate fi avut in vedere in cazul:**

- a) Sponsorizarii;
- b) Mecanismului;
- c) Manifestarilor promotionale;
- d) Comunicatiei organizatiei;
- e) Donatiei.

**40. Testele de notorietate sunt utilizate pentru evaluarea:**

- a) Rezultatelor unei campanii promotionale;
- b) Opiniei consumatorilor fata de produs;
- c) Usurintei intelegerii mesajului;
- d) Fidelitatii consumatorilor fata de produs;
- e) Gradului de cunoastere al produsului.

**41. Dezvoltarea imaginii unui produs sau a unei marci reprezinta un obiectiv specific interventiei publicitatii la nivel:**

- a) Afectiv;
- b) Cognitiv;
- c) Conativ;
- d) Rational;
- e) Cognitiv si conativ.

**42. Oferirea de agende si calendare reprezinta un instrument promotional specific:**

- a) Oferirii de mostre;
- b) Relatiilor publice;
- c) Promovarii vanzarilor;

- d) Fortelor de vanzare;
- e) Publicitatii prin tiparituri.

**43. Prescriptorii si preconizatorii sunt doua categorii de public care pot fi incluse in:**

- a) Tinta de comunicatie;
- b) Tinta de marketing;
- c) Publicul intern;
- d) Tinta complementara;
- e) O tinta oarecare.

**44. Unul dintre obiectivele vizate prin intermediul publicitatii de informare il reprezinta:**

- a) Evidentierea conditiilor de prezentare ale produsului;
- b) Prezentarea comparativa a unor produse sau servicii;
- c) Inlaturarea concurentei;
- d) Cultivarea unei atitudini favorabile fata de produs;
- e) Stimularea cererii potientiale pentru un produs.

**45. La editarea unui catalog, o importanta deosebita trebuie sa se acorde unuia dintre urmatoarele elemente:**

- a) Ilustratiei;
- b) Numarul de pagini;
- c) Tirajului;
- d) Costurilor de realizare;
- e) Calitatea hartiei folosite.

**46. Nu fac parte din formele de publicitate directa:**

- a) Publicitatea prin corespondenta adresata direct unei anumite persoane;
- b) Marketingul telefonic;
- c) Vanzarea prin intermediul televiziunii;
- d) Publicitatea la locul vanzarii;
- e) Niciuna dintre variante.

**47. Diferentierea dintre mecanismul cumpararii si cel al alegerii se face prin intermediul:**

- a) Criteriului universalitatii;
- b) Criteriului specificitatii;
- c) Criteriului fortei;
- d) Criteriului polivalentei;
- e) Nu se poate face o diferentiere intre cele doua mecanisme.

**48. In scopul pastrarii interesului consumatorilor pentru un produs, serviciu , marca si firma este utilizata:**

- a) Publicitatea comparativa;
- b) Publicitatea de informare;
- c) Publicitatea de reamintire;
- d) Publicitatea la locul vanzarii;
- e) Publicitatea de conditionare.

**49. Rolul promovarii vanzarilor in faza de maturitate a ciclului de viata a produsului este:**

- a) Castigarea fidelitatii consumatorilor;
- b) Crearea unei imagini favorabile produsului;
- c) Informarea consumatorilor;
- d) Sustinerea vanzarilor;
- e) Stimularea cererii potientiale pentru un produs.

**50. Demonstratiile reprezinta o tehnica de promovare a vanzarilor eficienta cand produsul se afla in faza ciclului de viata:**

- a) Lansare;
- b) Crestere;
- c) Maturitate;
- d) Declin;
- e) Crestere si maturitate.

**51. Fidelizarea clientilor atrasi prin utilizarea acelor tehnici de promovare a vanzarilor care se bazeaza pe principiul acumularii sau a acelora care permit crearea unei relatii pozitive intre marca si consumator, reprezinta un obiectiv ce poate fi avut in vedere in cazul in care marca promovata se gaseste in etapa de:**

- a) Lansare a ciclului sau de viata;
- b) Crestere a ciclului sau de viata;
- c) Declin al ciclului sau de viata;
- d) Relansare a ciclului sau de viata;
- e) Nicio varianta nu este corecta.

**52. Rolul promovarii vanzarilor in faza de crestere a ciclului de viata a produsului este:**

- a) Castigarea fidelitatii consumatorilor;
- b) Cresterea notorietatii produsului;
- c) Pastrarea fidelitatii consumatorilor;
- d) Sustinerea vanzarilor produsului;
- e) Niciuna din variante.

**53. Reducerile de pret reprezinta instrumentul tactic adecvat fazei ciclului de viata al produsului de:**

- a) Lansare;
- b) Crestere;
- c) Maturitate;
- d) Retragerere de pe piata;
- e) Declin.

**54. Cea mai eficienta componenta a activitatii promotionale in cazul promovarii unui bun industrial o reprezinta:**

- a) Publicitatea;
- b) Fortele de vanzare;
- c) Relatiile publice;
- d) Sponsorizarea;
- e) Mecenatul.

**55. Cel care organizeaza o operatiune de promovare a vanzarilor, avand ca tinta consumatorii si urmarind crearea de trafic la punctul de vanzare este:**

- a) Producatorul;
- b) Clientul;
- c) Prescriitorul;
- d) Vanzatorul-consultant;
- e) Comerciantul.

**56. Ofertele de rambursare fac parte din categoria:**

- a) Ofertelor speciale;
- b) Ofertelor ”produs in plus”;
- c) Primelor promotionale;
- d) Reducerilor temporare de pret;
- e) Reducerilor imediate.

**57. Tehnica reducerii directe a pretului de vanzare catre consumator, practicata la initiativa producatorului, care indica pe ambalaj nivelul reducerii, in marime absoluta sau procentual, poarta denumirea de:**

- a) Oferta speciala;
- b) Reducere imediata;
- c) Reducere temporara;
- d) Oferta ” produs in plus”;
- e) Oferta gratuita.

**58. O operatiune de promovare a vanzarilor caracterizata prin implicarea personala a participantilor intr-o competitie pe parcursul careia trebuie sa-si dovedeasca inteligenta, indemanarea, spiritul de observatie, creativitatea, subtilitatea sau intuitia, la sfarsitul careia castigatorii obtin premii importante ca valoare, poarta denumirea de:**

- a) Joc cu rezultat imediat;
- b) Joc-concurs;
- c) Concurs;
- d) Loterie;
- e) Test de inteligenta.

**59. Tehnicile de promovare a vanzarilor care au mai ales rolul de a convinge clientii potentiali de calitatile reale ale unui produs nou, prin indepartarea anumitor obstacole care pot intarzia sau chiar impiedica afirmarea produsului (precum obiceiurile de consum sau existenta unor idei preconcepute) intra in categoria:**

- a) Reducerilor temporare de preturi;
- b) Primelor si cadourilor promotionale;
- c) Jocurilor;
- d) Operatiunilor vizand incercarea gratuita a produselor;
- e) Concursurilor.

**60. Utilizarea unui prenume al produsului care il diferentiaza de restul de produse facand parte din aceeasi gama este specifica:**

- a) Marcii-gama;
- b) Marcii-garantie;
- c) Marcii-produs;
- d) Marcii-sursa;
- e) Marcii-umbrela.

**61. Functia marcii de autentificare a produsului permite firmei sa revendice crearea unui produs, acesta fiind rolul esential al:**

- a) Marcii-produs;
- b) Marcii-umbrela;
- c) Marcii-gama;
- d) Marcii-garantie;
- e) Marcii-sursa.

**62. Reunirea sub un nume comun a mai multor produse formand uzual o gama unica este o caracteristica a:**

- a) Marcii-garantie;
- b) Marcii-sursa;
- c) Marcii-gama;

- d) Marcii-linie;
- e) Marcii-umbrela.

**63. Marca indeplineste functia de garantare a calitatii pentru:**

- a) Producator;
- b) Distribuitor;
- c) Importator;
- d) Exportator;
- e) Consumator.

**64. Principalul domeniu de interventie a sponsorizarii il constituie:**

- a) Cultura;
- b) Cercetarea stiintifica;
- c) Educatia;
- d) Arta;
- e) Sportul.

**65. Orice actiune de sponsorizare presupune existenta a trei elemente si anume:**

- a) Anuntatorul, tinta si mediile de comunicare;
- b) Sponsorul, mediile de comunicare si mesajul;
- c) Anuntatorul, tinta si evenimentul;
- d) Evenimentul, tinta si comunicatia;
- e) Anuntatorul, tinta si comunicatia.

**66. Un producator de detergenti isi propune sa realizeze o operatiune promotionala folosind o tehnica de reducere temporara a pretului. Astfel, producatorul decide sa ofere consumatorului o reducere de pret cu 30% din cantitatea de detergent comercializata in ambalajul de 450 de grame, 135 de grame vor fi oferite gratuit. Precizati care este denumirea tehnicii utilizate:**

- a) Oferta speciala;
- b) Reducere imediata;
- c) Oferta gratuita;
- d) Oferta "produs in plus";
- e) Reducere de sezon.

**67. Tehnicile de merchandising vizeaza, printre altele, o serie de aspecte precum asigurarea disponibilitatii constante a fiecarui produs solicitat si prezentarea produselor intr-o maniera atractiva. Acestea sunt expresia rolului merchandisingului in raport cu:**

- a) Producatorul si distribuitorul;
- b) Distribuitorul;

- c) Forta de vanzare;
- d) Producatorul;
- e) Consumatorul.

**68. Distribuirea de esantioane reprezinta o tehnica de promovare a vanzarilor ce poate avea efecte considerabile in cazul in care marca promovata se afla de:**

- a) Lansare;
- b) Crestere;
- c) Maturitate;
- d) Declin;
- e) Maturitate si declin.

**69. Precizati care este natura demersului unui anuntator care plateste pentru ca numele sau sa apara pe panourile din jurul unui teren de sport:**

- a) Achizitionare de spatiu publicitar;
- b) Sponsorizare de notorietate;
- c) Sponsorizare de imagine;
- d) Mecenat;
- e) Achizitie publica.

**70. Ansamblul valorilor declarate de organizatie, ce corespund modului in care aceasta isi propune sa fie perceputa de publicul – tinta, alcatuieste:**

- a) Imaginea reala a organizatiei;
- b) Imaginea dorita de publicul-tinta;
- c) Imaginea difuzata;
- d) Imaginea formata;
- e) Imaginea dorita de organizatie.

**71. Ambalajele se pot clasifica dupa natura materialelor:**

- a) Hartie, carton;
- b) Sticla;
- c) Material plastic, metal, hartie, sticla, carton;
- d) Metal;
- e) Deseuri.

**72. Ambalajele se pot clasifica dupa natura produsului ambalat:**

- a) Produse alimentare, produse industriale, produse inflamabile, produsele toxice;
- b) Produse toxice;
- c) Produse industriale;
- d) Produse inflamabile;
- e) Produse alimentare.

**73. In prezent se cunosc urmatoarele tipuri de ambalaje:**

- a) Cu aersoli;
- b) Cu folii;
- c) In vid, cu folii, cu aerosoli;
- d) In vid;
- e) Rafie.

**74. Textul publicitar are mai multe scopuri:**

- a) Sa atraga atentia clientului;
- b) Sa stimuleze interesul clientului;
- c) Sa faciliteze clientului sa treaca de la dorinta la actiuni;
- d) Sa atraga atentia clientului, sa stimuleze interesul clientului, sa treaca de la dorinta la actiune;
- e) Sa nu cumpere produsul.

**75. Functiile ambalajului sunt sa:**

- a) Protejeze produsele;
- b) Promoveze produsele;
- c) Respecte cadrul juridic;
- d) Promoveze, protejeze, respecte cadrul juridic;
- e) Sa deprecieze produsele.

**76. Intreprinderea este un concept care se mai poate numi:**

- a) Organizatie;
- b) Fabrica;
- c) Fabrica, organizatie, firma;
- d) Societate comerciala;
- e) Firma.

**77. Procedeele clasice de promovare a resurselor umane din intreprindere, se realizeaza prin:**

- a) Acordarea de cadouri;
- b) Acordarea de tichete de concedii;
- c) Numirea in functii cu salarii mai mari;
- d) Acordarea de medalii;
- e) a, b, c, d.

**78. Intreprinderea cand elaboreaza politica de marketing trebuie sa tina cont de:**

- a) Atitudinea echipei manageriale;
- b) Departamentul financiar;
- c) Serviciul de aprovizionare;
- d) Echipa manageraila, financiara, aprovizionare;
- e) Personalul productiv.

**79. Furnizorii ofera pe piata:**

- a) Produse, materii prime, ambalare, sortare, etichetare;
- b) Ambalare;
- c) Etichetare;
- d) Sortare;
- e) Depozitare.

**80. Functiile organizatiilor dupa Fayol sunt:**

- a) Comerciale;
- b) Financiare;
- c) Tehnice, comerciale, financiare;
- d) Tehnice;
- e) De promovare a produselor.

**81. Eticheta are urmatoarele functii:**

- a) Identifica produsul;
- b) Promoveaza produsul;
- c) Identifica, prezinta, promoveaza produsul;
- d) Prezinta produsul;
- e) Vinde produsul.

**82. Strategiile de marketing se asigura prin:**

- a) Imbunatatirea comunicarii intre vanzator-cumparator;
- b) Stimularea gandirii a vanzatorului;
- c) Fixarea unei scale de evaluare a performantelor;
- d) a, b, c;
- e) Anticiparea oportunitatilor.

**83. In literatura de specialitate, conceptul de marca se clasifica in:**

- a) Marca anterioara;
- b) Marca colectiva;
- c) Marca de rezerva;
- d) Marca defensiva, colectiva, anterioara;
- e) Marca notorie.

**84. Transportatorii de produse sunt alesi in functie de:**

- a) Pret;
- b) Siguranta;
- c) Pret, timp de transport, siguranta;
- d) Flexibilitate;
- e) Calitatea serviciilor.

## 12.2. Bibliografie

1. Bărbulescu G., Burghilea C., *Marketingul activităților din comerț, turism și servicii*, Editura Didactică și Pedagogică, București, 2010;
2. Bărbulescu G., *Tehnici promoționale. Suport de curs*, 2022;
3. Cătoiu I. B., *Metode și tehnici de utilitate în cercetările de marketing. Probleme și studii de caz*, Editura Uranus, București, 1999;
4. Florescu C., Malcomete P., Pop N., *Marketing-Dicționar Explicativ*, Editura Economică, București, 2003;
5. Kotler Ph., *Managementul marketingului*, Editura Teora, București, 1997;
6. Tuclea E. C., Dragoș C. V., *Administrarea întreprinderii de comerț-turism și servicii*, Editura ASE, București, 2020.

## 12.3. Răspunsuri teste grilă

1	e	11	e	21	d	31	d	41	a	51	b	61	d	71	c	81	c
2	c	12	b	22	b	32	c	42	e	52	a	62	c	72	a	82	d
3	d	13	d	23	e	33	b	43	a	53	e	63	e	73	c	83	d
4	d	14	e	24	c	34	b	44	e	54	b	64	e	74	d	84	c
5	b	15	b	25	e	35	c	45	a	55	e	65	c	75	d		
6	a	16	d	26	a	36	c	46	d	56	d	66	c	76	c		
7	e	17	e	27	d	37	a	47	b	57	b	67	e	77	e		
8	c	18	d	28	b	38	d	48	c	58	c	68	a	78	d		
9	e	19	c	29	e	39	b	49	d	59	d	69	a	79	a		
10	d	20	a	30	b	40	e	50	a	60	d	70	e	80	c		

## **13. FISCALITATE**

### **13.1. Teste grilă**

#### **1. Principiul randamentului impozitelor presupune:**

- a) ca marimea impozitelor datorate de fiecare contribuabil sa fie certa si nu arbitrar, iar termenele, modalitatea si locul de plata sa fie clar stabilite, pentru a fi cunoscute si respectate de fiecare platitor;
- b) ca impozitele sa fie percepute la termenele si in modul cel mai convenabil pentru contribuabil;
- c) toti cetatenii unui stat trebuie sa contribuie , pe cat posibil, cu impozite in functie de veniturile pe care le realizeaza;
- d) are drept scop ca sistemul fiscal sa asigure incasarea impozitelor cu minim de cheltuieli si sa fie cat mai putin apasator pentru platitori;
- e) exprimarea dimensiunii obiectului neimpozabil.

#### **2. Asieta reprezinta:**

- a) totalitatea masurilor care se iau de organele fiscale in legatura cu fiecare subiect impozabil, pentru identificarea obiectului impozabil, stabilirea marimii materiei impozabile si determinarea impozitului datorat statului;
- b) din ce anume se plateste impozitul;
- c) impozitul aferent unei unitati de impunere;
- d) exprimarea dimensiunii obiectului impozabil;
- e) data pana la care impozitul trebuie achitat statului.

#### **3. Impozitele, taxele si contributiile sociale obligatorii sunt reglementate de:**

- a) Codul Muncii;
- b) Legea Contabilitatii nr 82/1991;
- c) Codul fiscal;
- d) Ordinul ministrului finantelor publice nr. 1826/2003 pentru aprobarea Precizarilor privind unele masuri referitoare la organizarea si conducerea contabilitatii de gestiune;
- e) Ordinul nr. 2.634 din 5 noiembrie 2015 privind documentele financiar-contabile.

#### **4. Principiul certitudinii impunerii se caracterizeaza:**

- a) prin elaborarea de norme juridice clare, care sa nu conduca la interpretari arbitrare, iar termenele, modalitatea si sumele de plata sa fie precis stabilite pentru fiecare platitor;

b) prin asigurarea ca sarcina fiscala a fiecarui contribuabil sa fie stabilita pe baza puterii contributive, respectiv in functie de marimea veniturilor sau a proprietatilor acestuia;

c) prin stabilitatea impozitelor, taxelor si contributiilor obligatorii, pentru o perioada de timp de cel putin un an, in care nu pot interveni modificari in sensul majorarii sau introducerii de noi impozite, taxe si contributii obligatorii;

d) prin asigurarea de niveluri similare ale veniturilor bugetare de la un exercitiu bugetar la altul;

e) prin intelegerea corecta a notiunilor fiscale.

### **5. In intelesul Codului Fiscal un sediu permanent presupune:**

a) folosirea unei instalatii numai in scopul depozitarii sau al expunerii produselor ori bunurilor ce apartin nerezidentului;

b) vanzarea de produse sau bunuri ce apartin unui nerezident, care au fost expuse in cadrul unor expozitii sau targuri fara caracter permanent ori ocazionale, daca produsele ori bunurile sunt vandute nu mai tarziu de o luna dupa incheierea targului sau a expozitiei;

c) mentinerea unui stoc de produse sau bunuri ce apartin unui nerezident numai in scopul de a fi depozitate sau expuse;

d) un santier de constructii, un proiect de constructie, un ansamblu sau montaj ori activitati de supervizare legate de acestea, numai daca santierul, proiectul sau activitatile dureaza mai putin de 6 luni;

e) o sucursala, un birou, o fabrica, un magazin, un atelier, precum si o mina, un put de titei sau de gaze, o cariera sau alte locuri de extractie a resurselor naturale, precum si locul in care continua sa se desfasoare o activitate cu activele si pasivele unei persoane juridice romane care intra intr-un proces de reorganizare.

### **6. Potrivit Codului fiscal, sunt obligate la plata impozitului pe profit:**

a) asociatiile de proprietari constituite ca persoane juridice si asociatiile de locatari recunoscute ca asociatii de proprietari;

b) persoanele juridice cu sediul social in Romania, infiintate potrivit legislatiei europene;

c) persoana juridica romana care plateste impozit pe veniturile microintreprinderilor;

d) Academia Romana, precum si fundatiile infiintate de Academia Romana in calitate de fondator unic;

e) fundatia constituita ca urmare a unui legat.

### **7. Conform clasificatiei bugetare, veniturile fiscale cuprind:**

a) TVA, accize, impozit pe venit, impozit pe profit, venituri din capital, chirii;

b) TVA, accize, impozit pe venit, impozit pe profit, venituri din capital;

- c) TVA, accize, impozit pe venituri, chirii;
- d) TVA, accize, impozite directe, chirii;
- e) TVA, accize, impozit pe venit, impozit pe profit, taxe vamale.

**8. In cazul metodei de amortizare degresiva, amortizarea se calculeaza prin multiplicarea cotelor de amortizare liniara cu unul dintre coeficientii urmatoari:**

- a) 1,5, daca durata normala de utilizare a mijlocului fix amortizabil este intre 3 si 5 ani;
- b) 2,5, daca durata normala de utilizare a mijlocului fix amortizabil este intre 6 si 10 ani;
- c) 1,5, daca durata normala de utilizare a mijlocului fix amortizabil este intre 2 si 5 ani;
- d) 2,0, daca durata normala de utilizare a mijlocului fix amortizabil este intre 3 si 10 ani;
- e) 1,5, daca durata normala de utilizare a mijlocului fix amortizabil este intre 5 si 10 ani.

**9. In categoria impozitelor directe sunt cuprinse:**

- a) impozitul pe salarii, impozitul pe cladiri, taxele vamale, impozitul pe spectacole, impozitul pe profit;
- b) impozitul pe profit, impozitul pe salarii, impozitul pe cladiri, impozitul pe terenurile agricole ale populatiei;
- c) impozitul pe salarii, impozitul pe cladiri, impozitul pe terenurile agricole ale populatiei, impozitul din vanzarea de bunuri si prestarea de servicii;
- d) impozitul pe profit, impozitul din prestarea serviciilor turistice, impozitul pe cladiri, impozitul pe terenurile agricole ale populatiei;
- e) impozitul pe profit, impozitul pe salarii, impozitul pe cladiri, impozitul pe terenurile agricole ale populatiei, impozitul din vanzarea de bunuri.

**10. Remiza reprezinta:**

- a) o reducere pe care poate sa o acorde furnizorul clientului sau pentru calitatea inferioara a bunurilor livrate;
- b) o reducere practicata in mod exceptional, asupra pretului de vanzare convenit anterior intre furnizor si client, tinandu-se cont de unele defecte de calitate sau de neconformitate cu bunurile comercializate prevazute in contract;
- c) un mijloc promotional atunci cand se deschide un nou magazin sau cand se lanseaza un produs pe piata;
- d) o reducere ce poate fi acordata pentru depasirea unui plafon valoric anual al cumpararilor stabilit prin contract;
- e) o reducere aplicata, in mod exceptional, asupra pretului curent de vanzare, tinandu-se cont de volumul vanzarilor sau de importanta cumparatorului in clientela vanzatorului.

### **11. Profitul impozabil este caracterizat de:**

- a) apare inregistrat in balanta de verificare;
- b) se calculeaza pe baza registrului de evidenta fiscala;
- c) se inregistreaza in bilantul contabil;
- d) standardele internationale de contabilitate prevad existenta unui cont in care sa se inregistreze profitul impozabil;
- e) profitul impozabil se inregistreaza intr-un cont distinct.

### **12. Din categoria cheltuielilor deductibile fac parte:**

- a) taxele de inregistrare, amenzile, confiscarile si penalitatile, datorate catre autoritatile romane/straine, potrivit prevederilor legale;
- b) cheltuielile facute in favoarea actionarilor sau asociatilor, altele decat cele generate de plati pentru bunurile livrate sau serviciile prestate contribuabilului, la pretul de piata pentru aceste bunuri sau servicii;
- c) dobanzile/majorarile de intarziere, amenzile, confiscarile si penalitatile, datorate catre autoritatile romane/straine, potrivit prevederilor legale;
- d) taxele de inregistrare, cotizatiile si contributiile datorate catre camerele de comert si industrie, organizatiile patronale si organizatiile sindicale;
- e) cheltuielile aferente veniturilor neimpozabile.

### **13. Declararea si plata impozitului pe profit se face:**

- a) lunar, pana la data de 25 inclusiv a primei luni urmatoare incheierii trimestrelor I – III;
- b) anual, pana la data de 25 inclusiv a primei luni urmatoare incheierii trimestrelor I – III;
- c) lunar, pana la data depunerii situatiilor financiare la organul fiscal competent;
- d) trimestrial, pana la data de 25 inclusiv a primei luni urmatoare incheierii trimestrelor I – III;
- e) anual, pana la data de 25 inclusiv a primei luni urmatoare inchiderii trimestrelor I-III.

### **14. Platile anticipate trimestrial pentru impozitul pe profit reprezinta:**

- a)  $\frac{1}{2}$  din impozitul datorat pentru anul precedent, actualizat cu indicele preturilor de consum, estimat cu ocazia elaborarii bugetului initial al anului pentru care se efectueaza aceste plati;
- b)  $\frac{1}{3}$  din impozitul datorat pentru anul precedent, actualizat cu indicele preturilor de consum, estimat cu ocazia elaborarii bugetului initial al anului pentru care se efectueaza aceste plati;
- c)  $\frac{1}{2}$  din impozitul datorat pentru anul precedent, neactualizat cu indicele preturilor de consum, estimat cu ocazia elaborarii bugetului initial al anului pentru care se efectueaza aceste plati;

d)  $\frac{1}{4}$  din impozitul datorat pentru anul precedent, neactualizat cu indicele preturilor de consum, estimat cu ocazia elaborarii bugetului initial al anului pentru care se efectueaza aceste plati;

e)  $\frac{1}{4}$  din impozitul datorat pentru anul precedent, actualizat cu indicele preturilor de consum, estimat cu ocazia elaborarii bugetului initial al anului pentru care se efectueaza aceste plati.

