

## OLIMPIADA LA DISCIPLINELE DIN ARIA CURRICULARĂ "TEHNOLOGII"

### Etapa județeană- Proba scrisă

19 Martie 2022

**Profil: Servicii**

**Domeniul/Calificarea: Economic/Administrativ/Comert**

**Clasa: a XI a**

- ◆ Toate subiectele sunt obligatorii. Se acordă 10 puncte din oficiu.
- ◆ Timpul efectiv de lucru este de 3 ore.

#### **Subiectul. I.**

**TOTAL: 20 puncte**

#### **A. Scrieți pe foaia de concurs, litera corespunzătoare răspunsului corect: 10 puncte**

1. O nomenclatură de fabricație foarte mare, obținută în cantități mici, caracterizează producția:
  - a. de serie mare;
  - b. de serie mică;
  - c. de masă;
  - d. individuală.
2. În funcție de forma de proprietate asupra capitalului social și a patrimoniului, întreprinderile sunt:
  - a. întreprinderi din sectorul public, întreprinderi din sectorul privat, întreprinderi mixte;
  - b. întreprinderi de producție, întreprinderi de comerț, întreprinderi mixte;
  - c. întreprinderi mari, întreprinderi mijlocii, întreprinderi mici, microîntreprinderi;
  - d. întreprinderi cu procese tehnologice continue, întreprinderi cu procese tehnologice discontinue.
3. Clasificarea întreprinderilor cu producție individuală, de masă și de serie mică, mijlocie, mare, are la bază criteriul:
  - a. gradului de specializare;
  - b. tipului de producție;
  - c. gradului de mărime;
  - d. destinației economice.
4. Ca funcție a marketingului, îmbunătățirea permanentă a capacității de adaptare a întreprinderii la cerințele mediului său de piață reprezintă:
  - a. funcție obiectiv;
  - b. funcție premisă;
  - c. funcție mijloc;
  - d. funcție subiectiv.
5. Satisfacerea în condiții superioare a nevoilor de consum – funcție obiectiv asigură:
  - a. modificarea puterii de cumpărare;
  - b. finalitatea activității firmei și se materializează într-un ansamblu de măsuri;
  - c. creștere substanțială a costurilor;
  - d. îmbunătățirea unora dintre servicii.
6. Un atribut al amenințării firmei este:
  - a. lipsă de viziune și talent managerial;
  - b. cucerirea de noi segmente ale pieței;
  - c. servicii oferite clienților;
  - d. posibilitatea apariției unor noi concurenți.

7. Pentru liderul de piață, cota relativă este dată de:
- consolidarea unei imagini favorabile a firmei în rândul publicului;
  - ansamblul percepțiilor referitoare la produs și mediul său;
  - raportul dintre cota lui de piață și cota de piață a firmei situată pe locul al doilea;
  - principiile de marketing.
8. Una dintre etapele elaborării și implementării planului de afacere este:
- analiza contextului legislativ, fiscal, cultural și economic;
  - identificarea obiectivelor pentru fiecare scop stabilit;
  - planul de acțiuni pentru realizarea obiectivelor și scopurilor formulate;
  - autocunoașterea.
9. Una dintre etapele identificării oportunităților pentru activitățile personale, profesionale și/sau de afaceri este:
- identificarea și selectarea ideii de afacere;
  - analiza contextului legislativ, fiscal, cultural și economic;
  - identificarea obiectivelor pentru fiecare scop stabilit;
  - monitorizarea ideii de afacere.
10. În funcție de nivelul la care este percepută etica în afaceri, aceasta poate fi:
- etica regulilor;
  - etica posibilului;
  - etica convingerii;
  - etica la locul de muncă.

**B. Transcrieți pe foaia de concurs cifra corespunzătoare fiecărui enunț și notați în dreptul ei litera A, dacă apreciați că enunțul este adevărat sau litera F, dacă apreciați că enunțul este fals.**

**(5puncte)**

- Unitatea economico-socială se caracterizează prin omogenitatea procesului tehnologic.
- Producția de masă se caracterizează prin fabricarea unei nomenclaturi reduse de produse în mod neîntrerupt și în cantități mari sau foarte mari.
- Între noțiunile de produs și marcă există deosebirea că marca este însoțită de judecățile afective cu privire la produsul respectiv.
- Clienții aleg oferta care le asigură valoarea cea mai mare fiind influențați de alură, profit, claritate și venit.
- Operatorii de marketing consideră că informația reprezintă o valoare de marketing, care nu poate oferi deținătorului un mare avantaj competitiv.