### **15. Sunt considerate venituri din salarii:**

a) toate veniturile in bani si/sau in natura obtinute de o persoana fizica ce desfasoara o activitate in baza unui contract individual de munca sau a unui statut special prevazut de lege, indiferent de perioada la care se refera, de denumirea veniturilor ori de forma sub care ele se acorda, inclusiv veniturile din investitii;

b) toate veniturile in bani si/sau in natura obtinute de o persoana fizica ce desfasoara o activitate in baza unui contract individual de munca sau a unui statut special prevazut de lege, indiferent de perioada la care se refera, de denumirea veniturilor ori de forma sub care ele se acorda, inclusiv indemnizatiile pentru incapacitate temporara de munca;

c) toate veniturile in bani si/sau in natura obtinute de o persoana fizica ce desfasoara o activitate in baza unui contract individual de munca sau a unui statut special prevazut de lege, indiferent de perioada la care se refera, de denumirea veniturilor ori de forma sub care ele se acorda, excluzand indemnizatiile pentru incapacitate temporara de munca;

d) toate veniturile in bani si/sau in natura obtinute de o persoana fizica ce desfasoara o activitate in baza unui contract individual de munca sau a unui statut special prevazut de lege, indiferent de perioada la care se refera, de denumirea veniturilor ori de forma sub care ele se acorda, inclusiv veniturile din cedarea folosintei bunurilor;

e) toate veniturile in bani si/sau in natura obtinute de o persoana fizica ce desfasoara o activitate in baza unui contract individual de munca sau a unui statut special prevazut de lege, indiferent de perioada la care se refera, de denumirea veniturilor ori de forma sub care ele se acorda, inclusiv veniturile din premii si din jocuri de noroc.

### **16. Indemnizatia pentru concediul de odihna se acorda:**

a) se acorda tuturor salariatilor cu o durata minima de 20 zile lucratoare proportional cu activitatea prestata intr-un an calendaristic si nu mai putin de 10 zile lucratoare de concediu neintrerupt;

b) se acorda tuturor salariatilor cu o durata minima de 25 zile lucratoare proportional cu activitatea prestata intr-un an calendaristic si nu mai putin de 10 zile lucratoare de concediu neintrerupt;

c) se acorda tuturor salariatilor cu o durata minima de 20 zile lucratoare proportional cu activitatea prestata intr-un an calendaristic si nu mai putin de 12 zile lucratoare de concediu neintrerupt;

d) se acorda tuturor salariatilor cu o durata minima de 25 zile lucratoare proportional cu activitatea prestata intr-un an calendaristic si nu mai putin de 12 zile lucratoare de concediu neintrerupt;

e) se acorda tuturor salariatilor cu o durata minima de 28 zile lucratoare proportional cu activitatea prestata intr-un an calendaristic si nu mai putin de 10 zile lucratoare de concediu neintrerupt.

**17. De regula, accizele armonizate sunt accize specifice exprimate in echivalent euro pe unitatea de masura, cu exceptia:**

- a) gazului petrolier lichefiat;
- b) motorinei;
- c) pacurei;
- d) tigaretelor;
- e) tigarilor si tigarilor de foi.

**18. Platitorii de venituri, cu regim de retinere la sursa a impozitelor, au obligatia sa depuna o declaratie privind calcularea si retinerea impozitului pentru fiecare beneficiar de venit, la organul fiscal competent, astfel:**

- a) pana la data de 31 ianuarie, inclusiv, a anului curent pentru anul expirat;
- b) pana in ultima zi a lunii urmatoare celei in care s-a platit venitul;
- c) pana in ultima zi a lunii iunie, inclusiv, a anului curent pentru anul expirat;
- d) pana in ultima zi a lunii februarie, inclusiv, a anului curent pentru anul expirat;
- e) nu au obligatia sa depuna nicio declarative.

**19. Reverificarea unei perioade fiscale se poate face prin:**

- a) notificarea contribuabilului;
- b) de comun acord cu contribuabilul;
- c) la cererea contribuabilului;
- d) aviz de inspectie fiscala;
- e) decizie de reverificare.

**20. Cine are obligatia de a emite certificatul de atestare a impozitului platit de nerezidenti in Romania?**

- a) platitorul de venit, rezident roman;
- b) primariile din localitatile in care isi au sediul platitorii de venit;
- c) autoritatea fiscala competenta;
- d) trezoreria Statului, prin structurile teritoriale;
- e) Ministerul Administratiei si Internelor.

**21. Categoriile de venituri supuse impozitului pe venit, sunt urmatoarele:**

- a) venituri din investitii;
- b) sumele sau bunurile primite sub forma de sponsorizare sau mecenat;

- c) bursele primite de persoanele care urmeaza orice forma de scolarizare sau perfectionare in cadru institutionalizat;
- d) premiile obtinute de sportivii medaliati la campionatele mondiale, europene si la jocurile olimpice;
- e) sumele reprezentand diferenta de dobanda subventionata pentru creditele primite in conformitate cu legislatia in vigoare.

**22. Nu constituie livrare de bunuri, in sensul dreptului de a dispune de bunuri ca si un proprietar:**

- a) predarea efectiva a bunurilor catre o alta persoana, ca urmare a unui contract care prevede ca plata se efectueaza in rate sau a oricarui alt tip de contract care prevede ca proprietatea este atribuita cel mai tarziu in momentul platii ultimei sume scadente, cu exceptia contractelor de leasing;
- b) trecerea in domeniul public a unor bunuri din patrimoniul persoanelor impozabile, in conditiile prevazute de legislatia referitoare la proprietatea publica si regimul juridic al acesteia, in schimbul unei despagubiri;
- c) transferul dreptului de proprietate asupra unui bun imobil de catre o persoana impozabila catre o institutie publica, in scopul stingerii unei obligatii fiscale restante;
- d) preluarea de catre o persoana impozabila a bunurilor mobile achizitionate sau produse de catre aceasta pentru a fi puse la dispozitia altor persoane in mod gratuit, daca taxa aferenta bunurilor respective sau partilor lor componente a fost dedusa total sau partial;
- e) preluarea de catre o persoana impozabila a bunurilor mobile achizitionate sau produse de catre aceasta pentru a fi utilizate in scopuri care nu au legatura cu activitatea economica desfasurata, daca taxa aferenta bunurilor respective sau partilor lor componente a fost dedusa total sau partial.

**23. Cota redusa de 5% a taxei pe valoare adaugata se aplica asupra bazei de impozitare pentru urmatoarele livrari de bunuri si prestari de servicii:**

- a) serviciile de restaurant si de catering, cu exceptia bauturilor alcoolice si a bauturilor nealcoolice;
- b) serviciile constand in permiterea accesului la castele, muzee, case memoriale, monumente istorice, monumente de arhitectura si arheologice, gradini zoologice si botanice, balciuri, parcuri de distractii si parcuri recreative;
- c) livrarea de medicamente de uz uman si veterinar;
- d) cazarea in cadrul sectorului hotelier sau al sectoarelor cu functie similara, inclusiv inchirierea terenurilor amenajate pentru camping;
- e) serviciile de alimentare cu apa si de canalizare.

**24. Conform Codului Fiscal, prin contract de leasing operational se intelege:**

a) acel contract de leasing unde utilizatorul are dreptul de a opta fie pentru achizitionarea bunului la o valoare reziduala, fie pentru prelungirea contractului, fie pentru renuntarea la bunul respectiv;

b) acel contract de leasing unde redeventa lunara este compusa din cota parte din valoarea de intrare a mijlocului fix si din dobanda de leasing;

c) contractul de leasing unde bunul finantat este evidentiat in contabilitatea utilizatorului;

d) orice contract de leasing incheiat intre locator si locatar, care transfera locatarului riscurile si beneficiile dreptului de proprietate, mai putin riscul de valorificare a bunului la valoarea reziduala;

e) acel contract prin care riscurile si beneficiile dreptului de proprietate asupra bunului care face obiectul leasingului sunt transferate utilizatorului la momentul la care contractul de leasing produce efecte.

**25. Metoda de amortizare a mijloacelor fixe in cazul constructiilor este:**

a) metoda de amortizare liniara sau accelerata;

b) metoda de amortizare degresiva sau accelerata;

c) metoda de amortizare accelerata;

d) metoda de amortizare degresiva;

e) metoda de amortizare liniara.

**26. In cazul contractelor de fiducie, conform Codului Civil:**

a) transferul masei patrimoniale fiduciare de la constituitor catre fiduciar este transfer impozabil;

b) fiduciarul va conduce o evidenta contabila separata pentru masa patrimoniala fiduciara si va transmite trimestrial catre constituitor, pe baza de decont, veniturile si cheltuielile rezultate din administrarea patrimoniului conform contractului;

c) valoarea fiscala a activelor cuprinse in masa patrimoniala fiduciara, preluata de fiduciar, nu este egala cu valoarea fiscala pe care acestea au avut-o la constituitor;

d) cheltuielile inregistrate din transferul masei patrimoniale fiduciare de la constituitor catre fiduciar nu sunt considerate cheltuieli nedeductibile;

e) amortizarea fiscala pentru anumite active amortizabile prevazute in masa patrimoniala fiduciara se determina in continuare in conformitate cu regulile prevazute de lege, care s-ar fi aplicat la persoana care a transferat activul, daca transferul nu ar fi avut loc.

## **27. Fuziunea este operatiunea prin care:**

a) una sau mai multe societati, in momentul si ca efect al dizolvarii fara lichidare, isi transfera totalitatea activelor si pasivelor catre o alta societate existenta, in schimbul emiterii catre participantii lor a titlurilor de participare reprezentand capitalul celeilalte societati si, daca este cazul, al platii in numerar a maximum 10% din valoarea nominala ori, in absenta valorii nominale, a valorii nominale contabile echivalente a titlurilor respective;

b) operatiunea prin care o societate europeana sau o societate cooperativa europeana, fara sa se lichideze ori fara sa creeze o societate noua, isi transfera sediul social din Romania intr-un alt stat membru;

c) operatiunea prin care o societate, in momentul si ca efect al dizolvarii fara lichidare, isi transfera totalitatea activelor si pasivelor catre doua sau mai multe societati existente ori nou-infiintate, in schimbul emiterii catre participantii sai, pe baza de proportionalitate, de titluri de participare reprezentand capitalul societatilor beneficiare si, daca este cazul, a sumei in numerar de maximum 15% din valoarea nominala sau, in absenta valorii nominale, a valorii nominale contabile echivalente a titlurilor;

d) operatiunea prin care o societate transfera, fara a fi dizolvata, una sau mai multe ramuri de activitate, catre una sau mai multe societati existente ori nou-infiintate, lasand cel putin o ramura de activitate in societatea cedenta, in schimbul emiterii catre participantii sai, pe baza de proportionalitate, de titluri de participare reprezentand capitalul societatilor beneficiare si, daca este cazul, a sumei in numerar de maximum 12% din valoarea nominala sau, in absenta valorii nominale, a valorii nominale contabile echivalente a titlurilor;

e) o societate, in momentul si ca efect al dizolvarii fara lichidare, isi transfera doar o parte a activelor si pasivelor catre societatea care detine toate titlurile de participare ce reprezinta capitalul sau.

## **28. Regula aplicabila in cazul transferului sediului social al unei societati europene sau al unei societati cooperative europene este:**

a) provizioanele sau rezervele care anterior transferului sediului social nu au fost deduse la calculul rezultatului fiscal de catre societatile europene ori societatile cooperative europene si care nu provin de la sediile permanente din strainatate pot fi preluate, in aceleasi conditii de deducere, de catre sediul permanent din Romania al societatii europene sau al societatii cooperative europene

b) transferul este neimpozabil numai daca societatile europene sau societatile cooperative europene calculeaza amortizarea si orice castiguri sau pierderi aferente activelor si pasivelor care raman efectiv integrate unui sediu permanent ca si cum transferul sediului social nu ar fi avut loc;

c) in situatia in care o societate europeana sau o societate cooperativa europeana inregistreaza pierdere fiscala, determinata potrivit prezentului titlu,

aceasta nu se recupereaza de catre sediul permanent al societatii europene ori al societatii cooperative europene situat in Romania;

d) transferul sediului social al societatilor europene sau al societatilor cooperative europene trebuie sa determine impozitarea venitului, profitului sau plusvalorii actionarilor;

e) nu se aplica niciuna din regulile de mai sus.

### **29. Dobanda inseamna:**

a) venitul din anumite tipuri de creanta, penalitatile pentru plata cu intarziere, obligatiuni;

b) venitul din anumite tipuri de creanta;

c) venitul din creante de orice fel inclusiv penalitatile pentru plata cu intarziere;

d) venitul din creante de orice fel, insotite sau nu de garantii ipotecare ori de o clauza de participare la profiturile debitorului;

e) venitul din creante de orice fel inclusiv platile pentru folosirea sau dreptul de folosire a echipamentului industrial, comercial ori stiintific.

### **30. O societate a unui stat membru va fi tratata ca beneficiar efectiv al dobanzilor si redeventelor:**

a) doar daca primeste acele plati pentru beneficiul sau propriu, si nu ca un intermediar pentru o alta persoana;

b) doar daca primeste acele plati pentru un fiduciar;

c) doar daca primeste acele plati pentru un semnatar autorizat;

d) doar daca primeste acele plati ca si intermediar pentru alta persoana;

e) doar daca primeste acele plati atat pentru beneficiul propriu cat si ca intermediar pentru alta persoana.

### **31. Datoria vamala ia nastere:**

a) la momentul platii cuantumului drepturilor;

b) in momentul invalidarii declaratiei vamale depuse pentru un regim vamal ce implica obligatia de plata a drepturilor

c) in locul in care s-au produs faptele care au generat-o;

d) inclusiv la momentul pierderii marfurilor datorita cazului fortuit sau fortei majore;

e) in cazul bunurilor confiscate, pierdute datorita cazului fortuit si in cazul abandonului in favoarea statului.

### **32. Contribuabilul care infiinteaza un sediu secundar are obligatia sa solicite inregistrarea fiscala ca platitor de salarii si de venituri asimilate salariilor a sediului secundar, daca acesta are:**

a) maxim 10 persoane prezente la sediul secundar;

b) minimum 3 persoane care realizeaza venituri din salarii;

- c) minimum 5 persoane care realizeaza venituri din salarii la sediul secundar;
- d) maxim 3 persoane prezente la sediul secundar;
- e) cel putin 1 salariat.

**33. Pentru a fi opozabile tertilor, hotararile adunarii generale trebuie depuse la Oficiul registrului comertului spre a fi mentionate in registru si a fi publicate in Monitorul Oficial al Romaniei, Partea a IV - a, in termen de:**

- a) 35 zile;
- b) 10 zile;
- c) 30 zile;
- d) 60 zile;
- e) 15 zile.

**34. Aporturile in numerar sunt obligatorii:**

- a) doar in cazul societatii cu raspundere limitata;
- b) pentru toate formele de societati prevazute de Lg 31/1990;
- c) doar pentru societati in comandita pe actiuni;
- d) doar in cazul societatii pe actiuni;
- e) doar pentru societati in comandita simpla.

**35. Precizati care din urmatoarele categorii de venituri nu sunt considerate venituri brute:**

- a) veniturile din angajamentul de a nu desfasura o activitate independenta sau de a nu concura cu o alta persoana;
- b) veniturile inregistrate de casele de marcat cu memorie fiscala, instalate ca aparate de taxat pe autovehiculele de transport persoane sau bunuri in regim de taxi;
- c) castigurile din transferul activelor din patrimoniul afacerii, utilizate intr-o activitate independenta, exclusiv contravaloarea bunurilor ramase dupa incetarea definitiva a activitatii;
- d) veniturile sub forma de dobanzi din creante comerciale sau din alte creante utilizate in legatura cu o activitate independenta;
- e) veniturile din anulara sau scutirea unor datorii de plata aparute in legatura cu o activitate independent.

**36. Pentru a fi considerata rezidenta, perioada de prezenta activa in Romania a unei persoane fizice este:**

- a) o perioada sau mai multe perioade ce depasesc in total 183 de zile, pe parcursul a doi ani consecutivi;
- b) este prezenta in Romania pentru o perioada sau mai multe perioade care depasesc in total 183 de zile, pe parcursul oricarui interval de 12 luni consecutive, in anul calendaristic precedent;

c) o perioada sau mai multe perioade ce depasesc in total 183 de zile, pe parcursul oricarui interval de 36 luni consecutiv;

d) maxim 183 de zile, pe parcursul oricarui interval de 12 luni consecutive, care se incheie in anul calendaristic vizat;

e) o perioada sau mai multe perioade ce depasesc in total 183 de zile, pe parcursul oricarui interval de 12 luni consecutive, care se incheie in anul calendaristic vizat.

**37. Cheltuielile cu dobanzile la calculul impozitului pe profit sunt integral deductibile:**

a) In cazul in care gradul de indatorare a capitalului este mai mic sau egal cu trei;

b) In cazul in care gradul de indatorare a capitalului este negativ;

c) In cazul in care gradul de indatorare a capitalului este mai mare decat trei;

d) In cazul in care gradul de indatorare a capitalului este mai mare sau egal cu cinci;

e) In cazul in care gradul de indatorare a capitalului este mai mare sau egal cu noua.

**38. O microintreprindere este o persoana juridica romana care indeplineste cumulativ conditiile prevazute de Codul Fiscal, iar una din conditii este:**

a) a realizat venituri care nu au depasit echivalentul in lei a 250.000 euro;

b) capitalul social al acesteia este detinut de stat si unitatile administrative teritoriale;

c) a realizat venituri care nu au depasit echivalentul in lei a 500.000 euro;

d) a realizat venituri care nu au depasit echivalentul in lei a 250.000 euro si se afla in dizolvare, urmata de lichidare, inregistrata in registrul comertului sau la instantele judecatoresti, potrivit legii;

e) a realizat venituri, altele decat cele din consultanta si/sau management, cu exceptia veniturilor din consultanta fiscala, corespunzatoare codului CAEN: 6920 - Activitati de contabilitate si audit financiar; consultanta in domeniul fiscal, in proportie de peste 50% din veniturile totale.

**39. Contribuabilul are dreptul la deducerea rezervelor si provizioanelor/ajustarilor pentru depreciere, numai in conformitate cu art 26 din Codul Fiscal astfel:**

a) rezerva legala este deductibila in limita unei cote de 3% aplicate asupra profitului contabil, la care se adauga cheltuielile cu impozitul pe profit, pana ce aceasta va atinge a treia parte din capitalul social subscris si varsat sau din patrimoniu, dupa caz;

b) rezerva legala este deductibila in limita unei cote de 5% aplicate asupra profitului contabil, la care se adauga cheltuielile cu impozitul pe profit, pana ce aceasta va atinge a cincea parte din capitalul social subscris si varsat sau din patrimoniu, dupa caz;

c) rezerva legala este deductibila in limita unei cote de 10% aplicate asupra profitului contabil, la care se adauga cheltuielile cu impozitul pe profit, pana ce aceasta va atinge a zecea parte din capitalul social subscris si varsat sau din patrimoniu, dupa caz;

d) rezerva legala este deductibila in limita unei cote de 2% aplicate asupra profitului contabil, la care se adauga cheltuielile cu impozitul pe profit, pana ce aceasta va atinge a treia parte din capitalul social subscris si varsat sau din patrimoniu, dupa caz;

e) rezerva legala este deductibila in limita unei cote de 8% aplicate asupra profitului contabil, la care se adauga cheltuielile cu impozitul pe profit, pana ce aceasta va atinge a cincea parte din capitalul social subscris si varsat sau din patrimoniu, dupa caz.

**40. Orice persoana care constata pierderea, sustragerea sau distrugerea unor documente justificative sau contabile are obligatia sa aduca la cunostinta, in scris, conducatorului unitatii (administratorului unitatii, ordonatorului de credite sau altei persoane care are obligatia gestionarii unitatii respective):**

- a) in termen de 48 de ore de la constatare;
- b) in termen de 5 zile de la constatare;
- c) in termen de 3 zile de la constatare;
- d) in termen de 15 zile de la constatare;
- e) in termen de 24 de ore de la constatare.

**41. Pentru contribuabilii nerezidenti, persoane fizice sau juridice, care realizeaza numai venituri supuse regulilor de impunere la sursa, iar impozitul retinut este final, atribuirea codului de identificare fiscala se poate face:**

- a) nu se atribuie cod de identificare fiscala;
- b) numai la solicitarea contribuabilul beneficiar al veniturilor supuse regulilor de impunere la sursa;
- c) numai din oficiu, de organul fiscal;
- d) in tara de rezidenta a beneficiarului veniturilor supuse regulilor de impunere la sursa;
- e) de organul fiscal, la solicitarea platitorului de venit.

**42. Nu reprezinta active amortizabile:**

- a) investitiile efectuate la mijloacele fixe care fac obiectul unor contracte de inchiriere, concesiune, locatie de gestiune;
- b) tablourile si operele de arta, amenajarile de terenuri;

c) terenurile, inclusiv cele împadurite, lacurile, baltile si iazurile care nu sunt rezultatul unei investitii;

d) investitiile efectuate din surse proprii, concretizate in bunuri noi, de natura celor apartinand domeniului public;

e) orice mijloc fix care nu isi pierde valoarea in timp datorita folosirii, activele biologice, inregistrate de catre contribuabili potrivit reglementarilor contabile aplicabile.

**43. Cheltuielile aferente achizitionarii sau producerii programelor informatice se recupereaza prin intermediul deducerilor de amortizare liniara sau degresiva pe o perioada de:**

- a) 12 luni;
- b) 18 luni;
- c) 2 ani;
- d) 3 ani;
- e) 5 ani.

**44. In cazul in care cheltuielile de constituire sunt inregistrate ca imobilizari necorporale, potrivit reglementarilor contabile aplicabile, acestea se recupereaza prin intermediul cheltuielilor cu amortizarea pe o perioada de maximum:**

- a) 3 ani;
- b) 5 ani;
- c) 7 ani;
- d) 24 luni;
- e) 12 luni.

**45. In situatia in care o societate beneficiara detine o participatie la capitalul societatii cedente, veniturile acesteia, provenite din anularea participatiei sale, nu se impoziteaza daca participatia societatii beneficiare la capitalul societatii cedente este mai mare de:**

- a) 3%;
- b) 5%;
- c) 8%;
- d) 10%;
- e) 15%.

**46. Un sediu permanent ignorat este:**

- a) unicul sediu desemnat pentru indeplinirea obligatiilor;
- b) desfasurarea activitatii unui nerezident prin intermediul mai multor sedii permanente in Romania;

c) orice entitate care este tratata ca dand nastere unui sediu permanent in temeiul legislatiei din jurisdicia in care se afla sediul social si care nu este tratata ca dand nastere unui sediu permanent in temeiul legislatiei din cealalta jurisdicie;

d) sediul care beneficiaza de o scutire fiscala, o reducere a cotei de impozitare sau orice tip de credit/rambursare fiscala, altul decat un credit fiscal pentru impozitul retinut la sursa;

e) sediul care desfasoara activitatea de cumparare si vanzare de instrumente financiare, in mod regulat si in nume propriu, cu scop lucrativ.

**47. Creantele fiscale reprezinta:**

a) obligatii patrimoniale care rezulta din raporturile de drept material fiscal;

b) drepturi patrimoniale care rezulta din raporturile de drept material fiscal;

c) o forma de evaziune fiscala;

d) o forma de plata anticipata a impozitelor;

e) un proces verbal.

**48. Obligatia virarii impozitului pe dividende revine:**

a) consultantului fiscal, dupa verificarea situatiilor financiare anuale;

b) persoanei juridice care distribuie dividende;

c) actionarilor sau asociatilor care primesc dividende;

d) adunarii generale a actionarilor si asociatilor;

e) auditorului financiar.

**49. Impozitul pe profit este:**

a) un impozit direct;

b) un impozit indirect;

c) un venit nefiscal;

d) o cheltuiala financiara;

e) o taxa.

**50. Echitatea fiscala presupune:**

a) dreptate sociala in materie de impozite;

b) reducerea impozitelor pentru persoanele fizice care nu au disponibilitati;

c) achitarea obligatiilor catre stat in functie de momentul obtinerii veniturilor;

d) pedepsirea celor care nu achita in termenul legal;

e) achitarea de taxe si impozite.

**51. Dupa scopul urmarit de stat la introducerea lor, impozitele pot fi:**

a) financiare si de alimentare cu resurse a bugetului de stat;

b) financiare si de ordine;

c) cu caracter permanent si incidentale;

- d) financiare, de ordine, cu caracter permanent si incidentale;
- e) de alimentare cu resurse a bugetului de stat si de ordine.

**52. Impozitele in functie de obiectul care este impus, pot fi:**

- a) pe venit, pe consum sau pe cheltuieli;
- b) pe avere, pe consum sau pe cheltuieli;
- c) pe venit, pe avere, pe consum sau pe cheltuieli;
- d) pe consum sau pe cheltuieli;
- e) pe venit si pe cheltuieli.

**53. Potrivit regulilor generale de impozitare prevazute in Legea 227/2015 privind Codul Fiscal, impozitele, taxele si contributiile sociale obligatorii se platesc:**

- a) in moneda nationala a Romaniei;
- b) in moneda statului strain, daca veniturile rezidentului roman sunt realizate in alt stat decat Romania;
- c) in euro sau in moneda nationala a Romaniei, in functie de optiunea contribuabilului;
- d) in moneda nationala a Romaniei sau in euro, utilizand cursul de schimb comunicat de BNR, valabil la inchiderea anului fiscal;
- e) orice valuta.

**54. Contribuabilii care desfasoara exclusiv activitate de inovare, cercetare-dezvoltare, definite potrivit Ordonantei Guvernului nr. 57/2002 privind cercetarea stiintifica si dezvoltarea tehnologica, cu modificarile si completarile ulterioare, precum si activitati conexe acesteia sunt scutiti de impozit pe profit:**

- a) in primii 10 ani de activitate;
- b) in primii 3 ani de activitate;
- c) in primii 5 ani de activitate;
- d) in primii 7 ani de activitate;
- e) in primul an de activitate.

**55. Conversia in lei a impozitului in valuta aferent veniturilor obtinute din Romania de nerezidenti se face la:**

- a) cursul de schimb al pietei valutare comunicat de Banca Nationala a Romaniei, pentru ziua in care se plateste venitul catre nerezident;
- b) cursul de schimb al pietei valutare comunicat de Banca Nationala a Romaniei, pentru ultima zi din luna in care se plateste venitul catre nerezident;
- c) cursul de schimb al pietei valutare comunicat de Banca Nationala a Romaniei, pentru data de 25 a lunii urmatoare celei in care s-a platit venitul;

- d) cursul de schimb al pietei valutare comunicat de Banca Nationala a Romaniei, pentru data de 15 a lunii urmatoare celei in care s-a platit venitul;
- e) cursul de schimb al pietei valutare comunicat de Banca Nationala a Romaniei, pentru data de 10 a lunii urmatoare celei in care s-a platit venitul.

**56. Venitul net din cedarea folosintei bunurilor se stabileste:**

- a) prin deducerea din venitul brut a cheltuielilor determinate prin aplicarea cotei de 10% asupra veniturului brut;
- b) prin deducerea din venitul brut a cheltuielilor determinate prin aplicarea cotei de 20% asupra veniturului brut;
- c) prin deducerea din venitul brut a cheltuielilor determinate prin aplicarea cotei de 40% asupra veniturului brut;
- d) prin deducerea din venitul brut a cheltuielilor determinate prin aplicarea cotei de 60% asupra veniturului brut;
- e) prin deducerea din venitul brut a cheltuielilor determinate prin aplicarea cotei de 30% asupra veniturului brut.

**57. Conform Titlului VI din Codul Fiscal, o reprezentanta a unei persoane juridice straine, autorizata sa functioneze in Romania, potrivit legii, are obligatia de a plati un impozit anual, in suma de:**

- a) 30.000 lei;
- b) 300.000 lei;
- c) 35.000 lei;
- d) 18.000 lei;
- e) 25.000 lei.

**58. Reprezentanta unei/unor persoane juridice straine infiintata in Romania in cursul unei luni din anul de impunere are obligatia sa calculeze, sa depuna declaratia fiscala la organul fiscal competent si sa plateasca impozitul pentru anul de impunere:**

- a) in termen de 30 de zile de la data la care aceasta a fost infiintata;
- b) pana in ultima zi a lunii curente pentru luna precedenta;
- c) pana la data de 25 a lunii urmatoare pentru luna precedenta;
- d) pana la data de 15 a lunii urmatoare pentru luna precedenta;
- e) pana la data de 5 a lunii urmatoare pentru luna precedenta.

**59. Din punctul de vedere al taxei pe valoarea adaugata, grupul fiscal unic se poate constitui din:**

- a) minimum cinci persoane impozabile;
- b) minimum trei persoane impozabile;
- c) minimum doua persoane impozabile;
- d) maxim doua persoane impozabile;
- e) minimum patru persoane impozabile.

**60. Veniturile din activitati independente care sunt obtinute din Romania de o persoana fizica rezidenta intr-un stat membru al Uniunii Europene sau al Spatiului Economic European, stat cu care Romania are incheiata o conventie de evitare a dublei impuneri si care prezinta un certificat de rezidenta fiscala, se vor impune:**

- a) cu cota si/sau in conditiile prevazute de conventia aplicabila;
- b) cu cota de 50%;
- c) cu cota de 16%;
- d) cu cota de 19%;
- e) cu cota de 10%.

### 13.2. Bibliografie

1. Biris G., *Despre fiscalitate*, Editura Universul Juridic, 2012;
  2. Duca E., *Codul fiscal comentat si adnotat 2023*; Emilian, Editura Universul Juridic, 2023;
  3. Enachi M., *Fiscalitatea in Romania. Reglementare, studii de caz si teste grila. Volumul 1: Sistemul fiscal, impozitul pe profit si impozitul pe veniturile microintreprinderilor*, Editura Economica, 2003;
  4. Filipescu M. O., Vintilă N., Lazăr P., *Fiscalitatea aplicata si elemente de management fiscal*, Editura C.H. Beck; 2013;
  5. Mirică A., *Fiscalitate. Suport de curs*, 2022;
  6. Colectiv de autori Rentrop& Straton, *Agenda Fiscala a contribuabilului*, Editura Rentrop & Straton, 2024;
- [https://static.anaf.ro/static/10/Anaf/legislatie/Cod\\_fiscal\\_norme\\_2023.htm](https://static.anaf.ro/static/10/Anaf/legislatie/Cod_fiscal_norme_2023.htm)
  - <https://mfinante.gov.ro/domenii/fiscalitate>
  - [https://european-union.europa.eu/priorities-and-actions/actions-topic/taxation\\_ro](https://european-union.europa.eu/priorities-and-actions/actions-topic/taxation_ro)

### 13.3. Răspunsuri teste grilă

1	d	11	b	21	a	31	c	41	e	51	b
2	a	12	d	22	c	32	c	42	c	52	e
3	c	13	d	23	b	33	e	43	d	53	a
4	a	14	e	24	d	34	b	44	b	54	a
5	e	15	b	25	e	35	d	45	d	55	c
6	b	16	a	26	b	36	e	46	c	56	c
7	e	17	c	27	a	37	a	47	b	57	d
8	c	18	d	28	b	38	c	48	b	58	a
9	b	19	e	29	d	39	b	49	a	59	c
10	c	20	c	30	a	40	e	50	e	60	a

## **14. TEHNOLOGIE HOTELIERĂ ȘI DE RESTAURANT**

### **14.1. Teste grilă**

#### **1. Agentii economici cu activitate de turism au urmatoarele drepturi:**

- a) sa presteze si sa comercializeze servicii turistice, in con-ditiile legii;
- b) sa primeasca asistenta de specialitate si informatii generale privind strategia si programele de dezvoltare a turismului din partea Ministerului Turismului;
- c) sa obtina certificatul de clasificare pentru fiecare unitate proprie in care presteaza servicii turistice;
- d) sa obtina reclasificarea unitatilor proprii, ca urmare a im-bunatatirilor aduse nivelului de dotare si calitatii serviciilor;
- e) toate cele prezentate, cu conditia sa beneficieze de toate facilitatile acordate de stat, alte organisme si organizatii in scopul stimularii activitatii de turism.

#### **2. Cele mai practice/uzitate tipuri de contracte in industria hoteliera sunt:**

- a) franciza hoteliera;
- b) management hotelier;
- c) franciza hoteliera si management hotelier;
- d) de investitii pe termen lung;
- e) de productie si management.

#### **3. Amplasarea unitatilor de alimentatie publica si a restaurantelor ce apartin hotelurilor se face tinand cont de alegerea:**

- a) zonei geografice;
- b) localizarii in cadrul zonei;
- c) zonei geografice si a localizarii in cadrul zonei;
- d) potentialul economic al zonei;
- e) obiceiurile de consum ale populatiei din zona.

#### **4. Unitatile de alimentatie rapida se disting din punct de vedere al sistemului de organizare a autoservirii prin sistem de distributie si anume:**

- a) self-service liniar;
- b) distributia free-flow;
- c) sistemul carusel;
- d) self-service liniar, distributia free-flow si sistemul carusel;
- e) self-flow.

**5. Functiile sectorului de alimentatie se refera in principal la:**

- a) functia de hranire si nutritie;
- b) functia de agrement;
- c) functia sociala;
- d) functia de afaceri;
- e) toate cele de mai sus.

**6. Corespondenta si formularele de rezervare sunt clasate potrivit categoriei:**

- a) sosiri din ziua curenta;
- b) rezervari si cereri provizorii;
- c) rezervari confirmate;
- d) rezervari trecute;
- e) toate variantele prezentate impreuna formeaza organigrama hotelului.

**7. Clasificarea hotelurilor pe categorii are la baza o serie de criterii care au caracterul unor:**

- a) norme tehnice;
- b) norme calitative;
- c) norme cantitative;
- d) norme prudentiale;
- e) norme economice.

**8. Directorul unui hotel este conditionat sa detina urmatoarelor documente specifice activitatii turistice:**

- a) licenta in turism;
- b) brevet de turism;
- c) patent turistic;
- d) experienta mai mare de 15 ani in domeniu;
- e) cursuri de calificare.

**9. Activitatile operationale ale unui hotel sunt generatoare de:**

- a) cheltuieli;
- b) costuri, exclusiv;
- c) incasari;
- d) profit;
- e) taxe.

**10. Serviciul front-office al unui hotel nu cuprinde urmatorul compartiment:**

- a) rezervari;
- b) receptie;
- c) facturare;

- d) casierie;
- e) animatie.

**11. Conceperea si definirea produsului turistic hotelier trebuie sa se adreseze:**

- a) unui anume segment de clientela;
- b) unui segment de clientela de baza, caruia i se va adauga un segment complementar;
- c) nimanui in mod expres, clientela structurandu-se si fidelizandu-se ulterior, in functie de identitatea dintre nevoile sale si oferta hotelului;
- d) tuturor segmentelor de clientela, potrivit unei strategii nediferentiate, pentru a capta un numar cat mai mare de clienti si a ocupa eficient capacitatea de cazare;
- e) concurentei, in mod express, clientela structurandu-se si fidelizandu-se ulterior.

**12. Care va fi efectul cresterii cererii hoteliere pe o piata anume, in conditiile in care nu se dau in functiune alte hoteluri?**

- a) cresterea tarifului si a ratei ocuparii;
- b) scaderea tarifului si a ratei ocuparii;
- c) tariful si rata ocuparii nu au nicio legatura cu cererea, ci caracterizeaza capacitatea de cazare existenta;
- d) fie cresterea tarifului si scaderea ratei ocuparii, fie invers;
- e) cresterea tarifului, in mod prioritar.

**13. In medie, in hoteluri, raportul dintre incasarile din cazare si incasarile din alimentatie este:**

- a) incasarile din cazare sunt mai mari decat cele din alimentatie;
- b) incasarile din cazare sunt mai mici decat cele din alimentatie;
- c) nu poate fi stabilita o regula in acest sens;
- d) incasarile din cazare sunt egale cu cele din alimentatie, ambele fiind servicii de baza;
- e) incasarile din cazare sunt invers proportionale cu cele din alimentatie.

**14. Hotelul (unitatea de primire si cazare turistica) asigura:**

- a) prestarea de servicii de cazare si room-service;
- b) prestarea de servicii de cazare, alimentatie si a altor servicii specifice;
- c) prestarea de servicii de cazare si a unor servicii puse la dispozitie prin receptie;
- d) prestarea numai a serviciilor de cazare;
- e) prestarea de servicii de receptie si/sau transfer.

**15. Contractul de management incheiat cu un hotel independent desemneaza situatia in care:**

- a) societatea de gestiune detine o participatie financiara directa;
- b) societatea de gestiune detine o participatie financiara directa semnificativa si isi asuma gestiunea activitatii hotelului;
- c) societatea de gestiune asigura gestiunea activitatii hotelului;
- d) societatea de gestiune ii concesioneaza unui hotel marca impreuna cu asistenta tehnica si mijloacele de comercializare;
- e) societatea de gestiune nu asigura gestiunea activitatii hotelului.

**16. In cazul contractului de management hotelier, activitatea se desfasoara pe riscul:**

- a) mandatarului;
- b) mandantului;
- c) locatorului;
- d) locatarului;
- e) proprietarului.

**17. Autonomia financiar-juridica este o caracteristica a:**

- a) hotelurilor tip exploatare individuala;
- b) hotelurilor tip exploatare individuala si a celor aderente la un lant voluntar;
- c) hotelurilor tip exploatare individuala, a celor aderente la un lant voluntar si a celor care au incheiat contract de management sau de franciza;
- d) tuturor hotelurilor;
- e) hotelurilor internationale.

**18. In forma cvasicompleta, front-office-ul desemneaza urmatoarele tipuri de servicii hoteliere:**

- a) rezervari, receptie, concierge, casierie, centrala telefonica, etaj;
- b) rezervari, receptie, concierge, casierie, centrala telefonica;
- c) receptie, concierge, casierie;
- d) receptie;
- e) casierie.

**19. Activitatea de facturare se opereaza in „Fisa de cont a clientului” la nivelul departamentului/serviciului front-office, care se asociaza serviciului de:**

- a) casierie;
- b) receptie;
- c) concierge;
- d) rezervari;
- e) inchirieri.

**20. „Calator in tranzit” este acea persoana care:**

- a) traverseaza o tara pe o perioada mai mica de 24 ore;
- b) efectueaza calatorii pe o perioada mai mare de un an;
- c) traverseaza o tara pe o perioada cuprinsa in intervalul 24 ore - 30 zile;
- d) traverseaza o tara, chiar daca ramane mai mult de 24 de ore, cu conditia ca opririle sa fie de scurta durata;
- e) efectueaza o vizita intr-o alta tara decat cea de resedinta.

**21. Calatoriile de afaceri se pot caracteriza prin:**

- a) deplasari in orice perioada a anului;
- b) sezonalitate ridicata;
- c) solicitari ale unor servicii mai putin sofisticate si diversificate;
- d) solicitarea in special a serviciilor de transport rutier;
- e) deplasari in sezonul turistic.

**22. Primul eveniment din existenta unui hotel este:**

- a) inscrierea intr-un ghid hotelier;
- b) cocteilul de inaugurare;
- c) sosirea primului client;
- d) prima participare la o manifestare expozitionala;
- e) oferirea de cazare gratuita.

**23. Care din urmatoarele cheltuieli ale unei intreprinderi hoteliere nu pot fi considerate cheltuieli directe?**

- a) cheltuieli cu materiile prime;
- b) cheltuieli cu salariile directe;
- c) cheltuieli generale de administratie;
- d) cheltuieli cu contributia privind asigurarile si protectia sociala aferente salariilor directe;
- e) cheltuieli cu materiale auxiliare.

**24. Care din urmatoarele cheltuieli ale unei intreprinderi hoteliere nu pot fi considerate cheltuieli indirecte?**

- a) cheltuieli de desfacere;
- b) cheltuieli amortizarea cladirii in care se afla hotelul;
- c) cheltuieli cu dobanzile aferente unui credit pe termen lung;
- d) cheltuieli cu salariile personalului administrative;
- e) cheltuieli cu materiile prime.

**25. Care din urmatoarele cheltuieli ale unei intreprinderi hoteliere si de restauratie nu pot fi considerate cheltuieli fixe pe parcursul unei perioade de gestiune?**

- a) cheltuielile cu chiria spatiilor;
- b) cheltuielile cu asigurarea mijloacelor de transport/transfer;

- c) cheltuielile cu abonamentele la o publicatie anuala;
- d) cheltuielile cu materiile prime;
- e) cheltuielile cu dobanda aferenta unui credit pe termen lung.

**26. Care dintre urmatoarele functii nu face parte din categoria personalului de servire?**

- a) somelier;
- b) valet;
- c) barman;
- d) sef de rang;
- e) chelner.

**27. Existenta unei tejghele - bar, cu scaune inalte, consumatorii sunt serviti cu sortimente de preparate culinare pregatite in fata lor (activitate specifica):**

- a) snack-barurilor;
- b) barurilor de zi cu specific gastronomic;
- c) restaurantelor fast-food;
- d) simigeriilor;
- e) zahana.

**28. Restaurantul fast-food este o unitate caracteristica alimentatiei publice pentru:**

- a) colectivitati;
- b) societati comerciale;
- c) cu specific;
- d) traditionale;
- e) de afaceri.

**29. In realizarea analizei-diagnostic, circulatia turistica este privita, din punct de vedere al diagnosticului, ca fiind:**

- a) comerciala;
- b) tehnica;
- c) juridica si sociala;
- d) de gestiune, financiar-contabil;
- e) a resurselor umane.

**30. Dintre componentele de referinta ale mediului extern al intreprinderii hoteliere, nu fac parte:**

- a) clientela;
- b) concurenta (in sens generic);
- c) statul (prin sistemul de clasificare al hotelurilor);

- d) angajatii;
- e) organizatiile profesionale.

**31. Criteriul pentru adaptarea ulterioara, permanenta a ofertei intreprinderilor hoteliere este reprezentat, in primul rand, de:**

- a) clientela;
- b) concurenta;
- c) stat;
- d) organisme non-guvernamentale;
- e) organizatii profesionale.

**32. Chestionarul de satisfactie reprezinta o modalitate de culegere a informatiilor despre:**

- a) hoteluri;
- b) clienti;
- c) concurenti;
- d) facilitati de cazare;
- e) posibilitati de investire.

**33. Atunci cand nu exista atractii naturale/antropice, dar exista interes pentru fluxuri turistice, se procedeaza la:**

- a) promovarea anumitor destinatii turistice;
- b) crearea de pachete de servicii care sa valorifice cultura, educatia, traditiile sau obiceiurile locale;
- c) punerea la dispozitie a unor facilitati de servicii curente (posta, telecomunicatii, iluminat public, orar magazine, functionare spitale);
- d) efectuarea de investitii in infrastructura turistica;
- e) ameliorarea destinatiilor turistice.

**34. Formele fundamentale de exploatare hoteliera sunt:**

- a) hoteluri independente si lanturi hoteliere integrate;
- b) hoteluri independente si lanturi hoteliere voluntare;
- c) hoteluri independente si hoteluri tip exploatare individuala;
- d) lanturi hoteliere si hoteluri individuale;
- e) lanturi hoteliere si moteluri.

**35. Pentru a adera la lanturile hoteliere voluntare, hotelurile independente pot incheia contracte de:**

- a) locatie a gestiunii;
- b) management hotelier;
- c) fuziune;
- d) factoring;
- e) vanzare.

**36. Concentrarea orizontala a ofertei hoteliere este reprezentata de:**

- a) hotelurile tip exploatare individuala;
- b) lanturile hoteliere integrate;
- c) moteluri;
- d) hosteluri;
- e) hoteluri.

**37. Din punct de vedere juridic, de regula lanturile hoteliere integrate sunt structurate sub forma de:**

- a) asociatii de hoteluri independente;
- b) grupuri de societati;
- c) lanturi hoteliere;
- d) societati specializate;
- e) societati offshore.

**38. In cadrul lanturilor hoteliere integrate, structurate sub forma unui grup de societati, hotelurile „aliate” sunt:**

- a) un grup de societati hoteliere specializate;
- b) hoteluri proprietate;
- c) hoteluri independente care au incheiat contract de management sau de franciza;
- d) mai multe hoteluri independente care au aceeasi marca;
- e) hoteluri care suplinesc lipsurile altor hoteluri din cadrul acelorasi societati.

**39. Contractul de management presupune administrarea hotelului de catre:**

- a) proprietarul insusi;
- b) grupul de societati, cel mai probabil printr-o societate de gestiune;
- c) un administrator independent;
- d) locatar;
- e) locator.

**40. Hotelurile individuale au urmatorul avantaj:**

- a) sunt amplasate numai in centrul orasului, unde exista afluenta mare de turisti;
- b) sunt amplasate in localitatile mici, numai in mediul rural;
- c) dispun de servicii limitate;
- d) sunt mici si pot sa-si adapteze rapid prestatile si sa schimbe structura produsului hotelier;
- e) de obicei sunt destinate vacantelor familiale.

**41. Activitatile de marketing/vanzari in domeniul hotelier au caracter functional, dar nu se refera la:**

- a) comunicatia de baza;
- b) materialele publicitare – tiparituri;
- c) lansarea pe piata;
- d) crearea si difuzarea imaginii, mijloacele de comunicatie promotionala curenta;
- e) vanzarea door-to-door.

**42. Dintre mijloacele de lucru specifice activitatii de vanzare personala in domeniul hotelier, o importanta aparte revine:**

- a) fisierului clientilor;
- b) comunicatiei de baza;
- c) comunicatiei promotionale;
- d) chestionarului de satisfactie;
- e) foii de anuntare a sosirii si plecarii.

**43. Marile lanturi hoteliere integrate cunosc urmatorul tip de organizare comerciala:**

- a) descentralizata, de tip piramidal;
- b) centralizata, de tip ierarhic;
- c) globala, bidirectionala;
- d) pe verticala;
- e) pe orizontala.

**44. In vederea comercializarii serviciilor si produselor turistice, marile grupuri si lanturi hoteliere sunt conectate la:**

- a) directii regionale de vanzari;
- b) sisteme globale de distributie, create de catre companiile aeriene;
- c) societati de reprezentare;
- d) directii continentale de distributie;
- e) sisteme de vanzare cu circuit inchis.

**45. Plata serviciilor hoteliere se poate face prin mai multe modalitati, insa ritmul cel mai accelerat de dezvoltare l-au inregistrat:**

- a) viramentele bancare pentru incasarea vouchere-lor;
- b) card-urile (cartile de credit);
- c) ordinele de plata;
- d) cecurile de calatorie;
- e) eurocecurile.

**46. Hotelul reprezinta:**

- a) activitatea de inchiriere a camerelor mobilate;
- b) forma traditionala, cea mai cunoscuta forma de cazare a industriei hoteliere;

- c) cazarea in camere gata mobilate si eventual stabilirea unui domiciliu permanent;
- d) un lanai;
- e) o cabana mai sofisticata.

**47. Functia complementara a obiectivelor de cazare se refera la:**

- a) prestatiile destinate petrecerii agreabile a timpului turistilor pe timpul sejurului lor intr-un complex hotelier;
- b) asigurarea unui adapost confortabil clientilor, constituind de fapt ratiunea pentru care au fost create structurile respective de primire;
- c) asigurarea unor servicii de cazare, alimentatie si servire;
- d) asigurarea conditiilor de confort necesare caminului temporar al turistilor in timpul sejurului lor;
- e) inchiriere pentru o perioada convenita de camere mobilate solicitate de clientela de sejur/tranzit, dar care nu stabilesc domiciliul permanent.

**48. Principalele categorii de prestatii care s-au conturat in practica industriei hoteliere nu au in vedere:**

- a) servicii complete de alimentare si cazare;
- b) servicii de cazare si demipensiune;
- c) servicii de transport si cazare;
- d) servicii de cazare fara servicii de alimentatie;
- e) servicii de cazare si mic dejun inclus.

**49. Referitor la piata serviciilor hoteliere se pot face mai multe afirmatii. Care dintre acestea nu corespunde realitatii practice?**

- a) este definita ca fiind locul unde s-a format si activeaza o retea de tranzactii intre cumparatorii serviciilor de cazare si vanzatorii produselor particularizate ce vin in intampinarea cererilor de consum;
- b) obiectul tranzactiilor poate sa-l constituie produsele tur, serviciile, sau cel mai frecvent, o combinatie a acestora;
- c) nu poate fi clasificata in functie de conditiile preponderente de competitivitate;
- d) hotelurile sunt clasificate in functie de numarul si calitatea serviciilor hoteliere pe categorii, de la neclasificate, la 5 stele;
- e) sistemul de clasificare al hotelurilor este valabil in toata lumea.

**50. Tipul de competitivitate pe piata serviciilor hoteliere se poate determina pe baza urmatoarelor criterii:**

- a) numarul unitatilor oferante ce doresc sa-si vanda serviciile si capacitatile disponibile de primire;
- b) conditiile preponderente de competitivitate;

- c) categoriile de prestatii;
- d) calitatea serviciilor in functie de numarul de stele;
- e) marimea camerei, inaltimea acesteia, numarul de servicii asociate cazarii si modul de dotare a camerei.

**51. In tara noastra, printre structurile de primire si cazare consacrate se numara si „camera cu priciuri”. Acest termen desemneaza:**

- a) spatiul destinat folosirii de catre doua persoane;
- b) un spatiu compus din dormitor pentru doua persoane, salon, vestibul, grup sanitar propriu;
- c) spatiul destinat folosirii de catre mai multe persoane;
- d) spatiul destinat folosirii de catre o singura persoana;
- e) un apartament cu doua camere.