**C. În coloana A sunt enumerate o serie de elemente ale structurii organizatorice, iar în coloana B caracteristicile acestora. Asociați cifrei din coloana A, litera corespunzătoare din coloana B:**

**(5puncte)**

A	B
1. Compartimentul	a. Are ca trăsătură obligatorie autoritatea formală
2. Funcția	b. Definește drumul de urmat pentru atingerea obiectivelor
3. Nivelul ierarhic	c. Poate fi de conducere și de execuție
4. Ponderea ierarhică	d. Poate fi operațional și funcțional
5. Postul	e. Se mai numește și normă de conducere
	f. Se mai numește și treapta ierarhică

**Subiectul. II.**

**TOTAL: 30puncte**

**A. Scrieți pe foaia de concurs, informația corespunzătoare fiecărei cifre, astfel încât enunțul să fie corect din punct de vedere științific.**  
**8 puncte**

1. Gradul de satisfacere a clientelei arată că pentru a reuși să se impună pe piață, firmele trebuie să treacă de la o atitudine bazată pe .....(1)..... și pe ..(2)....., la una bazată pe ....(3)..... și pe .....(4).....
2. Reprezentarea schematică a structurii organizatorice a unei întreprinderi se numește .....(5).....
3. Piramida ierarhică .....(6)..... este specifică întreprinderilor mici și mijlocii.
4. Structura organizatorică de tip .....(7)..... se folosește cu prioritate în firmele mijlocii care oferă o gamă restrânsă de produse.
5. Relațiile organizatorice reprezintă totalitatea .....(8)..... stabilite între subdiviziunile organizatorice.

**II.B pentru următoarele cerințe scrieți răspunsurile pe foaia de concurs:**

**14 puncte**

S.C. ANDRA S.R.L. este o firmă de catering. În oraș mai este un agent comercial cu același obiect de activitate. Firma asigură o gamă variată de preparate culinare și oferă transport gratuit la domiciliul clienților sau la sediile firmelor. După fiecare livrare solicită completarea unui chestionar de către clienți prin care obține informații despre nevoile viitoare, calitatea și prețul produselor livrate. Firma se bucură de renume datorită produselor proaspete și promptitudinii cu care onorează comenzile. Vânzări pe anul trecut ale S.C. ANDRA S.R.L. au fost de 20.000 lei, iar ale firmei concurente au fost de 8000 lei. În anul 2020, profitul realizat a fost peste nivelul celui previzionat.

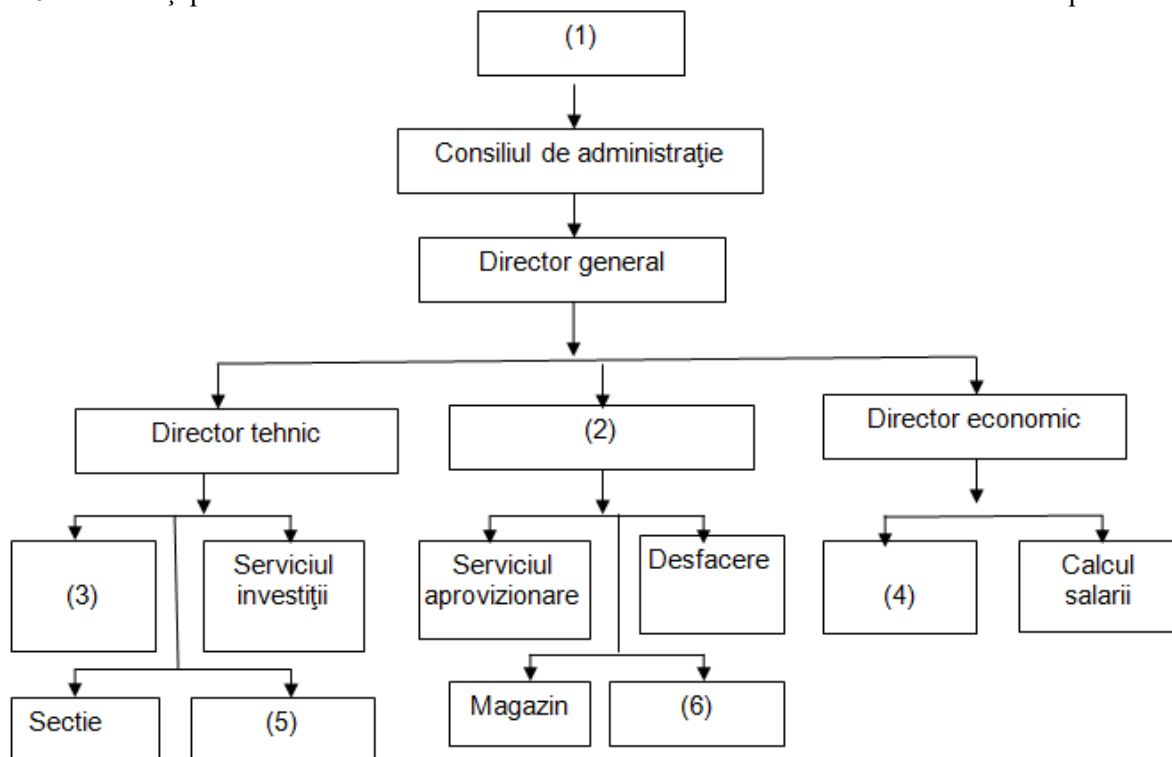
Se cere:

- a) prezentați funcțiile marketingului pentru firma de mai sus;
- b) calculați cota de piață a celor două firme pentru anul 2021.

**II.C Analizați următoarea organigramă și răspundeți la următoarele cerințe:**

**8 puncte**

1. Plasați următoarele elemente care lipsesc din organigrama prezentată: Director comercial, birou contabil, atelier, depozit, AGA, birou producție. 3 puncte
2. Identificați tipul de organigramă după modul de ordonare a compartimentelor și a relațiilor dintre ele. 1 punct
3. Precizați numărul nivelurilor ierarhice. 1 punct
4. Indicați tipul de relații care există între Directorul comercial și Serviciul aprovizionare-desfacere. 1 punct
5. Indicați tipul de relații care există între Directorul tehnic și Directorul economic. 1 punct
6. Precizați ponderea ierarhică a Directorului tehnic. 1 punct



**Subiectul. III.**

**TOTAL: 40 puncte**

La S.C. "Beta" SA în cursul lunii ianuarie 2022, au loc următoarele operații economico-financiare:

1. În data de 05.01.2022 se majorează capitalul social al S.C. ALFA S.A. prin încorporare rezervelor în sumă de 50.000 lei.
2. În data de 07.01.2022 se emit 1.500 de acțiuni cu valoarea nominală de 10 lei/acțiune, iar valoarea de emisiune este de 11 lei/ acțiune. Toate acțiunile emise au fost subscrise și încasate prin contul de la bancă, conform extrasului de cont nr. 7
3. În data de 10.01.2022 se achiziționează o licență în valoare de 4.000 lei, TVA 19%, conform facturii fiscale nr. 12/ 10.01.2022
4. În data de 12.01.2022 se achiziționează un mijloc de transport în valoare de 50.000 lei, TVA 19%, conform facturii fiscale nr. 27.
5. În data de 20.01.2022 se înregistrează consumul de materii prime în valoare de 1.500 lei, conform bonului de consum nr. 45/20.01.2022
6. Conform raportului de producție în data de 28.01.2022 se înregistrează obținerea de produse finite la costul de producție de 6.000 lei. Toate produsele finite obținute sunt vândute conform facturii nr. 275, la prețul de vânzare de 7.000 lei, TVA 19%. Se scot din evidență produsele finite vândute
7. În data de 31.01.2022 se închid conturile de venituri și cheltuieli utilizate conform notei nr. 10.

Cerințe :

- a) Efectuați analiza contabilă a operațiilor de mai sus și întocmiți formulele contabile.
- b) Înregistrați sistematic operațiile de mai sus (T-uri 1012, 5121, 1068, 345), cunoscând SIC 1012= 250.000 lei, SID 5121= 300.000 lei, SIC 1068= 70.000 lei.