**52. Despre pensiunile turistice se fac urmatoarele afirmatii, dintre care va rugam sa o selectati pe cea eronata:**

- a) reprezinta, in general, case de dimemnsiuni mari, transformate in case de oaspeti, care ofera servicii de cazare si masa (servita in stil familial);
- b) reprezinta o forma de cazare frecvent intalnita in Europa si America Latina;
- c) preturile, in general sunt similare cu cele practicate de un hotel de calitate comparabila;
- d) reprezinta structuri de primire cu o capacitate maxima de 10 camere, maxim 30 de locuri in mediul rural si pana la 20 de camere in mediul urban;
- e) functioneaza in locuintele cetatenilor sau in cladiri independente care asigura, in spatii special amenajate, cazare si conditii de pregatire si servire a mesei.

**53. Indiferent de forma de rezervare si de modul de plata (card, cash, virament), hotelul ofera spatiul de cazare la mai multe tipuri de tarife. Scopul acestor tarife nu este acela de:**

- a) a atenua sezonabilitatea;
- b) a maximiza profitul;
- c) a fideliza clientela;
- d) a disciplina angajatii;
- e) a pastra un anumit segment de piata.

**54. Cand camera rezervata de turist nu este libera, hotelul are obligatia:**

- a) sa ofere turistului o despagubire;
- b) sa ofere turistului o camera de categorie superioara, in schimbul unei diferente de tarif;
- c) sa asigure cazarea intr-o pensiune, iar diferenta de tarif sa o ofere turistului;

d) sa ofere turistului, fara a solicita acestuia o diferenta de tarif, o camera de categorie superioara;

e) sa-i returneze turistului tariful platit pentru rezervare.

**55. Activitatile desfasurate de front-office presupun:**

a) contactul nemijlocit cu clientela;

b) activitatile birocratice;

c) servicii de alimentatie;

d) servicii de etaj;

e) activitatile operationale.

**56. Un serviciu complementar cu plata oferit intr-un suite (apartament) poate fi reprezentat de:**

a) comenzi taxi;

b) rezervare bilete la spectacole;

c) servicii de agrement;

d) schimb prosoape si consumabile de igiena;

e) Internet.

**57. Restaurantele de tip fast-food fac parte din categoria:**

a) alimentatie comerciala rapida;

b) alimentatie comerciala cu servire la masa;

c) alimentatie comerciala independenta;

d) alimentatie colectivitati;

e) alimentatie generala.

**58. Restaurantele pot fi de mai multe tipuri: 1. Restaurant clasic; 2. Restaurant specializat; 3. Restaurant cu specific; 4. Barul; 5. Braserie; 6. Berarie; 7. Cofetaria; 8. Gradina de vara; 9. Patiseria.**

a) 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9;

b) 1, 2, 3, 5, 6, 8;

c) 1, 2, 3, 4, 5, 7, 8;

d) 1, 2, 3, 6, 7, 9;

e) 1, 2, 3, 4, 8.

**59. Atribuirea camerei la hotel si stabilirea tarifului acesteia se face:**

a) in functie de categoria de clienti;

b) clientii care nu au rezervari;

c) gradul de confort al hotelului;

d) clientii care au rezervari;

e) nu se tine cont de nicio varianta expusa mai sus.

**60. Serviciile receptionerului la front-office privind atribuirea unei camere unor tineri trebuie sa tina seama de:**

- a) starea tuturor camerelor din hotel;
- b) pozitia si dotarea fiecarei camere din hotel;
- c) necesitatile si preferintele clientilor;
- d) cererile speciale ale clientilor;
- e) toate variantele de raspuns.

**61. Dupa inregistrarea si atribuirea camerei la serviciul front-office:**

- a) clientului i se inmaneaza cheia camerei si un tichet pe care scrie numarul camerei, tariful acesteia si precizari privind politica hotelului;
- b) clientul nu este insotit la camera repartizata, i se dau indicatii cum sa ajunga la camera;
- c) insotirea clientului la camera depinde de standardul serviciilor oferite de hotel;
- d) in hotelurile cu servicii complete, exista baieti de serviciu, care stau la dispozitia clientilor, numiti bell-boy;
- e) in hotelurile cu servicii complete totul este inclus in pretul de cazare.

**62. Motivele pentru care trebuie pastrata o evidenta corecta a clientilor sunt:**

- a) respectarea obligatiilor legale;
- b) furnizarea de informatii la zi despre clientii tuturor sectoarelor front-office-lui;
- c) furnizarea de informatii actualizate;
- d) pastrarea anumitor informatii despre clienti de catre hotel;
- e) asigura actualizarea corecta si continua a platilor care trebuie efectuate de catre clienti.

**63. Serviciul de management in cadrul unui hotel foloseste rapoartele „front-office-ului” in urmatoarele scopuri:**

- a) pentru organizarea serviciilor oferite clientilor in functie de originea lor;
- b) pentru organizarea unor actiuni de promovare a hotelului in tarile din care hotelul nu are clienti;
- c) pentru identificarea tarifelor de cazare cele mai populare ori a tarifelor rar folosite;
- d) toate variantele de raspuns;
- e) pentru a incuraja inchirierea camerelor in perioadele cu venituri scazute, cu precadere pe adresa companiilor si grupurilor organizate.

**64. Pentru ca un manager sa reduca pe cat posibil erorile in gestiunea hotelului, el trebuie sa raspunda la:**

- a) care este in prezent pertinenta instrumentelor de gestiune de care dispune locatia respectiva;
- b) modificarile pe care le pot face instrumentele de control al gestiunii;
- c) cum se manageriaza un proces de business;
- d) toate variantele prezentate sunt gresite;
- e) ameliorarea costurilor nu este foarte semnificativa.

## 14.2. Bibliografie

- 1. Marcu M., *Tehnologie hoteliera și de restaurant. Suport de curs*, 2022
- 2. Rachită, U., *Gestiunea hotelieră și de restaurant*, Ediția a II-a, Ed. Sitech, Craiova, 2010
- 3. Rachită, U., *Tehnica operațiunilor de turism intern și internațional*, Ed. Sitech, Craiova, 2013
- 4. Stanciulescu, G., Main-Pantelescu, A., *Tehnica operațiunilor de turism. Studii de caz si probleme*, Ed. ASE, București, 2008
- \* Ministerul Economiei, Antreprenoriatului și Turismului – Sectiunea Turism, <http://turism.gov.ro/web/autorizare-turism/>
- \* Uniunea Europeana – Turism, [https://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism\\_en](https://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism_en)
- \* Organizatia Mondiala a Turismului, <https://www.unwto.org/>, <https://www.e-unwto.org/>, <https://www.unwto.org/unwto-tourism-dashboard>
- \* OG 58/1998 privind organizarea și desfășurarea activității de turism în România
- \* OG nr. 2/2018 privind pachetele de servicii de călătorie și serviciile de călătorie asociate, precum și pentru modificarea unor acte normative

## 14.3. Răspunsuri teste grilă

1	e	11	d	21	a	31	a	41	e	51	c	61	a
2	c	12	a	22	c	32	b	42	a	52	c	62	a
3	c	13	a	23	c	33	b	43	a	53	d	63	b
4	d	14	b	24	e	34	a	44	b	54	d	64	b
5	e	15	c	25	d	35	b	45	b	55	a		
6	e	16	b	26	b	36	b	46	b	56	c		
7	a	17	a	27	c	37	b	47	a	57	a		
8	b	18	b	28	b	38	c	48	c	58	b		
9	c	19	a	29	a	39	b	49	c	59	c		
10	e	20	d	30	d	40	d	50	a	60	c		

## **15. ASIGURĂRI ȘI REASIGURĂRI**

### **15.1. Teste grilă**

#### **1. Funcția de repartitie a asigurarilor presupune:**

- a) Se manifesta, mai intai, in procesul de formare a fondului de asigurare pe seama primei de asigurare suportate de asigurati;
- b) Secundar, functia de repartitie se manifesta in procesul de dirijare a fondului de asigurare catre destinatiile sale legale;
- c) Formarea si repartizarea fondului de asigurare este riguros limitata;
- d) Prin functia de repartitie impozitele, taxele si contributiile platite de asiguratorii sunt indreptate catre bugetul de stat, respectiv cel al asigurarilor sociale;
- e) Functia de repartitie este o functie principala a asigurarilor, ca si cea de control.

#### **2. (Se cere afirmatia falsa) In general, pericolele la care este supus omul sunt:**

- a) fortele naturii;
- b) dezvoltarea stiintei si tehnicii;
- c) activitatea necorespunzatoare a omului in mediul complex in care el traieste;
- d) atacul rozatoarelor;
- e) fortele naturii; dezvoltarea stiintei si tehnicii; activitatea necorespunzatoare a omului in mediul complex in care el traieste.

#### **3. Funcția de repartitie:**

- a) este o functie principala a asigurarilor, ce urmareste modul cum se incaseaza primele si alte venituri ale societatii de asigurari si se manifesta in procesul de dirijare a fondurilor de asigurare catre destinatiile sale legale;
- b) urmareste modul cum se incaseaza primele si alte venituri ale societatii de asigurari si se manifesta in procesul de dirijare a fondurilor de asigurare catre destinatiile sale legale;
- c) este o functie principala a asigurarilor, ce se manifesta in procesul de formare a fondurilor de asigurare, si se manifesta in procesul de dirijare a fondurilor de asigurare catre destinatiile sale legale;
- d) este o functie complementara asigurarilor, ce urmareste modul cum se incaseaza primele si alte venituri ale societatii de asigurari;
- e) este o functie principala a asigurarilor si se manifesta in procesul de formare a fondurilor de asigurare.

**4. Caracteristicile unei piete de asigurare considerate perfecte sunt:**

- a) Omogenitatea produsului, transparenta pietei, libertatea de intrare-iesire a participantilor pe si de pe piata;
- b) Omogenitatea produsului, atomizarea pietei, libertatea de intrare a participantilor pe si de pe piata;
- c) Omogenitatea produsului, transparenta si atomizarea pietei, libertatea de intrare-iesire a participantilor pe piata si descentralizarea deciziilor;
- d) Omogenitatea produsului, transparenta si atomizarea pietei, centralizarea deciziilor, libertatea de iesire de pe piata;
- e) Transparenta pietei, centralizarea deciziilor, miscarea libera a capitalurilor.

**5. Selectati varinata corecta si completa pentru „Oferta de asigurare de pe piata asigurarilor vine din partea urmatoarelor actori”:**

- a) societati comerciale de asigurare si organizatii de asigurare de tip mutual;
- b) societati comerciale de asigurare, organizatii de asigurare de tip mutual si tontine;
- c) societati comerciale de asigurare, organizatii de asigurare de tip mutual, tontine si organizatii de asigurare;
- d) societati comerciale de asigurare, organizatii de asigurare de tip mutual, tontine, organizatii de asigurare si asociatii familiale;
- e) asociatii familiale.

**6. Se cere varianta corecta si completa pentru „ Un bun este proprietatea unei persoane „X” si se afla depozitat, in baza unui contract legal, intr-un spatiu apartinand altei persoane, pentru care Depozitarul”:**

- a) poate incheia un contract de asigurare, avand ca obiect bunul, cu conditia ca suma asigurata sa corespunda valorii reale a bunului;
- b) poate incheia un contract de asigurare avand ca obiect bunul respectiv, in limita interesului propriu;
- c) poate incheia un contract de asigurare avand ca obiect bunul respectiv, doar ca proprietarul nu a facut acest lucru;
- d) poate incheia un contract de asigurare avand ca obiect bunul, cu conditia sa aiba acordul proprietarului acestuia;
- e) nu poate incheia un contract de asigurare avand ca obiect bunul respectiv.

**7. In cazul asigurarii cladirilor, constructiilor, echipamentelor, precum si a altor bunuri, asiguratorul acorda despagubiri pentru:**

- a) pagube produse bunurilor puse la caldura sau la foc, pentru prelucrare;
- b) pagube produse datorita pierderii sau disparitiei bunurilor asigurate, necauzate direct de riscuri asigurate;

c) cheltuieli reclamate de curatarea locului unde s-a produs paguba, in masura in care nu sunt in legatura cu riscurile asigurate si nici necesare pentru executarea lucrarilor de reparatii;

d) pagubele produse numai de fermentatie, oxidare, caldura, afumare, patare ori parlire, provenite dintr-o sursa normala de caldura;

e) pagube produse cladirilor sau altor constructii prin izbirea lor de catre un vehicul.

#### **8. La asigurarea animalelor din tara noastra:**

a) Protectia animalelor prin asigurare se realizeaza pe baze contractuale;

b) Se asigura animalele apartinand persoanelor fizice si juridice, indiferent de forma de proprietate, cu domiciliul, sediul sau rezidenta in Romania;

c) Nu se asigura, printre altele, animalele bolnave, rahitice, schiloade sau istovite;

d) Nu se acorda despagubiri daca animalele au murit din cauza batranetii;

e) Se considera accidente pentru care se acorda despagubiri pieirea animalelor produsa de operatiuni militare in timp de razboi.

#### **9. In legatura cu asigurarea pentru avarii, identificati raspunsul corect:**

a) Pot fi asigurate toate tipurile de autovehicule;

b) Aceasta asigurare poate fi incheiata de persoane fizice si juridice cu domiciliul, sediul sau resedinta in Romania;

c) Nu se acorda despagubiri pentru cheltuielile facute in vederea limitarii pagubelor produse;

d) Uzura autovehiculului este calculata in cota fixa;

e) Se pot acorda despagubiri pentru pagube produse prin intrebuintarea autovehiculului.

#### **10. In legatura cu asigurarile de persoane (viata), identificati afirmatia neadevarata.**

a) Suma asigurata se stabileste in mod forfetar;

b) Asigurarea de persoane (viata) are caracter reparator;

c) Riscurile acoperite de asigurarile de persoane (viata) sunt: vatamarea corporala, imbolnavirea, decesul, accidentul etc.

d) Primele de asigurare se platesc un timp mai indelungat (mai multi ani) decat la asigurarile de bunuri;

e) Asigurarile de persoane (viata) au caracter facultativ.

#### **11. In legatura cu tarifele de prime la asigurarile de persoane (viata), indicati afirmatia falsa:**

a) Pentru stabilirea tarifelor de prime se porneste de la datele cuprinse in tabelele de mortalitate ale tarii considerate;

b) Tabelele de mortalitate cuprind o seama de indicatori calculati pe baza datelor statistice;

c) Indicatorii tabelelor de mortalitate sunt: numarul supravietuitorilor de varsta  $x$ , numarul decedatilor intre varstele  $x$  si  $x+1$  ani etc.

d) Speranta de viata la varsta  $x$  indica numarul mediu de ani ramasi de trait pentru o persoana care supravietuieste varstei  $x$ ;

e) Probabilitatea de supravietuire intre varstele  $x$  si  $x+1$  se noteaza cu  $dx$ .

### **12. La asigurările de persoane (viata):**

a) Suma asigurata se stabileste in mod forfetar de catre asigurat; asigurarea de viata nu are caracter reparator; la asigurarea de renta suma asigurata se plateste sub forma unor plati periodice;

b) La asigurarea de renta suma asigurata se plateste sub forma unor plati periodice; asigurarea de supravietuire nu este prea atractiva comparativ cu celelalte tipuri de asigurari de viata si asigurările de viata si cele de deces acopera fiecare cate un singur risc;

c) Suma asigurata se stabileste in mod forfetar de catre asigurat, asigurarea de viata nu are caracter reparator; la asigurarea de renta suma asigurata se plateste sub forma unor plati periodice; asigurarea de supravietuire nu este prea atractiva comparativ cu celelalte tipuri de asigurari de viata ai asigurările de viata si cele de deces acopera fiecare cate un singur risc;

d) Toate raspunsurile sunt incomplete;

e) Toate raspunsurile sunt false.

### **13. In legatura cu asigurările de viata, identificati afirmatia falsa:**

a) Asiguratorul trebuie sa tina conturi distincte pentru asigurările de viata;

b) Asiguratorul trebuie sa constituie un fond de asigurare distinct, denumit fondul asigurarilor de viata;

c) Asiguratorul trebuie sa asigure conducerea contabilitatii fondului asigurarilor de viata;

d) Exista posibilitatea crearii de sarcini, adica gaj sau ipoteca, asupra oricarui activ ce apartine fondului asigurarilor de viata, in baza unei hotarari judecatoresti definitive;

e) Asiguratorul poate sa schimbe, la un pret de piata rezonabil, unele active apartinand fondului asigurarilor de viata cu alte active care ii apartin.

### **14. In legatura cu asigurările de raspundere civila, identificati afirmatia falsa:**

a) Prin asigurările de raspundere civila, se pot acoperi pagubele produse de asigurat unor terte persoane in anumite conditii, cat si pagube proprii;

b) Asigurările de raspundere civila mai au si un rol social mai important comparativ cu celelalte tipuri de asigurari;

c) In asigurarile de raspundere civila, culpa asiguratului este una din conditiile de baza care se cere a fi indeplinita pentru ca asiguratorul sa indemnizeze tertii pagubiti;

d) In asigurarile de raspundere civila, in calitate de beneficiari pot aparea numai tertе persoane necunoscute in momentul incheierii contractului de asigurare;

e) Aceste asigurari pot fi atat obligatorii, cat si facultative.

**15. Selectati varianta de raspuns corecta si completa pentru asigurarea de raspundere civila:**

a) eventuala vinovatie a asiguratilor in producerea riscului duce, de regula, la decaderea din drepturi a acestora; obiectul acestor asigurari il reprezinta prejudiciul produs unor tertе persoane de catre asigurat si in calitate de beneficiari ai asigurarii, pot aparea numai tertе persoane necunoscute in momentul incheierii asigurarii;

b) eventuala vinovatie a asiguratilor in producerea riscului duce, de regula, la decaderea din drepturi a acestora; in calitate de beneficiari ai asigurarii, pot aparea numai tertе persoane necunoscute in momentul incheierii asigurarii si de regula, prin aceste asigurari, sunt acoperite numai prejudiciile produse de asigurat unor tertе persoane care sunt urmare a unui accident;

c) obiectul acestor asigurari il reprezinta prejudiciul produs unor tertе persoane de catre asigurat; in calitate de beneficiari ai asigurarii, pot aparea numai tertе persoane necunoscute in momentul incheierii asigurarii si suma asigurata nu ramane la acelasi nivel pe toata durata asigurarii;

d) eventuala vinovatie a asiguratilor in producerea riscului duce, de regula, la decaderea din drepturi a acestora; obiectul acestor asigurari il reprezinta prejudiciul produs unor tertе persoane de catre asigurat; de regula, prin aceste asigurari, sunt acoperite numai prejudiciile produse de asigurat unor tertе persoane care sunt urmare a unui accident;

e) obiectul acestor asigurari il reprezinta prejudiciul produs unor tertе persoane de catre asigurat; in calitate de beneficiari ai asigurarii, pot aparea numai tertе persoane necunoscute in momentul incheierii asigurarii; de regula, prin aceste asigurari, sunt acoperite numai prejudiciile produse de asigurat unor tertе persoane care sunt urmare a unui accident.

**16. Calitatea de terta persoana pagubita, in materia asigurarii obligatorii de raspundere civila, pentru pagube produse prin accidente cu autovehicule, o poate avea:**

a) detinatorul autovehiculului;

b) conducatorul autovehiculului, in cazul in care nu este detinatorul acestuia;

c) persoana care a suferit o vatamare a sanatatii ca urmare a unui accident produs de un autovehicul, in conditiile in care intre persoana accidentata si detinatorul autovehiculului exista un contract de transport;

d) persoana care a incredintat asiguratorului anumite bunuri, pe baza unui contract de depozit;

e) creditorii contractuali ai asiguratului.

**17. Selectati varianta corecta si completa pentru „In materia asigurarii obligatorii de raspundere civila pentru pagube produse prin accidente de autovehicule”:**

a) asiguratii sau reprezentantii acestora, sunt obligati sa instiinteze in scris asiguratorul despre producerea eventualului asigurat, fara exceptie, in termen de 5 zile lucratoare de la data acestuia; aceasta asigurare acopera numai raspunderea civila delictuala a asiguratului;

b) sunt exonerate de raspundere intotdeauna cazurile de forta majora; cazurile de forta majora sunt exonerate de raspundere, numai daca au determinat, in exclusivitate, producerea pagubei de catre autovehicul;

c) aceasta asigurare acopera numai raspunderea civila delictuala a asiguratului; aceasta asigurare acopera si raspunderea contractuala a detinatorului autovehiculului;

d) asiguratii sau reprezentantii acestora, sunt obligati sa instiinteze in scris asiguratorul despre producerea accidentului, fara exceptie, in termen de 5 zile lucratoare de la data acestuia; sunt exonerate de raspundere intotdeauna cazurile de forta majora;

e) aceasta asigurare acopera numai raspunderea civila delictuala a asiguratului; cazurile de forta majora sunt exonerate de raspundere, numai daca au determinat, in exclusivitate, producerea pagubei de catre autovehicul.

**18. In legatura cu reasigurarea excedent de suma asigurata, sa se identifice afirmatia falsa:**

a) Acest tip de reasigurare se caracterizeaza prin aceea ca reasiguratul stabileste anticipat, sub forma unei sume fixe, retinerea sa proprie si tot ceea ce depaseste aceasta retinere, adica excedentul, il cedeaza reasiguratorului;

b) Plinul de conservare se stabileste (exprima) valoric;

c) Reasigurarea excedent de suma asigurata se aplica la toate tipurile de asigurari, adica bunuri, persoane si raspundere civila;

d) La riscurile bune, plinul de conservare va fi mai mare decat la cele mai putin bune;

e) Marimea retinerii proprii in raport cu raspunderea maxima a reasiguratorilor este un prim indiciu al calitatii riscurilor cedate in reasigurare.

**19. Definitia reasigurarii este urmatoarea:**

a) Un mijloc de egalizare, prin divizare, a raspunderilor intre mai multi asiguratorii dispersati pe arii geografice cat mai intinse, de mentinere a unui echilibru intre primele incasate si despagubirile datorate la fiecare asigurator in parte;

b) Reasigurarea avantajeaza nu numai pe asigurator, dar si pe asigurat;

c) Reasigurarea se incheie numai intre societati de asigurari;

d) Reasigurarea produce efecte numai intre reasigurat si reasigurator;

e) Contractul de asigurare are caracter confidential si se bazeaza mai mult pe cutuma si mai putin pe prevederi legislative.

**20. Contractul de reasigurare poate avea:**

- a) caracter facultativ, obligatoriu sau mixt;
- b) caracter strict legiferat prin norme uniforme emise de CSA;
- c) avantaje numai pentru asigurator;
- d) efecte numai pentru o parte, de regula asigurator;
- e) avize din partea CSA, conform Normelor acesteia.

**21. Indicatorul „Gradul de cuprindere in asigurare”, poate fi folosit pentru:**

- a) aprecierea calitatii activitatii personalului din asigurari;
- b) aprecierea nivelului de dezvoltare al asigurarilor EX CONTRACTU;
- c) aprecierea nivelului rentabilitatii asigurarilor EX LEGE;
- d) aprecierea nivelului de dezvoltare al asigurarilor obligatorii;
- e) aprecierea profitabilitatii asigurarilor de viata.

**22. Indicatorul „Gradul de acoperire a daunei” se determina astfel:**

- a) ca raport intre marimea primei nete incasata si nivelul pagubei la bunul asigurat;
- b) ca raport intre despagubirea acordata asiguratului si valoarea pagubei produse la bunul asigurat;
- c) ca raport intre nivelul daunei produse la bunul asigurat si nivelul primei totale incasate de asigurator;
- d) ca raport intre suma asigurata si valoarea reala a bunului in momentul incheierii asigurarii;
- e) ca raport intre totalul despagubirilor platite de asigurator si totalul primelor de asigurare incasate de asigurator.

**23. Starea de faliment a unei societati de asigurare apare:**

- a) atunci cand apare insolvabilitatea societatii de asigurare la finele lunii;
- b) atunci cand cheltuielile efectuate cu plata despagubirilor si a sumelor asigurate depasesc incasarile din primele de asigurare si capitalul societatii de asigurare;
- c) atunci cand nu mai exista destule lichiditati pentru acoperirea despagubirilor la asigurarile obligatorii, conform legii;
- d) numai in baza unei hotarari judecatoresti definitive;
- e) la finele anului cand se intocmesc documentele contabile de sinteza, ce scot in evidenta o slaba gestiune a resurselor banesti.

**24. In conceptia legiutorului roman, asiguratul este persoana care are un contract de asigurare incheiat cu:**

- a) Statul;
- b) Firmele private;
- c) Asiguratorul;

- d) Persoane juridice;
- e) Alte persoane asigurate.

**25. Daca contractul de asigurare este incheiat in favoarea beneficiarului, contractantul (asiguratul) se mai numeste:**

- a) Asigurator;
- b) Contractant;
- c) Beneficiar al asigurarii;
- d) Stipulantul asigurarii;
- e) Solicitant.

**26. Ofertantii produsului asigurare sunt persoane juridice specializate sau societati mutuale, numiti generic:**

- a) Cumparatori;
- b) Vanzatori;
- c) Comercianti;
- d) Solicitanti;
- e) Asiguratorii.

**27. Asigurarile facultative sunt asigurarile contractuale in care raporturile dintre asigurat si asigurator, precum si drepturile si obligatiile fiecarei parti se stabilesc prin:**

- a) Contractul de reasigurare;
- b) Contractul de asigurare;
- c) Indemnizatia de asigurare;
- d) Prima de asigurare;
- e) Societatile de asigurari.

**28. Partea din valoarea asigurata pentru care asiguratorul isi asuma raspunderea in cazul producerii fenomenului se numeste:**

- a) Suma asigurata;
- b) Prima de asigurare;
- c) Indemnizatie de asigurare;
- d) Despagubire;
- e) Cotizatie.

**29. In cazul asigurarilor mutuale suma platita de asigurat se numeste:**

- a) Despagubire;
- b) Cotizatie;
- c) Dauna;
- d) Taxa;
- e) Prima neta.

**30. Prima platita de asigurat se numeste prima bruta sau:**

- a) Pura;
- b) Teoretica;
- c) Tarifara;
- d) Taxabila;
- e) Juridica.

**31. Prima adios (incarcatura primei) serveste pentru:**

- a) Acoperirea cheltuielilor de functionare ale societatilor de asigurari;
- b) Finantarea masurilor de prevenire a riscului;
- c) Atingerea scopului asiguratorului (obtinerea de profit);
- d) Finantarea masurilor de prevenire a riscului, acoperirea cheltuielilor de functionare ale asiguratorilor si obtinerea de profit;
- e) Nu exista o astfel de prima.

**32. In cazul asigurarilor de persoane, indemnizatia de asigurare semnifica:**

- a) Suma asigurata;
- b) Despagubirea;
- c) Cotizatia;
- d) Prima neta;
- e) Prima adios.

**33. Sistemul acoperirii proportionale, consacrat de Legea numarul 136/1995, completata si modificata prin Legea nr. 304/2007, Legea nr. 180/2007 si Legea nr. 172/2006, articolul 28, permite calculul despagubirii conform formulei:**

- a)  $D = P \times (S_a / V_r)$ ;
- b)  $D = S_a \times (P / V_r)$ ;
- c)  $D = V_r \times (S_a / P)$ ;
- d)  $D = S_a \times (V_r / P)$ ;
- e)  $D = V_r \times (P / S_a)$

**34. In asigurarile de bunuri, asiguratorul se obliga ca la producerea riscului asigurat sa plateasca asiguratului sau beneficiarului asigurarii:**

- a) Polita;
- b) Despagubirea;
- c) Cotizatia;
- d) Prima bruta;
- e) Prima neta.

**35. Documentul de asigurare poate fi:**

- a) Nominal;
- b) La ordin;
- c) La purtator;
- d) Nominal, la ordin sau la purtator;
- e) Personal.

**36. Nu se acorda despagubire pentru:**

a) Pagube indirecte; pagube produse prin intreruperea folosirii bunului ca urmare a producerii riscului cuprins in contract;

b) Pagube indirecte; Pagube produse prin intreruperea folosirii bunului ca urmare a producerii riscului cuprins in contract; Pagube produse prin operatiuni militare in timp de razboi;

c) Pagube indirecte; Pagube produse prin intreruperea folosirii bunului ca urmare a producerii riscului cuprins in contract; Pagube produse prin operatiuni militare in timp de razboi; Cheltuieli facute pentru transferul sau imbunatatirea bunurilor;

d) Pagube produse prin intreruperea folosirii bunului ca urmare a producerii riscului cuprins in contract; Pagube produse prin operatiuni militare in timp de razboi;

e) Pagube produse prin intreruperea folosirii bunului ca urmare a producerii riscului cuprins in contract; Pagube produse prin operatiuni militare in timp de razboi; Cheltuieli facute pentru transferul sau imbunatatirea bunurilor.

**37. Indicele anual mediu de despagubire este notat cu:**

- a) i;
- b) ia;
- c) iam;
- d) iamd;
- e) id.

**38. Cedarea de catre asigurator catre alte societati de asigurare a partii din riscul subscris care depaseste retinerea sa proprie se numeste:**

- a) Vanzare;
- b) Asigurare;
- c) Cedare;
- d) Reasigurare;
- e) Despagubire.

**39. Retrocesiunea este procedura prin care:**

- a) Reasiguratorul cedeaza la randul lui o parte din riscul acceptat;
- b) Reasiguratorul cedeaza la randul lui tot riscul acceptat;
- c) Reasiguratorul cedeaza prima de indemnizatie;

- d) Reasiguratorul cedeaza reasiguratului prima neta;
- e) Reasiguratorul cedeaza tot reasiguratului.

**40. In contractul de reasigurare proportional criteriul de repartizare a riscurilor este:**

- a) Polita;
- b) Despagubirea;
- c) Suma asigurata;
- d) Dauna;
- e) Retrocesiunea.

**41. Functia de supravietuire reprezinta:**

- a) Numarul mediu de persoane dintr-o populatie omogena aflate in viata la implinirea varstei de x ani;
- b) Numarul absolut de persoane dintr-o populatie omogena aflate in viata la implinirea varstei de x ani;
- c) Numarul relativ de persoane dintr-o populatie omogena aflate in viata la implinirea varstei de x ani;
- d) Numarul de persoane dintr-o populatie omogena aflate in viata la implinirea varstei de x ani;
- e) Numarul total de persoane dintr-o populatie omogena.

**42. Procedurile de solutionare a eventualelor litigii fac parte din:**

- a) prevederile-standard ale contractului de asigurare;
- b) Codul civil;
- c) Codul Comercial;
- d) informatiile furnizate inainte de incheierea contractului;
- e) procesul de negociere al contractului de asigurare.

**43. In cazul asigurarii marfurilor, pe timpul transportului, sunt acoperite riscurile:**

- a) furtuna, naufragiu, esuare;
- b) cheltuieli de carantina si magazinaj;
- c) intarziere in livrare;
- d) confiscarea marfii;
- e) viciu propriu al marfii.

**44. Ce riscuri sunt acoperite prin asigurarea CARGO:**

- a) coliziunea, esuarea, scufundarea sau rasturnarea navei;
- b) uzura normala;
- c) pierderea normala de bunuri asigurate;
- d) insolvabilitatea;
- e) daunele morale.

**45. Conform legii, Comisia de Supraveghere a Asiguratorilor are urmatoarele atributii:**

a) elaboreaza sau avizeaza proiecte de acte normative; supravegheaza situatia financiara a asiguratorilor; ia masuri necesare pentru ca activitatea de asigurare sa fie gestionata cu respectarea normelor prudentiale specifice; participa, in calitate de membru, la asociatiile international ale autoritatilor de supraveghere in asigurari; aproba transferal de portofoliu.

b) supravegheaza situatia financiara a asiguratorilor; ia masuri necesare pentru ca activitatea de asigurare sa fie gestionata cu respectarea normelor prudentiale specifice; participa, in calitate de membru, la asociatiile international ale autoritatilor de supraveghere in asigurari;

c) elaboreaza sau avizeaza proiecte de acte normative; supravegheaza situatia financiara a asiguratorilor; ia masuri necesare pentru ca activitatea de asigurare sa fie gestionata cu respectarea normelor prudentiale specifice;

d) supravegheaza situatia financiara a asiguratorilor; ia masuri necesare pentru ca activitatea de asigurare sa fie gestionata cu respectarea normelor prudentiale specifice; participa, in calitate de membru, la asociatiile international ale autoritatilor de supraveghere in asigurari; aproba transferal de portofoliu;

e) toate variantele sunt incomplete, existand restrictii din partea Ministerului Finantelor, conform Legii 32/2000, consolidarea din data de 12 octombrie 2016.

**46. Calitatea de membru al Comisiei de Supraveghere a Asigurarilor inceteaza:**

a) prin depunerea demisiei la CSA; prin revocarea de catre Parlamentul Romaniei; cand devine cadru didactic; daca devine membru al unui partid politic;

b) dupa depasirea varstei de pensionare; prin revocarea de catre Parlamentul Romaniei; daca devine membru al unui partid politic;

c) prin depunerea demisiei la CSA; prin revocarea de catre Parlamentul Romaniei; cand devine cadru didactic;

d) prin depunerea demisiei la CSA; cand devine cadru didactic;

e) daca devine membru al unui partid politic.

**47. In legatura cu activitatea asiguratorilor, precizati, conform legii, afirmatia neadevarata:**

a) Fiecare asigurator trebuie sa mentina cumulativ capitalul social varsat sau, in cazul unei societati mutuale, fondul de rezerva liber varsat, precum si marje de solvabilitate;

b) Marja de solvabilitate, care reprezinta suma cu care valoarea activelor depaseste valoarea obligatiilor, trebuie sa fie identica cu valorile impuse de CSA;

c) Actiunile emise de asiguratorii pot fi numai nominative;

d) Asiguratorul are obligatia sa conduca evidenta contabila si operativa, sa supravegheze activitatea unitatilor din subordine si sa isi organizeze procedurile de control intern;

e) Asiguratorii pot fructifica sau investi capitalul social, rezervele de capital si rezervele tehnice in bunuri mobiliare si imobiliare.

**48. In cazul asigurarii cladirilor, constructiilor, echipamentelor, precum si a altor bunuri, asiguratorul acorda despagubiri pentru:**

a) pagube produse bunurilor puse la caldura sau la foc, pentru prelucrare;

b) pagube produse datorita pierderii sau disparitiei bunurilor asigurate, necauzate direct de riscuri asigurate;

c) cheltuieli reclamate de curatarea locului unde s-a produs paguba, in masura in care nu sunt in legatura cu riscurile asigurate si nici necesare pentru executarea lucrarilor de reparatii;

d) pagubele produse numai de fermentatie, oxidare, caldura, afumare, patare ori parlire, provenite dintr-o sursa normala de caldura;

e) pagube produse cladirilor sau altor constructii prin izbirea lor de catre un vehicul.

**49. Un autovehicul este asigurat la doua societati de asigurare diferite, A si B. Contractul de asigurare incheiat cu societatea A vizeaza avariile, suma asigurata fiind de 10 mil. lei. In contractul de asigurare incheiat cu societatea de asigurari B, autovehiculul este asigurat impotriva cazurilor de furt prin efracție, pentru suma de 7 mil. lei. Ca urmare a unei defectiuni la partea electrica, bunul sufera o paguba de 5 mil. lei. Despagubirea va fi platita:**

a) de societatea de asigurare B;

b) de cele doua societati de asigurare, conform regulii egalitatii;

c) de cele doua societati de asigurare, conform regulii proportionalitatii;

d) de cele doua societati de asigurare, tinand cont de sistemul de acoperire in asigurare, aplicabil in cauza;

e) de societatea de asigurare A.

**50. Identificati afirmatia falsa. Conform teoriei asigurarilor, principiul raspunderii limitate presupune:**

a) faptul despagubirea (indemnizatia) se acorda numai daca paguba produsa de riscul asigurat depaseste o anumita limita dinainte stabilita;

b) in acest caz, o parte din paguba cade in sarcina asiguratului;

c) partea din valoarea pagubei dinainte stabilita se numeste fransiza;

d) franciza utilizata in acest caz este numai cea atinsa;

e) prin acest principiu se evita cheltuielile de evaluare, constatare a pagubelor etc. la pagubele de volum mai redus.

**51. Despagubirea (indemnizatia) de asigurare reprezinta:**

- a) pierderea in expresie banneasca, intervenita la un bun asigurat, ca urmare a producerii fenomenului impotriva caruia s-a incheiat asigurarea;
- b) indemnizatia de asigurare ce nu poate depasi 80% din paguba;
- c) se calculeaza in mod unitar, cu principiul raspunderii proportionale;
- d) se plateste de asigurator la casieria acestuia;
- e) asigura intodeauna acoperirea pagubei survenite ca urmare a producerii riscului asigurat.

**52. Prima de asigurare reprezinta:**

- a) o suma de bani dinainte stabilita, pe care asiguratul o plateste asiguratorului, pentru ca acesta sa-si poata constitui fondul de asigurare;
- b) din primele de asigurare incasate, asiguratorul isi poate constitui si alte fonduri prevazute de lege;
- c) prima de asigurare se calculeaza inmultind suma asigurata cu cota de prima tarifara;
- d) cota de prima tarifara se mai numeste si prima bruta;
- e) toate variantele de mai sus.

**53. Contractul de asigurare este un contract consensual, deoarece:**

- a) se incheie valabil prin simplul consimtamant al partilor;
- b) partile isi asuma obligatii reciproce si interdependente;
- c) la incheierea acestuia partile nu cunosc existenta sau intinderea exacta a avantajelor patrimoniale ce vor rezulta pentru ele din contract;
- d) toate clauzele se esaloneaza in timp;
- e) toate variantele de mai sus.

**54. Practicarea primului risc, ca sistem de acoperire in asigurare:**

- a) influenteaza nivelul primelor de asigurare in sensul ca acestea sunt mai mari, comparativ cu cele corespunzatoare altor sisteme de acoperire;
- b) este mai avantajos pentru asigurator;
- c) face, de regula, obiectul negocierii intre asigurator si asigurat;
- d) influenteaza nivelul primelor de asigurare in sensul ca acestea sunt mai scazute, comparativ cu cele corespunzatoare altor sisteme de acoperire;
- e) nu influenteaza nivelul primelor de asigurare.

**55. Practicarea sistemului acoperirii proportionale este adecvat:**

- a) in materia asigurarilor de persoane;
- b) in principiu, in materia asigurarilor obligatorii a bunurilor;
- c) in principiu, in materia asigurarii facultative a bunurilor si prezinta importanta numai in caz de pierire partiala a bunului asigurat;
- d) numai in caz de pierdere totala a bunului;

e) numai cand obiectul asigurarii este nedeterminat si nedeterminabil pana in momentul realizarii riscului.

## 15.2. Bibliografie

1.Chiric L., Chiric C.S., Cimpoaia A.C., Mardare A.N.,(2021), *Asigurarile de bunuri si persoane. Practica judiciara comentata*, Ed. Universul Juridic;

2.Cristea A., (2016), *Piata europeana a asigurarilor comerciale*, Ed. SITECH;

3.Cristea A., *Asigurări și reasigurări. Suport de curs*, Universitatea Hyperion;

4.Ionescu R.,(2020), *Asigurari si reasigurari*, Ed. Universitara;

5.Ionita B., (2022), *Daunele morale in asigurarea obligatorie de raspundere civila auto*, Ed. Universul Juridic.

## 15.3. Răspunsuri teste grilă

<b>1</b>	e	<b>11</b>	e	<b>21</b>	b	<b>31</b>	d	<b>41</b>	a	<b>51</b>	a
<b>2</b>	e	<b>12</b>	b	<b>22</b>	e	<b>32</b>	a	<b>42</b>	d	<b>52</b>	e
<b>3</b>	c	<b>13</b>	d	<b>23</b>	b	<b>33</b>	a	<b>43</b>	a	<b>53</b>	a
<b>4</b>	c	<b>14</b>	a	<b>24</b>	c	<b>34</b>	b	<b>44</b>	a	<b>54</b>	a
<b>5</b>	c	<b>15</b>	c	<b>25</b>	d	<b>35</b>	d	<b>45</b>	a	<b>55</b>	c
<b>6</b>	b	<b>16</b>	c	<b>26</b>	e	<b>36</b>	c	<b>46</b>	e		
<b>7</b>	c	<b>17</b>	a	<b>27</b>	b	<b>37</b>	a	<b>47</b>	b		
<b>8</b>	e	<b>18</b>	c	<b>28</b>	a	<b>38</b>	d	<b>48</b>	e		
<b>9</b>	b	<b>19</b>	a	<b>29</b>	b	<b>39</b>	a	<b>49</b>	e		
<b>10</b>	b	<b>20</b>	a	<b>30</b>	c	<b>40</b>	c	<b>50</b>	e		

## **16. BURSE INTERNAȚIONALE DE MĂRFURI**

### **16.1. Teste grilă**

#### **1. Sistemul financiar include următoarele componente principale:**

- a) pietele financiare;
- b) intermediarii financiari si relatiile dintre acestia;
- c) pietele financiare, intermediarii financiari si relatiile dintre acestia si infrastructura financiara;
- d) institutiile financiare internationale si infrastructura financiara;
- e) pietele financiare si capitalurile financiare.

#### **2. Rolul primordial al organismului de autoritate al pietei de capital este de a asigura:**

- a) protectia statului impotriva fraudelor;
- b) protectia emitentilor;
- c) protectia investitorilor;
- d) reglementarea pietei financiare;
- e) protectia institutiilor financiare.

#### **3. Principalele diferente intre pietele bursiere reglementate si pietele OTC sunt:**

- a) bursele sunt pietele de licitatie, in vreme ce pietele OTC sunt pietele de negociere;
- b) tranzactiile bursiere se realizeaza prin intermediari specializati in vreme ce pe pietele OTC de regula tranzactiile au loc direct intre vanzator si cumparator;
- c) supravegherea si regulile prudentiale sunt mai puternice pe pietele reglementate decat pe pietele OTC;
- d) pe pietele OTC nu este obligatorie inregistrarea valorilor mobiliare tranzactionate in evidentele unui Depozitar Central;
- e) la nivel international valoarea tranzactionata pe pietele bursiere este mult mai mare decat cea aferenta pietelor OTC.

#### **4. Care sunt serviciile de investitii financiare ce pot fi prestate atat prin intermediul agentului delegat, cat si prin intermediul agentului de servicii de investitii financiare:**

- a) incasari si plati in numerar de la/catre clienti;
- b) executarea ordinelor clientilor;
- c) decontarea tranzactiilor clientilor;
- d) preluarea si transmiterea ordinelor privind unul sau mai multe instrumente financiare;
- e) preluarea, transmiterea si executarea ordinelor precum si operatiuni de incasari si plati in relatia cu clientii.

**5. Intr-o companie de brokeraj, atributiile compartimentului de control intern sunt:**

- a) asigurarea respectarii de catre agentii de servicii de investitii financiare a legilor, regulamentelor si normelor interne ale companiei;
- b) respectarea legalitatii si a corectitudinii fata de clienti din partea tuturor angajatilor companiei de brokeraj;
- c) asigurarea celei mai bune executii pentru ordinele clientilor;
- d) inregistrarea operatiunilor in cadrul sistemului de back-office al companiei;
- e) realizarea de analize de piata si emiterea de recomandari catre clienti.

**6. Functia de casa de compensare presupune:**

- a) doar compensarea si garantarea finalizarii decontarii instrumentelor financiare derivate;
- b) doar inregistrarea si decontarea instrumentelor financiare derivate;
- c) inregistrarea, compensarea si decontarea instrumentelor financiare derivate;
- d) decontarea tranzactiilor cu actiuni;
- e) decontarea tranzactiilor cu obligatiuni.

**7. Titlurile financiare negociabile pe piata bursiera sau alte pietele reglementate se mai numesc si instrumente bursiere si se clasifica in urmatoarele categorii:**

- a) titluri primare si secundare;
- b) titluri de credit si debit;
- c) titluri sintetice si derivate;
- d) titluri primare si derivate;
- e) titluri primare, sintetice si derivate.

**8. In cadrul licitatiei bursiere se confrunta:**

- a) un vanzator cu mai multi cumparatori;
- b) un cumparator cu mai multi vanzatori;
- c) mai multi vanzatori cu mai multi cumparatori;
- d) un vanzator si un cumparator;
- e) cativa vanzatori si cumparatori.

**9. Bursele generale tranzactioneaza:**

- a) numai bunuri materiale;
- b) bonuri de tezaur;
- c) titluri emise de catre societatile transnationale;
- d) o gama variata de marfuri si hartii de valoare;
- e) numai aur si metale pretioase.

**10. Rentabilitatea unui activ reprezinta:**

- a) castigul generat de posesia activului;
- b) venitul obtinut si sporul de valoare inregistrat pe durata posesiei unui activ;
- c) sporul de valoare inregistrat pe durata posesiei unui activ;
- d) o rata de rentabilitate;
- e) venitul obtinut ca urmare a coterii activului.

**11. Principiul fundamental al stabilirii cursului prin fixing consta in:**

- a) cursul se stabileste astfel incat ordinele de vanzare sa fie egale cu cele de vanzare;
- b) cursul se stabileste astfel incat ordinele limita sa aiba prioritate maxima;
- c) cursul se stabileste astfel incat sa se realizeze volumul maxim de tranzactii;
- d) cursul se stabileste astfel incat sa se obtina pretul maxim;
- e) cursul se stabileste la intalnirea cererii cu oferta.

**12. Care dintre caracteristicile urmatoare nu sunt valabile pentru activele monetare?**

- a) sunt emise ca rezultat al unui plasament pe termen scurt;
- b) produc dobanda;
- c) au risc scazut (sunt mai sigure decat activele de capital);
- d) sunt negociabile (au piata secundara);
- e) au grad ridicat de lichiditate;

**13. Care dintre caracteristicile urmatoare nu sunt valabile pentru activele de capital?**

- a) sunt emise ca urmare a unui plasament pe termen lung;
- b) produc dobanzi sau dividende;
- c) nu sunt negociabile pe piete organizate (nu au piata secundara);
- d) au gradul de lichiditate mai mic decat activele monetare;
- e) au risc mai ridicat decat activele monetare;

**14. Care din urmatoarele piete nu este componenta a pietei de capital?**

- a) piata valutara;
- b) piata actiunilor;
- c) piata obligatiunilor;
- d) bursa de valori;
- e) piata asigurarilor.

**15. Garantul de plasament este:**

- a) un investitor financiar care garanteaza ca plasamentul in titluri derivate este realizat cu un randament mai mare decat o limita minima negociata;
- b) un intermediar financiar - bancar ce mijloceste transferul de fonduri pe piata secundara e capital in cazul unor majorari de capital social;

c) un sindicat bancar si financiar care preia actiunile emise si le plaseaza in randul celor care detin fonduri disponibile iar in cazul in care emisiunea nu este subscrisa in totalitate de catre investitori, isi asuma raspunderea acoperirii diferentelor de subscris;

d) societatea de asigurari ce garanteaza ca actiunile vor acorda dividende conform prospectului de emisiune;

e) niciuna din variante.

**16. Executarea contractului bursier presupune:**

a) depozitare, compensare si alocare;

b) compensare, decontare si alocare;

c) compensare, decontare si depozitare;

d) decontare si alocare;

e) depozitare, decontare si alocare.

**17. Notiunea de bursa NU desemneaza:**

a) institutie a economiei centralizate;

b) un cadru organizat de realizare a tranzactiilor;

c) un sistem caracterizat de exactitate si corectitudine;

d) un sistem care garanteaza incheierea si executarea contractelor;

e) un sistem ce presupune transparenta.

**18. Organizarea activitatii bursiere NU presupune:**

a) centralizarea tranzactiilor;

b) accesul direct la informatiile de piata;

c) concentrarea ordinelor de vanzare/cumparare in sala de negocieri a bursei;

d) desfasurarea tranzactiilor in cadrul organizat si reglementat;

e) accesul intermitent la efectuarea operatiilor.

**19. Bursele generale tranzactioneaza:**

a) numai bunuri materiale;

b) bonuri de tezaur;

c) titluri emise de societatile transnationale;

d) numai aur si metale pretioase;

e) o gama variata de marfuri si hartii de valoare.

**20. Bursa asigura:**

a) scaderea riscului plasarii capitalului;

b) lichiditatea si mobilitatea capitalurilor;

c) o mai buna fructificare a capitalurilor pe termen scurt;

d) determinarea valorii titlurilor in functie de conditiile oferite pe piata monetara;

e) stabilirea unui curs al titlurilor care sa satisfaca un minim de ordine de cumparare/vanzare.

**21. Inceputul activitatii bursiere in Romania este marcat de anul:**

- a) 1821;
- b) 1839;
- c) 1884;
- d) 1904;
- e) 1912.

**22. Care din afirmatiile despre brokeri nu este adevarata?**

- a) efectueaza operatiuni de vanzare in nume propriu;
- b) realizeaza operatiuni de vanzare in numele clientilor;
- c) intermediaza operatiuni de cumparare in numele clientilor;
- d) au un venit obtinut prin aplicarea unei taxe de negociere asupra tranzactiilor;
- e) profitul realizat din intermedierea operatiunilor este reprezentat de comisionul incasat.

**23. Venitul dealerilor este reprezentat de:**

- a) comisionul practicat;
- b) diferenta intre pretul de vanzare si de cumparare al titlurilor;
- c) taxa de negociere stabilita;
- d) procentul aplicat fiecarei tranzactii efectuata pentru clienti;
- e) diferenta intre pretul tranzactiei si marja depusa de clienti.

**24. Principiul de executare a ordinelor de bursa in cotarea continua este:**

- a) NIFO (next-imput, first-output);
- b) LIFO (last-imput, first-output);
- c) FIFO (first-imput, first-output);
- d) proportional cu cantitatea de titluri din fiecare ordin de bursa;
- e) la nivelul cantitatii totale de titluri cerute sau oferite.

**25. Care din afirmatiile despre comisionul perceput de brokeri pentru tranzactiile efectuate nu este adevarata?**

- a) se adauga la pretul de cumparare;
- b) influenteaza contul in marja al clientului;
- c) se calculeaza la valoarea tranzactiei;
- d) se regaseste la client in partea de debit;
- e) se aduna la pretul de vanzare.

**26. Procedura fixing de cotare este:**

- a) cotatie discontinua;
- b) cotatie discontinua in care se cunosc in fiecare moment cererea si oferta de titluri;
- c) cotatie continua in timp real;
- d) cotatie continua in timpi diferiti;
- e) cotatie pe piata extrabursiera.

**27. Definiti notiunea de arbitraj financiar:**

- a) strategia financiara in urma careia se obtine profit, fara ca cel care o initiaza sa-si asume vreun risc si fara aport initial de capital;
- b) strategia financiara in urma careia se obtine un profit mic pentru ca si riscul asumat este redus;
- c) strategia financiara prin care se obtine un profit mare, fara aport initial de capital dar cu un risc asumat ridicat;
- d) strategia financiara prin care nu se poate obtine profit pentru ca cel care o initiaza, nu-si asuma niciun risc;
- e) strategia financiara prin care nu se poate obtine profit, pentru ca cel care-o initiaza isi asuma riscuri, dar nu aloca si capital initial.

**28. In cazul unui contract de optiune prima acesteia, adica pretul optiunii:**

- a) se plateste de catre cumparator la momentul scadentei optiunii;
- b) este incasata de catre vanzator numai daca optiunea este exercitata;
- c) reprezinta comisionul de tranzactionare platit de catre vanzator bursei;
- d) reprezinta un venit al casei de compensare;
- e) se plateste de catre cumparator la momentul achizitiei optiunii.

**29. In cazul unui contract de optiune diferenta intre cumparator si vanzator provine printre altele din faptul ca:**

- a) vanzatorul are dreptul sa aleaga daca exercita sau nu optiunea;
- b) cumparatorul este cel care incaseaza prima optiunii;
- c) cumparatorul are obligatia de a respecta decizia vanzatorului cu privire la exercitarea optiunii;
- d) cumparatorul are libertatea de a decide daca exercita sau nu optiunea in vreme ce vanzatorul trebuie sa se conformeze alegerii facute de catre acesta;
- e) daca optiunea este exercitata atunci vanzatorul trebuie sa plateasca prima.

**30. Diferenta dintre o optiune CALL si o optiune PUT este printre altele si aceea ca:**

- a) optiunea CALL da dreptul vanzatorului de a cumpara activul de baza (marfa) in vreme ce optiunea PUT da dreptul vanzatorului de a vinde activul de baza;

b) optiunea CALL da dreptul cumparatorului de a cumpara activul de baza (marfa) in vreme ce optiunea PUT da dreptul vanzatorului de a vinde activul de baza;

c) ambele optiuni ofera cumparatorului dreptul de a alege, dar in cazul optiunilor CALL alegerea cumparatorului este de a cumpara sau nu activul suport (marfa) in vreme ce in cazul optiunilor PUT alegerea cumparatorului aceste optiuni este aceea de a vinde sau nu activul de baza la pretul de exercitare al optiunii;

d) optiunile PUT au, in general, scadente mult mai indepartate decat optiunile CALL;

e) optiunile PUT sunt specifice pietelor bursiere americane in vreme ce optiunile CALL sunt specifice pietelor bursiere europene.

**31. Contractul de optiune devine obligatoriu pentru vanzator deoarece:**

- a) a fost remunerat prin prima de optiune;
- b) trebuie sa plateasca prima de optiune;
- c) trebuie sa plateasca pretul de optiune;
- d) trebuie sa plateasca pretul de cotare;
- e) presupune un pret.

**32. Beneficiarul contractului de optiune plateste pentru optiune un pret numit:**

- a) pret de exercitiu;
- b) pret de cotare;
- c) prima de optiune;
- d) pret de optiune;
- e) pret al actiunii.

**33. La termen beneficiarul optiunii avand la baza actiuni poate sa vanda/cumpere stocul de actiuni sau sa renunte la vanzarea/cumpararea lor. Alegerea este determinata de:**

- a) nivelul pretului de cotare (pc) al actiunilor la termen;
- b) nivelul pretului de exercitiu;
- c) nivelul primei de optiune;
- d) nivelul preturilor de cotare si exercitiu si nivelul primei de optiune;
- e) nivelul pretului actiunii si al pretului de exercitiu.

**34. Rolul primordial al autoritatii pietei de capital este de a asigura:**

- a) protectia statului impotriva fraudelor;
- b) protectia emitentilor;
- c) protectia investitorilor;
- d) reglementarea pietei financiare;
- e) protectia institutiilor financiare.

**35. Cum se caracterizeaza piata financiara?**

- a) este o piata inchisa;
- b) este o piata pe termen mediu;
- c) este o piata pe termen lung;
- d) este o piata dirijata;
- e) este o piata pe termen scurt.

**36. Daca o optiune PUT cu pret de exercitare de 10 000 lei si prima de 400 lei a ajuns la scadenta, cum va proceda cumparatorul in conditiile in care pretul activului suport este de 9 600 lei ?**

- a) cumparatorul va exercita optiunea, nu va inregistra profit, dar va recupera valoarea primei platite la cumpararea optiunii PUT;
- b) nu va exercita optiunea si va pierde 400 lei;
- c) nu va exercita optiunea si va pierde 200 lei;
- d) va exercita optiunea si va castiga 400 lei;
- e) va exercita optiunea si va castiga 800 lei.

**37. Daca o optiune PUT cu pret de exercitare de 10 000 lei si prima de 400 lei a ajuns la scadenta, ce rezultat va inregistra vanzatorul in conditiile in care pretul activului suport este de 9.600 lei ?**

- a) cumparatorul va exercita optiunea, iar vanzatorul nu va castiga nimic in urma acestei operatiuni;
- b) cumparatorul nu va exercita optiunea, iar vanzatorul va castiga 400 lei;
- c) cumparatorul nu va exercita optiunea, iar vanzatorul va pierde 400 lei;
- d) cumparatorul va exercita optiunea, iar vanzatorul va castiga 800 lei;
- e) cumparatorul nu va exercita optiunea, iar vanzatorul nu va pierde in urma acestei operatiune.

**38. Daca un speculator pe piata Sibex a cumparat 20 contracte futures pe o marfa, cu scadenta martie 2014, la pretul de 3,255 lei pentru un contract iar dimensiunea contractului este de 1 000 lei, determinati care va fi castigul/ pierderea acestui speculator in conditiile in care pretul marfii este de 3,265 lei:**

- a) speculatorul va pierde 100 lei;
- b) speculatorul va pierde 200 lei;
- c) speculatorul va castiga 200 lei;
- d) speculatorul va castiga 500 lei;
- e) speculatorul va pierde 500 lei.

**39. Daca un speculator pe piata Sibex a vandut 10 contracte futures pe o marfa, cu scadenta martie 2014, la pretul de 1,255 lei pentru un contract iar marimea contractului este de 1 000 lei, determinati care va fi castigul/ pierderea acestui speculator in conditiile in care pretul marfii este de 1,555 lei:**

- a) speculatorul va pierde 3000 lei;
- b) speculatorul va pierde 2000 lei;

- c) speculatorul va castiga 2000 lei;
- d) speculatorul va castiga 6000 lei;
- e) speculatorul va pierde 6000 lei.

**40. Daca un speculator a cumparat un contract futures pe indicele Dow Jones la nivelul de 15 940 de puncte iar cotationa actuala este de 16 000 de puncte si cumparatorul trebuie sa lichideze pozitia, care este castigul/pierderea inregistrata?**

- a) cumparatorul va pierde 60 lei;
- b) cumparatorul va pierde 80 lei;
- c) cumparatorul va castiga 60 lei;
- d) cumparatorul va castiga 600 lei;
- e) cumparatorul va pierde 600 lei.

**41. Despre o optiune PUT pe petrol care are pret de exercitare 90 dolari/baril si care se tranzactioneaza la o prima de 2 dolari/baril putem spune ca este „in bani” sau „in the money” daca pretul de pe piata spot al petrolului este:**

- a) 92 dolari / baril;
- b) 90 dolari / baril;
- c) 87 dolari/baril;
- d) 110 dolari / baril;
- e) 100 dolari / baril.

**42. Considerand ca ati vandut 2 optiuni CALL pe argint cu pret de exercitare 32 dolari/uncie incasand o prima de 1,5 dolari/uncie iar cantitatea de argint aferenta unei astfel de optiuni este 100 uncii, daca la scadenta pretul de pe piata spot al argintului este de 31 dolari/uncie, atunci din aceasta tranzactie cu optiuni ati realizat urmatorul rezultat:**

- a) profit 200 de dolari;
- b) profit 300 de dolari;
- c) profit 500 de dolari;
- d) pierdere 150 de dolari;
- e) pierdere 300 de dolari.

**43. Despre o optiune PUT pe aur care are pret de exercitare 1500 dolari/uncie si care se tranzactioneaza la o prima de 80 dolari/uncie in conditiile in care pe piata spot pretul aurului este de 1300 dolari/uncie putem spune ca:**

- a) este o optiune „in bani” sau „in the money”;
- b) este o optiune „la bani” sau „at the money”;
- c) este o optiune „in afara banilor” sau „out of the money”;

- d) dacă ar fi exercitată ar aduce pierdere detinatorului;
- e) vânzătorul acesteia este în profit la momentul curent.

**44. Considerând că ai cumpărat 5 opțiuni PUT pe graț cu preț de exercitare 900 lei/tonă plățind o primă de 30 lei/tonă, iar cantitatea de graț aferentă unei astfel de opțiuni este 1 tonă, dacă la scadență prețul de pe piața spot al grațului este de 800 lei/tonă, atunci din această tranzacție cu opțiuni ai realizat următorul rezultat:**

- a) profit 500 de lei;
- b) profit 150 de lei;
- c) profit de 350 lei;
- d) pierdere 150 de lei;
- e) pierdere 500 de lei.

**45. Ce reprezintă o bursă internațională de marfuri?**

- a) Un loc unde se vând și se cumpără acțiuni;
- b) O instituție pentru schimbul de informații economice;
- c) O piață unde se tranzacționează marfuri și instrumente financiare legate de acestea;
- d) O organizație caritabilă internațională;
- e) Un sistem bancar pentru schimbul de valută.

**46. Care este un exemplu de marfă tranzacționată pe o bursă internațională?**

- a) Acțiuni;
- b) Servicii de consultanță;
- c) Produse software;
- d) Aur;
- e) Drepturi de autor;

**47. Ce rol au contractele futures într-o bursă de marfuri?**

- a) Permit schimbul de marfuri la un preț stabilit pentru o dată viitoare;
- b) Asigură distribuția echitabilă a marfurilor;
- c) Stabilesc reguli pentru tranzacționarea de acțiuni;
- d) Reglementează schimbul de valută;
- e) Oferă asigurări pentru marfurile deteriorate;

**48. Ce reprezintă prețul spot pe o bursă de marfuri?**

- a) Prețul unei acțiuni;
- b) Prețul de cumpărare a unei marfi în viitor;
- c) Prețul curent la care o marfă poate fi cumpărată sau vândută;
- d) Prețul fixat pentru marfurile deteriorate;
- e) Prețul de transport al marfurilor.

**49. Care este scopul principal al unei burse de marfuri?**

- a) Promovarea marfurilor locale;
- b) Tranzactionarea de actiuni si obligatiuni;
- c) Stabilirea preturilor pentru marfuri pe piata internationala;
- d) Consiliere pentru investitii personale;
- e) Monitorizarea fluctuatiilor valutare.

**50. Ce inseamna hedging in contextul unei burse de marfuri?**

- a) Investitia intr-o singura marfa;
- b) Evitarea riscului de pret prin contracte futures;
- c) Speculatia pe piata de actiuni;
- d) Cumpararea de marfuri la preturi joase;
- e) Vanzarea rapida a marfurilor.

**51. Ce este un contract de optiune in cadrul unei burse de marfuri?**

- a) Un acord de transport marfa;
- b) Un contract care ofera dreptul, dar nu si obligatia, de a cumpara sau vinde o marfa la un pret stabilit;
- c) O intelegere pentru schimbul de marfuri intre doua tari;
- d) Un contract de vanzare exclusiva a unei marfi;
- e) O regula pentru stabilirea preturilor marfurilor.

**52. Ce este un "commodity index"?**

- a) Un catalog de preturi pentru marfuri;
- b) Un indice care masoara performanta unui grup de marfuri;
- c) O lista de marfuri interzise la tranzactionare;
- d) Un sistem de codificare a marfurilor;
- e) Un raport anual al tranzactiilor de marfuri.

**53. Cum influenteaza cererea si oferta preturile pe o bursa de marfuri?**

- a) Nu au nicio influenta;
- b) Determina numarul de actiuni disponibile;
- c) Afecteaza doar marfurile tehnologice;
- d) Modifica preturile in functie de disponibilitatea si nevoia de marfa;
- e) Sunt reglementate strict de guvern.

**54. Care este diferenta principala intre bursa de marfuri si bursa de valori?**

- a) Locatia geografica;
- b) Tipurile de produse tranzactionate, de exemplu marfuri vs. actiuni si obligatiuni;
- c) Numarul de tranzactii efectuate zilnic;
- d) Modul de determinare a preturilor;
- e) Legislatia aplicabila.

**55. Care dintre urmatoarele este un exemplu de marfa soft?**

- a) Petrol;
- b) Aur;
- c) Grau;
- d) Cupru;
- e) Gaz natural;

**56. Ce semnifica termenul lichiditate in contextul unei burse de marfuri?**

- a) Cantitatea de marfa disponibila pe piata;
- b) Usurinta cu care o marfa poate fi convertita in bani fara a afecta pretul de piata;
- c) Nivelul de umiditate acceptat pentru o marfa;
- d) Stabilitatea financiara a unei companii;
- e) Volumul de apa prezent intr-o marfa.

**57. Care este un exemplu de marfa hard ?**

- a) Cafea;
- b) Porumb;
- c) Bumbac;
- d) Platina;
- e) Zahar.

**58. Cum se numeste procesul de stabilire a valorii de piata a pozitiilor detinute in functie de pretul de final al zilei pentru o marfa pe o bursa?**

- a) Hedging;
- b) Leverage;
- c) Arbitraj;
- d) Marking to market;
- e) Spot pricing.

**59. Ce este o bursa de marfuri?**

- a) Un fond mutual pentru investitii in marfuri;
- b) Un magazin online pentru marfuri;
- c) O organizatie unde se tranzactioneaza marfuri si contracte legate de acestea;
- d) O banca specializata in finantarea comertului cu marfuri;
- e) Un tip de asigurare pentru transportul marfurilor.

**60. Ce este un apel in marja in contextul tranzactionarii de marfuri?**

- a) O solicitare de plata suplimentara cand valoarea unui cont scade sub un anumit nivel;
- b) Un apel telefonic pentru a negocia preturile marfurilor;

- c) O cerere de reducere a preturilor;
- d) O strategie de marketing pentru promovarea marfurilor;
- e) O convocare pentru ajustarea preturilor.

## 16.2. Bibliografie

1. Anghelache, G., (2004), *Piata de capital: caracteristici, evolutii, tranzactii*, Editura Economica, Bucuresti;

2. Anghelache, G., (2009), *Piata de capital in context european*, Editura Economica, Bucuresti;

3. Ionescu R. (2020), *Burse internationale de marfuri*, Editia a IV-a, Editura Pro Universitaria, Bucuresti;

4. Mionel O. (2018), *Burse internationale de marfuri*, Editura Universitara, Bucuresti;

5. Panait I., *Burse internaționale de mărfuri. Suport de curs*, 2022;

6. Stoica, V.A.; Popescu, I.A.; Gruia, I.A.-I., (2009), *Piete si burse de valori*, Editura RCR Editorial, Bucuresti.

\*www.bvb.ro

\*www.brm.ro

## 16.3. Răspunsuri teste grilă

<b>1</b>	c	<b>11</b>	c	<b>21</b>	b	<b>31</b>	a	<b>41</b>	c	<b>51</b>	b
<b>2</b>	c	<b>12</b>	d	<b>22</b>	a	<b>32</b>	c	<b>42</b>	b	<b>52</b>	b
<b>3</b>	e	<b>13</b>	c	<b>23</b>	b	<b>33</b>	d	<b>43</b>	a	<b>53</b>	d
<b>4</b>	d	<b>14</b>	e	<b>24</b>	c	<b>34</b>	c	<b>44</b>	c	<b>54</b>	b
<b>5</b>	b	<b>15</b>	c	<b>25</b>	e	<b>35</b>	c	<b>45</b>	c	<b>55</b>	c
<b>6</b>	c	<b>16</b>	c	<b>26</b>	a	<b>36</b>	a	<b>46</b>	d	<b>56</b>	b
<b>7</b>	e	<b>17</b>	a	<b>27</b>	a	<b>37</b>	a	<b>47</b>	a	<b>57</b>	d
<b>8</b>	a	<b>18</b>	e	<b>28</b>	e	<b>38</b>	c	<b>48</b>	c	<b>58</b>	d
<b>9</b>	d	<b>19</b>	e	<b>29</b>	d	<b>39</b>	a	<b>49</b>	c	<b>59</b>	c
<b>10</b>	b	<b>20</b>	b	<b>30</b>	c	<b>40</b>	c	<b>50</b>	b	<b>60</b>	a

## **17. TEHNICA NEGOCIERILOR ÎN AFACERI**

### **17.1. Teste grilă**

**1. Care din afirmatiile de mai jos nu reprezinta o caracteristica a procesului de negociere:**

- a) cel mai eficient mijloc de comunicare;
- b) apare ca o necesitate intr-o situatie;
- c) raspuns al problemelor complexe;
- d) complex de activitati;
- e) absenta dialogului intre parti.

**2. In cadrul procesului de negociere, oferta falsa se refera la:**

- a) prezentarea de documente care contin informatii neclare, cu omisiuni;
- b) persoana responsabila pentru explicarea tehnica a unei probleme nu este de gasit;
- c) initierea unei actiuni neasteptate de parteneri;
- d) afectarea reputatiei partenerilor de negociere;
- e) initierea unei noi afaceri urmata de renuntare.

**3. In cadrul unui proces de negociere, tactica ostatecului se refera la:**

- a) prezentarea de documente care contin informatii neclare, cu omisiuni;
- b) persoana responsabila pentru explicarea tehnica a unei probleme nu este de gasit;
- c) initierea unei actiuni neasteptate de parteneri;
- d) afectarea reputatiei partenerilor de afaceri;
- e) initierea unei afaceri urmata de renuntare.

**4. In redactarea unei scrisori de afaceri, trebuie respectate cateva reguli de baza:**

- a) tiparirea numelui si prenumelui expeditorului este intotdeauna suficienta;
- b) frazele trebuie sa fie lungi, astfel incat textul scrisorii sa contina cat mai putine fraze;
- c) semnatura olografa a expeditorului este suficienta;
- d) tiparirea numelui si prenumelui expeditorului se va face doar daca semnatura olografa a expeditorului este indescifrabila;
- e) semnatura olografa trebuie insotita de numele si prenumele expeditorului, titlul/functia acestuia, chiar daca acestea se gasesc si la inceputul scrisorii.

**5. In cadrul procesului de negociere, tactica intelegerilor pas cu pas se foloseste atunci cand:**

- a) partile implicate se cunosc datorita unor contacte anterioare;
- b) exista suficienta incredere intre partile implicate;
- c) dorim sa tinem partenerul de negociere la distanta;
- d) negocierile se afla in impas;
- e) una din parti implicare in procesul de negociere doreste sa-si ascunda slabiciunile.

**6. In recrutarea membrilor participanti la un proces de negociere, trebuie sa se tina seama de cateva principii, unul dintre acestea fiind:**

- a) postul trebuie definit in functie de abilitatile persoanei care-l ocupa;
- b) sa se aleaga cel mai bun profesionist, chiar daca acesta este o persoana dificila;
- c) daca in organizatie exista un foarte bun profesionist, atunci sa se creeze un post special pentru acesta;
- d) sa se acorde atentie motivatiei candidatului care doreste sa faca parte din echipa, mai ales a celei materiale;
- e) sa se acorde atentie motivatiei candidatului care doreste sa faca parte din echipa, dar nu motivatiei materiale.

**7. Un bun conducator al echipei de negociere trebuie:**

- a) sa stapaneasca intreaga problematica legata de procesul de negociere;
- b) sa stie cum sa delege o parte din autoritatea sa colaboratorilor sai;
- c) sa evite sa comunice colaboratorilor esecurile, pentru a nu-si pierde autoritatea in fata acestora;
- d) sa nu accepte greselile facute de colaboratori;
- e) sa fie singurul „solist” al activitatilor si proceselor organizate.

**8. Alegerea unui asociat in afaceri trebuie sa se faca tinand cont de:**

- a) se prezinta ca avand mereu succes in toate afacerile sale;
- b) colaboratorii il recomanda ca fiind un om de afaceri numai de succes;
- c) faptul ca ati trecut impreuna, in afaceri, si prin mai multe esecuri;
- d) ati comunicat intotdeauna usor cu acesta;
- e) faptul ca va poate finanta afacerea, indiferent de imaginea lui in mediul de afaceri.

**9. Asistentul unui manager, care raspunde la un apel telefonic:**

- a) trebuie sa intrebe apelantul de ce a sunat, pentru a-l putea informa cat mai complet pe manager;
- b) nu trebuie sa dea legatura managerului in cazul telefoanelor venite din partea unor potentiali parteneri de afaceri;

c) nu trebuie sa dea legatura managerului in cazul apelurilor venite din partea prietenilor;

d) trebuie sa nu solicite apelantului informatii personale despre acesta si suplimentare privind motivul apelului;

e) nu o privesc si nu trebuie sa dea legatura sefului in cazul telefoanelor din partea prietenilor sefului.

**10. Cand un manager deleaga o parte din atributiile sale unui colaborator:**

a) ii va putea da mai multe ordine;

b) isi extinde puterea de decizie;

c) mentioneaza si modul de rezolvare a problemelor;

d) va prezenta un tablou „idilic” al atributiilor delegate, pentru a-l incuraja;

e) va lasa puterea de decizie celui pe care l-a delegat, intre anumite limite.

**11. O scrisoare de afaceri trebuie sa:**

a) fie cat mai lunga pentru a impresiona destinatarul;

b) explice cat mai detaliat informatiile prezentate;

c) fie clara, scurta si concisa;

d) convinga destinatarul acesteia chiar daca se exagereaza;

e) nu fie scrisa cu atentie, deoarece nu este o scrisoare adresata unei persoane deosebite.

**12. Asistent managerul nu trebuie sa intervina in activitatea managerului atunci cand:**

a) managerul se afla intr-o intalnire cu parteneri de afaceri;

b) un colaborator il cauta pe manager pentru o problema curenta;

c) o persoana din exterior solicita informatii importante;

d) este cautat de familie;

e) este cautat de persoane care se recomanda a fi colegi de facultate.

**13. In intalnirile de afaceri, titlul si rangul oficial al unei persoane se foloseste atunci cand:**

a) se fac prezentarile intre persoane avand acelasi titlu si rang oficial;

b) se intervine in discutie;

c) niciodata;

d) cand te adresezi acelei persoane;

e) cand persoana respectiva este mai tanara.

**14. Stilul de negociere francez se caracterizeaza prin:**

a) multa flexibilitate si intelegere aparenta, deschis, prietenos, sociabil, cu un umor natural si de calitate;

b) veselie, prietenie, inclinatii spre mituire si pierderea rabdarii sub presiunea timpului;

- c) eleganta, elasticitate, multa cultura, considerand negocierea o dezbaterie ampla si o competitie antagonista, fara scrupule;
- d) rigurozitate si inflexibilitate in discutii;
- e) nici un raspuns corect

**15. In cadrul unui proces de negociere, negociatorul este:**

- a) o persoana cu o pregatire meserie indiferent de domeniu;
- b) persoana care are calitati dobandite doar printr-o pregatire practica;
- c) persoana care se naste, traieste, se formeaza si munceste in contextul realitatilor social-economice, politice, culturale;
- d) nici un raspuns corect;
- e) orice persoana care doreste sa se implice in aceasta activitate.

**16. Membrii echipei de negociere trebuie sa aiba parte de o pregatire psihologica:**

- a) doar teoretica;
- b) doar practica;
- c) teoretica si practica;
- d) autopregatire;
- e) nu trebuie sa aiba pregatire psihologica.

**17. Care din urmatoarele este considerata o abordare eficienta in pregatirea unei negocieri?**

- a) alocarea timpului exclusiv pentru identificarea punctelor slabe ale celeilalte parti;
- b) concentrarea doar pe interesele proprii, ignorand necesitatile celeilalte parti implicate;
- c) cercetarea amanuntita a contextului, intereselor si nevoilor ambelor parti;
- d) presupunerea ca cealalta parte va avea aceleasi obiective ca si tine;
- e) nici un raspuns corect.

**18. Care din urmatoarele tehnici este eficienta in depasirea impasurilor intr-o negociere?**

- a) folosirea unor tactici de presiune asupra partenerului;
- b) introducerea de noi informatii sau alternative care nu au fost luate in considerare anterior;
- c) mentinerea strica a pozitiilor initiale declarate;
- d) retragerea echipei de negociere din intalnire;
- e) asteptarea ca cealalta parte sa faca primul pas.

**19. Care din urmatoarele afirmatii descrie celmai bine o negociere integrativa?**

- a) cautarea unei solutii care sa maximizeze beneficiile unei singure parti;
- b) obtinerea unui avantaj competitiv prin mentinerea unei pozitii inflexibile;
- c) cooperarea pentru a gasi solutii creative care sa satisfaca partile implicate;
- d) identificarea punctelor slabe ale partenerului;
- e) divizarea resurselor disponibile in mod egal indiferent de interesele partilor implicate.

**20. Ascultarea activa in cadrul unui proces de negociere reprezinta:**

- a) ascultarea cu scopul de a identifica slabiciunile partenerului pentru a le exploata mai tarziu;
- b) a da impresia ca esti atent, in timp ce te gandesti la alta problema;
- c) concentrarea asupra vorbitorului pentru a intelege complet mesajul transmis;
- d) intreruperea frecventa a interlocutorului pentru a-ti prezenta ouctele de vedere si opiniile;
- e) concentrarea asupra interlocutorului concomitent cu citirea propriilor materiale ce urmeaza a le prezenta partenerului.

**21. Impasul in negociere poate fi gestionat astfel:**

- a) prin exercitarea de presiuni si amenintari;
- b) ignorand impasul si trecand la urmatoarea problema de pe ordinea de zi;
- c) explorand noi optiuni si gasind interese comune;
- d) cedand puncte minore pentru a parea cooperant;
- e) retragand o parte din membrii echipei de negociere pentru a arata dezacordul fata de problema respectiva.

**22. Care din urmatoarele reprezinta o tactica eficienta in cadrul unui proces de negociere?**

- a) folosirea manipularii pentru a obtine ceea ce doresti;
- b) ascunderea de informatii cheie pana in ultimul moment;
- c) crearea unui climat deschis dialogului;
- d) insistarea repetitiva asupra aceleasi oferte pana la acceptarea acesteia;
- e) insistarea asupra faptului ca nu poti trecemai deoparte daca nu rezolvi problema curenta.

**23. In ce consta prima etapa in cadrul unui proces de negociere?**

- a) pregatirea si planificarea activitatilor, culegerea de informatii;
- b) stabilirea clara a rezultatelor ce trebuie obtinute;
- c) identificarea partilor interesate de procesul de negociere;
- d) nici un raspunscorect;
- e) scrierea si semnarea intelegerii finale.

**24. Ce strategii de negociere se concentreaza pe impartirea resurselor limitate?**

- a) negocierea integrativa;
- b) negocierea distributiva;
- c) negocierea colaborativa;
- d) negocierea distructiva.

**25. Care dintre urmatoarele este un exemplu de tactica de negociere bazata pe timp?**

- a) folosirea pauzelor lungi pentru a exercita presiune asupra celeilalte parti;
- b) crearea unei urgente sau limitarea timpului disponibil pentru a forta o decizie;
- c) negocierea la diferite ore ale zilei pentru a testa rabdarea celeilalte parti;
- d) amanarea negocierilor pentru a obtine mai multe informatii;
- e) nici un raspuns corect.

**26. Concesiile in cadrul unui proces de negociere joaca un rol:**

- a) sunt evitate pe cat posibil, pentru a mentine o pozitie puternica;
- b) de a facilita un compromis si a avansa spre un acord;
- c) doar la sfarsitul procesului de negociere, ca ultima resursa;
- d) arata o slabiciune a celui ce le utilizeaza;
- e) concesiile nu sunt recomandate a se face.

**27. Care dintre urmatoarele afirmatii descrie cel mai bine conceptul de negociere castig-castig?**

- a) o negociere in care una dintre parti obtine tot ceea ce dorea;
- b) o negociere care se incheie cu un compromis mediocru pentru ambele parti;
- c) o negociere care sa satisfaca la final interesele ambelor parti;
- d) o tactica de negociere in care partile alterneaza castigurile pe diferite probleme;
- e) o negociere in care doar o parte este multumita la final cu rezultatul obtinut.

**28. Cum poate fi imbunatatita comunicare intre parti in cadrul unui proces de negociere?**

- a) prin vorbirea constanta pentru a controla conversatia;
- b) ignorand mesajele nonverbale ale celeilalte parti;
- c) ascultand activ cealalta parte fara a pune intrebari;
- d) ascultand activ si adresand intrebari deschise pentru a clarifica punctele de vedere;
- e) folosind un limbaj tehnic pentru a impresiona cealalta.

**29. Cum poate fi imbunatatita eficacitatea unei echipe de negociere?**

- a) prin evitarea oricaror dezacorduri interne si prezentarea unei echipe unite;
- b) prin stabilirea unor roluri clare si a responsabilitatilor pentru membrii echipei;
- c) prin concentrarea exclusiva asupra obiectivelor pe termen scurt pentru a maximiza castigurile imediate;
- d) limitarea comunicarii cu partenerul;
- e) prin schimbarea repetata a membrilor echipei de negociere.

**30. Care din urmatoarele afirmatii este considerata un avantaj al pregatirii temeinice in negocieri?**

- a) inducerea in eroare a celeilalte parti cu informatii false;
- b) dominarea celeilalte parti cu informatii diverse;
- c) obtinerea tuturor obiectivelor stabilite fara nici un compromis;
- d) capacitatea de a anticipa argumentele si nevoile celeilalte parti;
- e) limitarea comunicarii cu partenerul.

**31. Ce rol joaca ascultare activa a partenerului in cadrul procesului de negociere?**

- a) ajuta la contruirea increderii intre parteneri;
- b) este o tactica de amanare pentru a castiga timp in negocieri;
- c) este mai putin importanta in raport cu atingerea obiectivelor fixate;
- d) permite identificarea si fructificarea slabiciunilor partenerului;
- e) nu are nici un rol.

**32. Care din urmatoarele afirmatii descrie notiunea de negociator eficient?**

- a) cineva care are o pozitie ferma, fara compromisuri;
- b) cineva care stie sa foloseasca tactici agresive pentru a intimida cealalta parte;
- c) cineva care evita negocierile directe si prefera sa lucreze prin intermediari;
- d) cineva care comunica clar, asculta activ si cauta solutii reciproc avantajoase;
- e) cineva care refuza dialogul si comunicare cu toti membrii unei echipe de negociere.

**33. Cum pot fi gestionate emotiile intr-un proces de negociere astfel incat acesta sa fie eficient?**

- a) suprimand orice fel de emotie si reactie pentru a mentine un climat exclusiv profesional;
- b) nerecunoscand emotiile proprii cat si ale partenerului;
- c) folosind emotiile ca pe un instrument de manipulare a partenerului;

- d) ignorand emotiile celeilalte parti si concentrandu-seexclusiv pe fapte si logica;
- e) nici un raspuns corect.

**34. Etapa de prenegocierea are ca punct de plecare prima discutie sau comunicare intre parteneri si cuprinde una din urmatoarele activitati:**

- a) pregatirea variantelor si a dosarelor de negociere;
- b) prezentarea argumentelor si contraargumentelor;
- c) perioada de reflectie pentru redefinirea pozitiei;
- d) convenirea unor solutii de compromis;
- e) eventuale negocieri privind modificarea, prelungirea unor clauze contractuale.

**35. Etapa de postnegocierea incepe in momentul semnarii intelegerii, incluzand obiectivele ce vizeaza punerea in aplicare a prevederilor acesteia si cuprinde una din urmatoarele activitati:**

- a) pregatirea variantelor de negociere;
- b) intocmirea mandatului de negociere;
- c) eventuale negocieri privind modificarea, prelungirea sau completarea clauzelor contractului;
- d) nici un raspuns corect;
- e) perioade de reflectie pentru redefinirea pozitiiilor.

**36. Principalele avantaje pentru gazde in derularea unor negocieri comerciale internationale sunt legate de:**

- a) influentarea partenerului de afaceri prin demonstratii practice, in hale de productie, la locul de vanzare, in expozitii etc;
- b) posibilitatea formarii unor imagini directe asupra partenerului;
- c) imposibilitatea construirii unei echipe de negociere mai numeroase;
- d) posibilitatea obtinerii unor informatii directe de pe piata asupra produselor ori serviciilor partenerului;
- e) cunoasterea preturilor practicate de concurenta, a canalelor de distributie utilizate si a formelor de comercializare practicate.

**37. Una dintre principalele atributii ale echipei de negociere se refera la:**

- a) elaborarea formei finale a intelegerii ce trebuie acceptata si semnata de partenerul de negociere;
- b) participarea la dezbateri;
- c) generarea de confruntari directe, dure intre membrii echipelor de negociere;
- d) eliminare membrilor echipei adverse prin constrangeri si amenintari;
- e) evitarea acordarii de concesii partenerului.

**38. In practica negocierilor comerciale, negociatorul autoritar se caracterizeaza prin una din urmatoarele trasaturi:**

- a) este pasionat de activitatea desfasurata;
- b) este preocupat in clarificarea neintelegerilor, pentru evitarea blocarii negocieri;
- c) este un bun cunoscator al spiritului de echipa, civilizatat, placut si sociabil;
- d) are abilitatea de a tolera ambiguitatea si conflictele;
- e) de cele mai multe ori nu rezista pana la sfarsitul negocierii.

**39. In practica negocierilor comerciale, negociatorul cooperant se caracterizeaza prin una din urmatoarele trasaturi:**

- a) este pasionat de activitatea desfasurata;
- b) este preocupat in clarificarea neintelegerilor, pentru evitarea blocarii negocieri;
- c) accepta dezordinea, raspunsurile partiale sau evazive;
- d) are abilitatea de a tolera ambiguitatea si conflictele;
- e) de cele mai multe ori nu rezista pana la sfarsitul negocierii.

**40. In practica negocierilor comerciale, negociatorul creativ se caracterizeaza prin una din urmatoarele trasaturi:**

- a) este pasionat de activitatea desfasurata;
- b) este preocupat in clarificarea neintelegerilor, pentru evitarea blocarii negocieri;
- c) accepta dezordinea, raspunsurile partiale sau evazive;
- d) este, mai intai, un vizionar si abia dupa aceea un organizator eficient;
- e) de cele mai multe ori nu rezista pana la sfarsitul negocierii.

**41. In practica negocierilor comerciale, negociatorul permisiv se caracterizeaza prin una din urmatoarele trasaturi:**

- a) este pasionat de activitatea desfasurata;
- b) este preocupat in clarificarea neintelegerilor, pentru evitarea blocarii negocieri;
- c) nu accepta dezordinea, raspunsurile partiale sau evazive;
- d) este, mai intai, un vizionar si abia dupa aceea un organizator eficient;
- e) de cele mai multe ori nu rezista pana la sfarsitul negocierii.

**42. In cadrul unui proces de negociere, stilul de negociere german se caracterizeaza prin:**

- a) pregatire riguroasa a negocierii, un stil clar, ferm si aproape matematic;
- b) mai putin caracter oficial, intrarea directa in subiect, dupa ce in prealabil a incercat sa creeze un climat cald, sincer, de incredere si speranta;
- c) eleganta, elasticitate, multa cultura;
- d) suspiciune si neincredere fata de parteneri;
- e) ospitalitate si incredere, modestie.

**43. In practica negocierilor, a argumentarilor una dintre reguli se refera la:**

- a) regula stabilizarii - problemele asupra carora s-a ajuns deja la un acord nu vor mai fi reluate;
- b) analiza atenta a argumentelor partenerului si bazei de sustinere a acestora;
- c) verificarea intelegerii si acceptarii de catre partener a contra argumentelor prezentate;
- d) constituirea propriilor argumente, cu referire la punctele slabe, utilizarea suporturilor prezentate, cat si date sau elemente noi;
- e) nici un raspuns corect.

**44. Care dintre urmatoarele este un avantaj al startegiei de negociere bazate pe colaborare?**

- a) rezolvarea rapida a conflictelor;
- b) maximizarea avantajelor pentru propria parte;
- c) reducerea costurilor fara negociere;
- d) mentinerea unei atmosfere de incredere si cooperare;
- e) incapacitatea de a colabora activ.

**45. Care dintre urmatoarele este o tactica comuna in cadrul unei strategii de negociere bazate pe confruntare?**

- a) cautarea solutiilor castig-castig;
- b) prezentarea argumentelor pentru o colaborare pe termen lung;
- c) utilizarea puterii pentru a forta concesiuni;
- d) eforturile de a mentine un climat de armonie si intelegere;
- e) dialogul liber, deschis intre parti.

**46. Care dintre urmatoarele afirmatii reprezinta elementele strategiei de negociere?**

- a) tactica si tehnicile folosite;
- b) obiectivele urmarite si mijloacele utilizate;
- c) conjunctura pietei si resursele disponibile;
- d) nivelul de presiune exercitat si ordinea problemelor abordate;
- e) identificarea solutiilor de repliere.

**47. Care dintre urmatoarele caracteristici descrie cel mai bine tactica de negociere?**

- a) fixarea prioritatilor si a obiectivelor;
- b) adaptabilitatea la situatiile nou aparute;
- c) identificarea solutiilor de repliere;
- d) stabilirea viziunii de ansamblu a negocierii;
- e) nici un raspuns corect.

**48. Care dintre urmatoarele afirmatii nu face parte dintre principalele elemente ale tacticii de negociere?**

- a) gradul de intensitate al presiunii
- b) argumentele aduse la fiecare problema discutata;
- c) componenta echipei si a sefului acesteia;
- d) subiectele asupra carora se exercita presiunea;
- e) membrii echipei de negociere.

**49. Care din urmatoarele afirmatii reprezinta o caracteristica principala a tacticilor defensive in negociere?**

- a) utilizarea intrebarilor de testare pentru a descoperi punctele slabe ale partenerului;
- b) repetarea expunerii deja facute de partener pentru a fi mai convingator;
- c) presiunea exercitata pentru a determina partenerul sa treaca in defensiva;
- d) expunerea numai a ceea ce este absolut necesar pentru a obtine timp suplimentar de negociere;
- e) nici un raspuns corect.

**50. Ce reprezinta tehnicile de contracarare in negociere?**

- a) procedeele utilizate pentru atenuarea efectelor tacticii adversarului;
- b) forme si scheme de actiune utilizate pentru realizarea tacticii;
- c) subiectele asupra carora se exercita presiunea;
- d) gradul de intensitate al presiunii exercitate;
- e) nici un raspuns corect.

**51. Care din principiile enumerate mai jos sunt principii de comunicare?**

- 1) comunicarea este un ansamblu de semnale;
  - 2) comunicarea comporta un continut si o serie de aspecte relationale;
  - 3) comunicarea este un proces de adaptare;
  - 4) comunicarea presupune o actiune compensatorie;
  - 5) comunicarea urmareste atingerea un scop.
- a) 1,2,3,4;
  - b) 2,3,4,5;
  - c) 1,3,4,5;
  - d) 1,2,4,5;
  - e) 1,2,3,5.

**52. Negocierea comerciala devine necesara si este posibila ori de cate ori sunt indeplinite urmatoarele conditii pe o piata considerata mai mult sau mai putin libera:**

- 1) lipsa unor reguli si proceduri prestabilite;
- 2) progresul oricarei negocieri nu este influentat de valorile personale, intelegerea, atitudinile si emotiile persoanelor de la masa de negocieri;

- 3) lipsa unei autoritati aflate deasupra partilor aflate in divergenta;
  - 4) dorinta partilor de a ajunge la un acord;
  - 5) existenta unor interese complementare.
- a) 1,3,4,5;
  - b) 2,3,4,5;
  - c) 1,2,4,5;
  - d) 1,2,3,4;
  - e) 1,2,3,5.

**53. In cazul unei negocieri desfasurate in strainatate un mare dezavantaj este ca partenerul de afaceri:**

- a) are posibilitatea formarii unei imagini directe asupra partenerului de tratative;
- b) are posibilitatea sa cunoasca preturile practicate de concurenta;
- c) stie de la bun inceput (in calitate de exportator) ca, partenerul strain a facut deplasarea tocmai pentru ca este interesat sa achizitioneze produsul;
- d) are posibilitatea sa cunoasca formele de comercializare practicate;
- e) din punct de vedere psihologic, negociatorii sunt mai degajati si mai nepresati de timp.

**54. Care din afirmatiile de mai jos sunt avantaje ale comunicarii orale?**

- 1) stabileste relatii directe, viteza mare de emisie si perceptie a mesajelor;
  - 2) ofera posibilitatea adaptarii mesajului la gradul de receptie prin urmarirea reactiilor participantilor la discutie;
  - 3) nu capata un raspuns imediat;
  - 4) valorificarea rapida a unor situatii si actiunea imediata in cadrul unor urgente;
  - 5) nu stim daca partea adversa a inteles mesajul.
- a) 1,2,3;
  - b) 3,4,5;
  - c) 1,3,5;
  - d) 1,2,4;
  - e) 2,4,5.

**55. In procesul de negociere calitatea comunicarii depinde de:**

- 1) conditiile in care are loc comunicarea;
  - 2) cunoasterea formelor de comercializare practicate;
  - 3) caracteristicile persoanelor implicate in proces;
  - 4) tehnica de comunicare utilizata;
  - 5) modul de transmitere a mesajului sau raspunsului.
- a) 1,2,3,4;
  - b) 1,3,4,5;
  - c) 1,2,4,5;

- d) 1,2,3,5;
- e) 2,3,4,5.

**56. Comunicarea de întreprindere are ca scop:**

- a) aducerea la cunoștința publicului, a personalului firmei a sistemului de valori pe care se întemeiază firma;
- b) punerea în valoare a calității produselor firmei, caracteristicilor tehnice, performanțelor acestora, precum și avantajele aduse de procurarea lor;
- c) prezentarea firmei, a performanțelor sale către partenerii de afaceri (obiectivul comunicării este de informare);
- d) promovarea contactului direct între exportator și importator;
- e) individualizarea firmei și a produselor sale pe piață în raport cu concurența, impunerea acestora în conștiința consumatorilor, partenerilor.

**57. Experiența practică a negocierii comerciale scoate în evidență condițiile realizării unei comunicări eficiente între părți. Care sunt aceste condiții?**

- 1) punerea în valoare a calității produselor firmei, caracteristicile tehnice, performanțele acestora, precum și avantajele aduse de procurarea lor;
  - 2) adoptarea unei atitudini active, flexibile;
  - 3) cunoașterea partenerului de negociere;
  - 4) comunicarea trebuie orientată spre realizarea unui acord de voință;
  - 5) claritatea mesajului transmis și înțelegerea corectă a mesajelor primite de la parteneri.
- a) 1,2,4,5;
  - b) 1,3,4,5;
  - c) 1,2,3,5;
  - d) 2,3,4,5;
  - e) 1,2,3,4.

**58. Oricare ar fi tipul comunicării, se pot remarca trei etape ale apelării și utilizării programării neurolingvistice (P.N.L.) și anume:**

- 1) programarea informațiilor;
  - 2) receptia și selectarea informațiilor;
  - 3) identificarea, modelarea propriilor stări de spirit cu ocazia relațiilor de afaceri;
  - 4) aportul de informații;
  - 5) verificarea rezultatelor obținute: transpunerea în practică a tehnicilor P.N.L..
- a) 1,2,3;
  - b) 3,4,5;
  - c) 2,4,5;
  - d) 1,4,5;
  - e) 2,3,4.

### 59. Comunicarea de criza reprezinta:

- a) ansamblul mesajelor pe care firma le transmite catre clientii actuali si potentiali, distribuitori, intermediari, autoritati de stat;
- b) schimbul de mesaje intre parteneri virtuali in procesul negocierii unei afaceri;
- c) cuplul stimul – raspuns ce caracterizeaza doua sau mai multe persoane care intra intr-un raport social;
- d) ansamblul de reguli, tehnici si instrumente utilizate pentru a realiza excelenta in relatiile interpersonale;
- e) o schimbare brusca intre doua stari care provoaca o rupere de echilibru.

### 60. Informatiile se clasifica dupa canalul de obtinere in:

- a) informatii oferite si citite;
- b) informatii interne;
- c) informatii externe;
- d) informatii obtinute pe cai oficiale;
- e) nici un raspuns corect.

## 17.2. Bibliografie

1. Almasan A., *Negocierea si incheierea contractelor*, Editura C.H.Bech, 2013
2. Braicu C., *Support de curs Tehnica negocierilor în afaceri - 2022*, Universitatea Hyperion din București
3. Pistol Gh., *Negocieri si uzante de protocol*, Editura FRM, Bucuresti, 2006
4. Prutianu Ș., *Tratat de comunicare si negociere in afaceri*, 2 vol., Editura POLIROM, 2008
5. Toma G., *Tehnici de comert exterior. Negocierea afacerilor si uzante de protocol*, Editura Sylvi, Bucuresti, 1997

## 17.3. Răspunsuri teste grilă

1	e	11	c	21	c	31	a	41	e	51	e
2	e	12	a	22	c	32	d	42	a	52	a
3	d	13	d	23	a	33	e	43	a	53	c
4	e	14	c	24	b	34	a	44	d	54	d
5	d	15	c	25	b	35	c	45	c	55	b
6	d	16	c	26	b	36	a	46	b	56	c
7	b	17	c	27	c	37	b	47	b	57	d
8	c	18	b	28	d	38	a	48	c	58	c
9	d	19	c	29	b	39	b	49	b	59	e
10	e	20	c	30	d	40	d	50	a	60	d

## **18. RELAȚII PUBLICE ÎN COMERȚ, TURISM ȘI SERVICII**

### **18.1. Teste grilă**

**1. ”Relatiile publice sunt o functie manageriala distincta, care contribuie la stabilirea si mentinerea unor directii reciproce de comunicare, intelegere, acceptare si cooperare intre o organizatie si publicurile sale”. Definitia apartine lui:**

- a) James Grunig;
- b) Rex Harlow;
- c) Eduard Bernays;
- d) Dennis Wilcox;
- e) Todd Hunt.

**2. Relatiile publice desfasurate de o companie presupun trei roluri manageriale:**

- a) managementul comunicarii, managementul reputatiei si managementul relatiilor;
- b) managementul comunicarii, managementul relatiilor cu institutiile statului si managementul raporturilor juridice cu angajatii;
- c) managementul relatiilor cu clientii, managementul relatiilor cu consumatorii si managementul comunicarii in mediul international;
- d) managementul pozitionarii produselor, managementul educarii consumatorului si managementul relatiilor;
- e) managementul comunicarii, managementul reputatiei si managementul relatiilor concurentiale.

**3. Ce se intelege prin notiunea de ”public” in relatiile publice?**

- a) spectatorii de la o manifestare artistica;
- b) participantii la mitinguri politice;
- c) populatia unei tari;
- d) orice grup uman, format din indivizi aflati la distanta unii de altii, care se caracterizeaza prin atitudini si opinii comune si prin continuitatea ideilor si valorilor sociale;
- e) participantii la manifestari sportive pe un stadion.

**4. Printre caracteristicile procesului de relatii publice se numara:**

- a) caracter deliberat;
- b) activitate organizata, sistematica, continua, planificata;
- c) proces strategic;

- d) proces unilateral (de la organizatie la public)
- e) activitate deliberata, sistematica, continua, planificata si organizata, cu caracter procesual strategic.

**5. Care dintre urmatoarele activitati nu sunt asociate cu relatiile publice:**

- a) informarea publica
- b) comunicarea interna;
- c) managementul proceselor;
- d) relatiile comunitare
- e) relatiile cu mass-media.

**6. Din perspectiva activitatii de relatii publice, printre categoriile de public specifice unei firme de comert / turism / servicii sunt incluse:**

- a) Clientii companiei;
- b) Partenerii firmei;
- c) Angajatii si familiile acestora;
- d) reprezentantii mass-media;
- e) Toate categoriile enumerate mai sus.

**7. Printre calitatile / abilitatile necesare unui specialist in relatii publice nu se numara:**

- a) puterea de convingere;
- b) capacitatea de a lucra solitar;
- c) capacitatea de a formula si adapta mesaje astfel incat sa fie corect intelese de diferite categorii de public;
- d) buna pregatire teoretica si o cultura generala solida;
- e) abilitatea de a intelege si a se exprima coerent intr-o limba straina, de circulatie internationala.

**8. Comunicarea interna reprezinta o activitate specifica relatiilor publice dintr-o companie care presupune:**

- a) propunerea strategiei de gestionare a resurselor umane de care are nevoie compania;
- b) organizarea de evenimente pentru mass-media;
- c) stabilirea strategiei de promovare a produselor / serviciilor companiei;
- d) construirea unei imagini pozitive a organizatiei in interiorul acesteia, publicul tinta fiind, in acest caz, angajatii;
- e) gestionarea fluxului de documente care circula intre departament.

**9. Care dintre activitatile enumerate nu sunt de competenta unui departament de relatii publice din cadrul unei companii:**

- a) relatiile cu presa;
- b) monitorizarea presei;

- c) motivarea in munca a personalului;
- d) stabilirea strategiei de gestionare a imaginii publice a organizatiei;
- e) explicarea unor situatii – problema in fata publicului, inainte ca acestea sa devina crize, pentru ca oamenii sa nu fie luati prin surprindere.

**10. Care dintre obiectivele de mai jos nu sunt specifice biroului de presa:**

- a) sa raspunda la solicitarile de petitii si audiente pe care institutia le primeste;
- b) sa stabileasca si sa mentina o relatie de comunicare continua si coerenta cu mass-media, in beneficiul organizatiei din care face parte;
- c) sa informeze publicul, prin intermediul mass-media, cu privire la activitatea organizatiei pe care o reprezinta, contribuind, in acest fel, la crearea si mentinerea unei imagini publice pozitive a acesteia;
- d) sa organizeze evenimentele destinate jurnalistilor;
- e) sa consilieze conducerea organizatiei in situatii in care aceasta interactioneaza cu reprezentantii mass-media.

**11. Care este ordinea logica a etapelor unui proces liniar de relatii publice?**

- a) Actiunea – comunicarea – evaluarea;
- b) Cercetarea – actiunea – comunicarea – evaluarea;
- c) Cercetarea – comunicarea – evaluarea;
- d) Actiunea – cercetarea – evaluarea – comunicarea;
- e) Comunicarea – cercetarea – actiunea – evaluarea.

**12. De ce factori trebuie sa se tina seama la redactarea unui material destinat presei?**

- a) actualitatea, dimensiunea consecintelor;
- b) interesul;
- c) ineditul;
- d) proximitatea si proeminenta;
- e) Actualitatea informatiei, proximitatea si proeminenta acesteia, interesul si consecintele pe care le poate genera.

**13. Strategia de relatii publice a unei firme cuprinde si urmatoarele elemente:**

- a) Obiectivele de politica economica pe care trebuie sa le atinga organizatia;
- b) Evaluarea rezultatelor financiare ale firmei;
- c) Analiza, segmentarea publicului organizatiei, stabilirea obiectivelor de comunicare pentru fiecare dintre categoriile de public rezultate si mijloacele de comunicare utilizate pentru ca mesajul sa ajunga la acestea;
- d) Anumitele restrictii de natura juridica ce pot fi impuse organizatiei;
- e) Resursele umane necesare pentru desfasurarea activitatii firmei.

#### **14. Ce este conferinta de presa?**

- a) un eveniment destinat publicului larg;
- b) un eveniment destinat jurnalistilor, care are ca scop transmiterea unor informatii importante, simultan, mai multor institutii media;
- c) care are ca scop promovarea conducerii organizatiei;
- d) care are ca scop informarea diferitelor categorii de public – parteneri, clienti, actionari etc.;
- e) un eveniment de relatii publice care trebuie realizat periodic, indiferent de cantitatea de informatie ce va fi facuta publica.

#### **15. Care sunt instrumentele de comunicare utilizate de specialistii in relatii publice in relatia cu mass-media?**

- a) comunicatul de presa si reportajul;
- b) informatia de presa, raportul de sustenabilitate sociala si rapoartele financiare;
- c) conferinta de presa si analizele de imagine publica;
- d) raportul anual al companiei – financiar si nefinanciar;
- e) interviul de presa, comunicatul si informatia de presa, conferinta de presa.

#### **16. Imaginea publica (reprezentarea sociala) care se formeaza la nivelul indivizilor sau grupurilor de indivizi despre o companie, este rezultatul:**

- a) mesajelor emise de reprezentantii companiei, a opiniilor formate in baza interactiunii directe a publicului cu organizatia si a mesajelor care circula in spatiul public despre companie si activitatea ei;
- b) mesajelor provenite din mediul in care compania functioneaza;
- c) exclusiv al mesajelor emise deliberat de reprezentantii companiei.
- d) manipularilor din mass-media;
- e) campaniilor de promovare desfasurate de companie.

#### **17. Care sunt etapele (in ordine logica ale) unui proces ciclic de relatii publice?**

- a) Cercetarea si analiza – definirea strategiilor – planificarea – comunicarea – feedback-ul;
- b) Cercetarea si analiza– planificarea – definirea strategiilor – comunicarea – feedback-ul;
- c) Planificarea – definirea strategiilor – cercetarea/analiza – comunicarea – feedback-ul;
- d) Definirea strategiilor – comunicarea – planificarea – feedback-ul – cercetarea si analiza;
- e) Definirea strategiilor– planificarea – cercetarea si analiza – comunicarea– feedback-ul.

### **18. Care dintre afirmatiile de mai jos este eronata?**

- a) Relatiile publice sunt o componenta specifica oricarei activitati social – economice;
- b) Relatiile publice sunt o profesie orientata spre interesul individual al conducerii companiilor;
- c) Relatiile publice folosesc fapte concrete in crearea unor programe care au ca scop principal servirea interesului public;
- d) Relatiile publice sunt un element important al sistemului de comunicare sociala;
- e) Relatiile publice interfereaza cu alte domenii precum: marketing, publicitate, lobby, psihologie sociala.

### **19. Care sunt posibile servicii furnizate de o agentie de relatii publice pentru o firma de comert / turism / servicii?**

- a) Strategia de resurse umane a firmei;
- b) Consultanta juridica;
- c) Consultanta in scopul derularii unui proces de fuziune cu o alta companie;
- d) Conceperea si organizarea unei campanii de promovare care are ca scop consolidarea imaginii publice a organizatiei;
- e) Strategia de dezvoltare a unui produs nou.

### **20. Ce inseamna "public ostil" intr-o campanie de relatii publice?**

- a) categorie de public neabordata pana la acel moment intr-un program de relatii publice;
- b) neinteresat de spusese vorbitorului;
- c) hotarat opus celei a emitatorului in problema pe care acesta o prezinta;
- d) interesat de discurs, dar nu este sigur daca este binevoitor sau dezaprobat fata de problema expusa;
- e) castigat definitiv de partea emitatorului, transformandu-se in sustinator fidel al acestuia.

### **21. Ce este un dosar de presa?**

- a) un pachet de informatii destinate clientilor, care ajunge la acestia prin intermediul mass-media;
- b) un pachet de informatii destinate conducerii firmei de comert / turism / servicii;
- c) informatii pe care jurnalistii le ofera persoanelor din conducerea companiei;
- d) un pachet de informatii care se ofera jurnalistilor la inceputul unei conferinte de presa sau se transmite acestora (prin e-mail, fax etc.);
- e) un set de informatii pe care structura de relatii publice dintr-o companie o ofera periodic actionarilor firmei, referitor la informatiile aparute in mass-media despre organizatie.

**22. Cand a fost recunoscuta in Romania profesia de "specialist in relatii publice" si introdusa in Clasificarea Ocupatiilor din Romania?**

- a) 1992;
- b) inainte de 1989;
- c) 2004;
- d) odata cu intrarea Romaniei in Uniunea Europeana;
- e) 1997.

**23. Vizita de presa este:**

- a) un eveniment destinat jurnalistilor, care are ca obiectiv deplasarea acestora intr-un anumit loc pentru a participa la un eveniment a organizatiei;
- b) un eveniment destinat actionarilor firmei, care se pot intalni astfel cu reprezentantii mass-media;
- c) un eveniment organizat pentru potentialii clienti ai firmei, care apoi va fi mediatizat;
- d) un eveniment care poate fi folosit ca pretext pentru a oferi jurnalistilor o "atentie proocolara";
- e) un eveniment destinat publicului larg, care se familiarizeaza astfel cu activitatea firmei.

**24. Evaluarea gradului de atingere a obiectivelor de comunicare, pe parcursul si la sfarsitul unei campanii de relatii publice:**

- a) reprezinta o etapa necesara, dar nu obligatorie, avand in vedere ca activitatile sunt deja stabilite iar rezultatele lor nu mai pot fi schimbate;
- b) se realizeaza doar la cererea conducerii firmei;
- c) nu este relevanta, atat timp cat campania este in desfasurare;
- d) se realizeaza numai daca nu presupune costuri suplimentare;
- e) poate genera modificari / adaptari ale activitatilor campaniei, daca rezultatele evaluarii impun acest lucru.

**25. Managementul problemelor reprezinta o functie a relatiilor publice dintr-o companie care presupune:**

- a) identificarea riscurilor in relatia cu autoritatile publice, pentru limitarea situatiilor in care compania poate fi sanctionata;
- b) identificarea riscurilor in procesul de oferire a serviciilor specifice, in scopul cresterii profitabilitatii firmei;
- c) identificarea potentialelor probleme si surse de risc in relatia dintre companie si mediul in care functioneaza si actionarea pentru limitarea acestora, in scopul mentinerii unei relatii de incredere, reciproc avantajoase, intre organizatie si publicurile ei;
- d) identificarea potentialelor probleme in relatia dintre companie si firmele concurente, in scopul combaterii formelor de concurenta neloiala;
- e) identificarea riscurilor in relatia cu clientii, in scopul informarii si educarii consumatorului.

**26. Criza de comunicare reprezinta:**

- a) un alt termen folosit pentru criza organizationala;
- b) o disfunctionalitate in fluxul informational fie in interiorul organizatiei, fie intre organizatie si mediul exterior acesteia, avand ca finalitate confruntarea in spatiul comunicational, ceea ce deterioreaza activitatea organizatiei;
- c) o stare de normalitate a unei companii, avand in vedere complexitatea fluxurilor de comunicare din interiorul ei;
- d) problema artificial creata intr-o organizatie;
- e) un tip de criza declansat intotdeauna de institutii media rau-voitoare.

**27. Gestionarea corecta a unei situatii de criza a companiei, din perspectiva relatiilor publice, presupune:**

- a) negarea crizei;
- b) ascunderea unor informatii legate de criza, pentru ca sunt apreciate ca fiind daunatoare companiei;
- c) amanarea informatiilor p care le solicita jurnalistii, pana la incheierea crizei;
- d) abordarea problemelor generate de criza in urmaoarea ordine: pierderile financiare, afectarea proprietatii; afectarea oamenilor si afectarea mediului;
- e) luarea masurilor adecvate pentru a remedia situatia si explicarea corecta si la timp a acestor masuri.

**28. Evenimentele reprezinta acea categorie de instrumente folosite si foarte importante in activitatea de relatii publice care urmaresc:**

- a) asigurarea unei relatii normale intre organizatie si publicurile importante;
- b) asigurarea unei relatii privilegiate intre organizatie si publicurile importante;
- c) asigurarea unei relatii privilegiate intre organizatie si orice tert;
- d) asigurarea unei relatii normale intre organizatie si orice tert;
- e) asigurarea unei relatii privilegiate intre organizatie si mediul in care isi desfasoara activitatea.

**29. Pentru a comunica eficient si a se indeplini cel putin aceste obiective, procesul de comunicare trebuie sa subsumeze:**

- a) emitatorul (sursa), mesajul (purtatorul de informatii), receptorul (destinatarul, care decodifica mesajul);
- b) emitatorul (sursa), mesajul (purtatorul de informatii), canalul (suportul prin care se transmite mesajul codificat), receptorul (destinatarul, care decodifica mesajul);
- c) emitatorul (sursa), receptorul (destinatarul, care decodifica mesajul); feed-back-ul (reactia);
- d) emitatorul (sursa), mesajul (purtatorul de informatii), canalul (suportul prin care se transmite mesajul codificat), receptorul (destinatarul, care decodifica mesajul); feed-back-ul (reactia);
- e) toate raspunsurile de mai sus sunt gresite.

**30. Care dintre urmatoarele afirmatii legate de pregatirea interviului este incorecta:**

- a) pregatirea interviului presupune identificarea a 2-3 idei principale de transmis;
- b) interviul trebuie desfasurat intr-un loc linistit, retras, pentru a evita eventualele perturbari fonice;
- c) pregatirea interviului presupune o etapa de documentare care cuprinde si identificarea ideilor exprimate de alti specialisti pe aceeasi tema;
- d) pregatirea interviului presupune si cunoasterea specificului institutiei din care face parte reporterul ce va realiza interviul;
- e) este normal sa refuzati politicos participarea la interviu atunci cand constatati ca nu aveti nimic de spus.

## 18.2. Bibliografie

- 1. Ciocan L., *Relații publice în comerț, turism, servicii. Suport de curs*, Universitatea Hyperion, 2022
- 2. Collegium Polirom, Bucuresti, 2013
- 3. Hilliard R. L., *Redactarea materialelor pentru televiziune, radio și noile media*,
- 4. Ioncica Maria (coord.), Petrescu, Eva, Popescu D., *Strategii de dezvoltare a sectorului terțiar*, Editura Uranus, București, 2004
- 5. Nistoreanu P., Tudorescu N., *Managementul prestatiei turistice*, Editura Cargo , Turnu Severin , 2002 Teboul James, *Le management des services*, Eyrolles, Editions d'Organisation, 2006
- 6. Normann, R., *Service Management*, 3rd ed., Wiley, Chichester, 2000
- 7. Radu R. N., *Deontologia comunicării publice*, Collegium Polirom, București, 2015

## 18.3. Răspunsuri teste grilă

<b>1</b>	b	<b>11</b>	b	<b>21</b>	d
<b>2</b>	a	<b>12</b>	e	<b>22</b>	e
<b>3</b>	d	<b>13</b>	c	<b>23</b>	a
<b>4</b>	e	<b>14</b>	b	<b>24</b>	e
<b>5</b>	c	<b>15</b>	e	<b>25</b>	c
<b>6</b>	e	<b>16</b>	a	<b>26</b>	b
<b>7</b>	b	<b>17</b>	a	<b>27</b>	e
<b>8</b>	d	<b>18</b>	b	<b>28</b>	b
<b>9</b>	c	<b>19</b>	d	<b>29</b>	d
<b>10</b>	a	<b>20</b>	c	<b>30</b>	b

## **19. ÎNDRUMAR PENTRU CONCEPEREA ȘI PREZENTAREA LUCRĂRII DE DIPLOMĂ**

### **Introducere**

În conformitate cu Regulamentul de organizare și desfășurare a examenului de licență, la Universitatea „Hyperion” din București, examenul constă în:

- evaluarea cunoștințelor fundamentale și de specialitate prin examen oral;
- prezentarea și susținerea lucrării de licență.

Fiecare student are obligația de a alege tema lucrării de licență și cadrul didactic coordonator, respectând, pe parcursul elaborării și prezentării lucrării, cerințele impuse de acesta și recomandările din prezentul ghid.

Coordonarea lucrării de licență se poate face de către cadrele didactice de predare a disciplinelor din planul de învățământ aferent programului de licență/disertație, având gradul didactic de lector, conferențiar sau profesor.

### **19.1. Structura lucrării de licență**

Lucrarea de licență este structurată pe capitole și include următoarele elemente obligatorii:

1. **Coperta** – informațiile care trebuie să apară pe coperta lucrării de licență sunt prezentate în Anexa 1.
2. **Pagina de titlu** – conform Anexei 2.
3. **Cuprinsul** – trebuie să conțină titlurile tuturor capitolelor, subcapitolelor, sub-subcapitolelor, cu paginațiile de început.
4. **Lista figurilor și lista tabelelor** – acestea vor fi prezentate, imediat după cuprins, sub forma unor liste (separat pentru figuri și tabele) care conțin numele fiecărui element și numărul paginii la care se află acesta (a se vedea exemplul din Anexa 3);
5. **Introducerea** va conține: motivația alegerii temei, gradul de noutate a temei, obiectivele generale ale lucrării, obiectivele specifice ale lucrării, metodologia folosită, titlul capitolelor și legătura dintre ele, precum și limitele lucrării (confidențialitatea datelor, rată mică de răspuns la chestionare/interviuri, lipsa accesului la unele surse bibliografice de referință, etc.). Introducerea nu se numerotează ca și capitol.
6. **Capitolele** lucrării de licență/disertație: lucrarea va conține minim 3 capitole, numerotate crescător, cu cifre arabe, fiecare putând să aibă, în partea finală, o secțiune de concluzii, care să sintetizeze informațiile și/sau rezultatele prezentate în cadrul aceluia capitol. Unul dintre capitole

va fi un studiu de caz asupra problematicii tratate (obligatoriu în lucrarea de disertație).

7. **Concluziile și propunerile lucrării** – în această parte a lucrării se vor prezenta cele mai importante concluzii din lucrare, opinia personală privind rezultatele obținute în lucrare, precum și potențialele direcții viitoare de cercetare. Concluziile lucrării nu se numerotează ca și capitol.
8. **Bibliografia** – va conține lista tuturor surselor de informare utilizate pentru redactarea lucrării de licență/disertație. Bibliografia nu se va numerota drept capitol. Va conține surse cât mai actuale.
9. **Anexele** – pot fi introduse într-o secțiune separată, care nu se numerotează și capitol. Referirea la Anexe trebuie făcută în textul lucrării. Anexele se numerotează crescător (Anexa 1, Anexa 2, etc.).

Lucrarea de licență/disertație se va depune în perioada afișată, depășirea termenului anunțat ducând la suspendarea dreptului de susținere a lucrării în sesiunea respectivă.

## 19.2. Reguli de redactare a lucrării de licență

Formatul **întregii lucrări** este A4, numărul minim de pagini fiind de 50. Se vor respecta următoarele elemente:

1. **Marginile paginii:** stânga: 3,5 cm; dreapta: 2 cm; sus: 2 cm; jos: 2 cm.
2. **Font** – fontul utilizat pentru redactare va fi Times New Roman, cu dimensiunea de 12 puncte, utilizând în mod obligatoriu **diacriticele** specifice limbii române (ă, ș, ț, î, â).
3. **Spațiere între rânduri** - textul va respecta o spațiere între rânduri de 1,5 linii (Format->Paragraph->Line spacing-> 1,5 lines);
4. **Alinierea textului** - textul din cadrul paragrafelor normale va fi aliniat între marginile din stânga și dreapta (*justified*). Primul rând al fiecărui paragraf va avea un alineat de 1,5 cm. Excepție fac titlurile capitolelor, care vor fi alinate centrat, precum și etichetele tabelelor și figurilor. Titlurile capitolelor se vor scrie bold, centrat cu litere mari; titlurile subcapitolelor se vor scrie cu bold, aliniat la stanga, cu litere mici. Se lasă câte un rând liber între titlurile capitolelor, subcapitolelor și corpul textului. În corpul textelor nu trebuie să abunde sublinierea, boldarea sau scrierea cu caractere italic a textului
5. **Numerotarea paginilor** - numărul de pagină se inserează în subsolul paginii, centrat. Se începe numerotarea cu „Introducerea”.
6. **Tabele** – tablele se numerotează cu 2 cifre (ex: Tabelul nr. 2.1), prima reprezentând numărul capitolului, iar cea de a doua reprezentând numărul tabelului din capitolul respectiv. Titlul se menționează deasupra tabelului, centrat. Sursa datelor se precizează sub tabel, aliniat între

marginile din stânga și dreapta (justified), indicând în mod obligatoriu numele autorului(lor), lucrarea (cartea), editura, anul, pagina sau adresa de Internet completă.

*Exemplu: privind includerea în lucrarea de licență a tabelelor:*

Tabelul nr. 2.1 Titlul tabelului


*Sursa: Vătuiu T., Bazele informaticii economice, Ed. Privirea, București, 2008, p. 35.*

7. **Figuri** - figurile se numerotează cu 2 cifre (ex: Figura 2.1), prima reprezentând numărul capitolului, iar cea de a doua fiind numărul figurii din capitolul respectiv; fiecare figură are număr și titlu, care se menționează deasupra figurii, centrat. Sub figură va fi specificată sursa bibliografică și în text va fi inclusă cel puțin o trimitere la figura respectivă.
8. **Note de subsol** - în situația în care se citează (ex. definiții, puncte de vedere, clasificări etc), se menționează cifre (ex. rata inflației, poziție în clasamente, PIB etc.) sau se dorește explicarea unor termeni (ex. formule folosite), se vor introduce note de subsol (Footnotes) pentru a se indica sursa(ele). Acestea se numerotează unitar pentru toată lucrarea și vor respecta următoarele reguli de citare:
  - a) în cazul citării din cărți etc. cu unul sau mai mulți autori:  
*Exemplu: Mugur Isaescu definește inflația drept „starea economiei caracterizată prin ...”<sup>1</sup>*
  - b) în cazul citării din articole cu unul sau mai mulți autori:  
*Exemplu: Inflația este definită drept „acea stare a economiei..”<sup>2</sup>.*
  - c) În cazul citării unor documente, regulamente ale unor organizații, instituții etc.  
*Exemplu: Analizând documentele oficiale ale Băncii Naționale a României<sup>3</sup>, remarcăm că inflația este definită drept ....*
9. **Bibliografia** - cuprinde următoarele categorii: materiale tipărite (articole, cărți și capitole din cărți) și surse electronice (articole și lucrări disponibile on line, site-uri consultate). Aceste referințe bibliografice se vor insera în ordinea apariției în text sau alfabetic; referințele fără autor se vor menționa la sfârșit. Toate referințele bibliografice trebuie să se regăsească în lucrare. Bibliografia trebuie să cuprindă minim 30 indicații bibliografice și de preferință să fie cât mai apropiate de momentul analizat.

**a) Articol din reviste:**

*Exemplu:* Tonis PJ, von Sandick JW, Nieweg OE et al. The Hidden Sentinel Node in Breast Cancer. *Eur J Nucl Med* 2002; 29: 305-311.

**b) Carte:**

*Exemplu:* Ashcroft FM. *Ion Channels and Disease*. San Diego, London: Academic Press, 2000.

**c) Capitol din carte**

*Exemplu:* Pandiom MR, Fischer DA. *Immunoradiometric Assays*. In: Scabes CG editor. *Handbook of Endocrine Research Techniques*. New York, London: Academic Press, 1993, 26-52.

**d) Documente la care s-a avut acces on-line (maxim 5):**

*Exemplu:* <http://www.freshpatents.com/Multi-formed-collagenous-biomaterial-medical-device-dt20080619ptan20080145397.php?type=description>,

### 19.3. Reguli de prezentare a lucrării de licență

*Momentul și locația prezentării:* absolvenții vor fi anunțați asupra datei, orei și locației la care își vor putea susține lucrarea de licență/disertație în fața comisiei. Neprezentarea absolventului la data, ora și locația stabilite poate atrage eliminarea acestuia din examenul de licență.

Reguli de prezentare și susținere a lucrării de licență:

- Prezentare:** absolventul își va susține rezultatele cercetării realizate, cu ajutorul unei prezentări multimedia concepute în PowerPoint;
- Timp maxim de prezentare:** 10 -15 minute;
- Timp alocat întrebărilor:** membrii comisiei, în limita a 2-3 minute, vor adresa absolventului întrebări referitoare la subiectul lucrării de licență/disertație, metodologia utilizată, rezultatele obținute, interpretarea lor și resursele folosite în documentare. Cadrul didactic coordonator nu va răspunde la întrebările adresate absolventului de către comisie.

**Recomandări** pentru prezentarea în PowerPoint:

- existența obligatorie a unui slide de titlu, care va conține cel puțin titlul lucrării, numele absolventului și numele cadrului didactic coordonator;
- slide cu cuprinsul lucrării de licență/disertație;
- slide-uri cu text, tabele, figuri (cu ajutorul acestora se vor prezenta acele aspecte ale lucrării ce se doresc a fi comunicate comisiei);
- 1-2 slide-uri pentru concluzii;

- e) slide-urile nu vor conține prea mult text, iar **absolventul nu va citi în totalitate informația de pe slide.**

#### **19.4. Anexe**

*Anexa 1: Coperta lucrării de licență*

*Anexa 2: Prima pagină a lucrării de licență (Pagina de titlu)*

*Anexa 3: Lista figurilor și lista tabelor*

**UNIVERSITATEA „HYPERION” DIN BUCUREȘTI**  
**FACULTATEA DE ȘTIINTE ECONOMICE**  
**(Economia comerțului, turismului și serviciilor)**

# **LUCRARE DE LICENȚĂ**

Coordonator științific:

Titlu didactic universitar Prenume Nume

Absolvent:

Nume Prenume

București, Anul

**UNIVERSITATEA „HYPERION” DIN BUCUREȘTI**  
**FACULTATEA DE ȘTIINTE ECONOMICE**  
**(Economia comerțului, turismului și serviciilor)**

# **Titlul lucrării de licență**

Coordonatori științifici:

Titlu didactic universitar Prenume Nume

Absolvent:

Nume Prenume

București, Anul

*Anexa 3: Lista figurilor și lista tabelelor*

**Lista figurilor**

Figura 1.1.....  
Figura 1.2.....  
Figura 1.3.....  
Figura 1.4.....  
Figura 2.1.....  
Figura 2.2.....  
Figura 2.3.....  
Figura 2.4.....

**Lista tabelelor**

Tabel 1.1.....  
Tabel 1.2.....  
Tabel 1.3.....  
Tabel 1.4.....  
Tabel 2.1.....  
Tabel 2.2.....  
Tabel 2.3.....  
Tabel 2.4.....