

OLIMPIADA – ARIA CURRICULARĂ "TEHNOLOGII"
DOMENIUL ECONOMIC, ADMINISTRATIV, COMERȚ
Etapa națională – Buzău 2026
Proba scrisă

Profilul: Servicii
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. După volumul tranzacțiilor, piețele se clasifică în:

- a) piețe libere, piețe reglementate;
- b) piețe dispersate, piețe concentrate;
- c) piețe reale, piețe fictive;
- d) piața serviciilor, piața muncii.

2. Cota de piață a firmei "X", era în 2025 de 20%, iar a principalului său concurent de 25%. Care a fost cota relativă de piață a firmei "X" în 2025?

- a) 0,5;
- b) 0,8;
- c) 1,25;
- d) 0,25;

3. Cercetările cantitative și cercetările calitative sunt categorii ale următorului criteriu de clasificare a cercetărilor de marketing:

- a) natura surselor de informații;
- b) frecvența cercetării;
- c) obiectivul urmărit;
- d) tipul de informații obținute.

4. O caracteristică a producției de masă este:

- a) specializarea înaltă atât la nivelul locurilor de muncă cât și la nivelul întreprinderii;
- b) deplasarea produselor de la un loc de muncă la altul cu mijloace de transport;
- c) amplasarea locurilor de muncă conform principiului grupelor omogene de mașini;
- d) utilajele performante, iar personalul care le utilizează are o calificare înaltă.

5. După gradul de specializare întreprinderile pot fi:

- a) de formare profesională, de transport, de asigurări;
- b) de producție, de comerț, de prestări servicii;
- c) strict specializate, specializate, generale;
- d) comerț, transport, industrie.

6. Întreprinderea proprietate publică se organizează ca:

- a) primăriei și consilii locale;
- b) regie autonomă și companie națională;
- c) primăriei și regii autonome;
- d) consiliu județean și companie națională.

7. Pentru muncitori evaluarea se realizează de către șeful direct și urmărește:

- a) acordarea de zile libere;
- b) acordarea de stimulente materiale;
- c) perspectivele de dezvoltare profesională;
- d) acordarea de prime de sărbători.

8. Cerințele postului se referă la :

- a) relațiile interne și externe (funcționale);
- b) responsabilitățile postului;
- c) sarcinile postului;
- d) studiile postului.

9. Înălțimea piramidei ierarhice definește:

- a) numărul de niveluri ierarhice;
- b) numărul locurilor de muncă;
- c) relații ierarhice;
- d) mărimea întreprinderii.

10. Între factorii care influențează tipurile de structuri organizatorice, regăsim:

- a) strategia de piață;
- b) vârsta medie a angajaților;
- c) dimensiunea întreprinderii;
- d) poziția geografică.

B. Stabiliți valoarea de adevăr a următoarelor enunțuri și scrieți în dreptul fiecăruia litera corespunzătoare: "A" dacă apreciați că răspunsul este adevărat, sau "F" dacă apreciați că răspunsul este fals: (5 puncte)

- 1. Reducerea riscului reprezintă un obiectiv psihologic al activității de marketing.
- 2. Maximizarea calității vieții vizează nu doar cantitatea, calitatea, disponibilitatea ci și calitatea mediului cultural.
- 3. Evaluarea clasică este realizată de șeful ierarhic prin: metode obiective și metode subiective.
- 4. Aprecierea modului de executare a sarcinilor permite luarea de măsuri pentru perfecționarea pregătirii profesionale.
- 5. Stabilirea nevoii de resurse umane este făcută de către managerul întreprinderii.

C. În coloana A sunt enumerate tipurile de cercetări de marketing clasificate după obiectivul urmărit, iar în coloana B descrierea acestora. Realizați asocierile dintre fiecare cifră din coloana A și litera corespunzătoare din coloana B. (5 puncte)

A. Obiective	B. Concretizare
1. Cercetări exploratorii	a. Descriu evoluția unui fenomen sau element
2. Cercetări descriptive	b. Se referă la elaborarea unor chestionare
3. Cercetări instrumentale	c. Definesc fenomenul cercetat
4. Cercetări explicative	d. Au rol de a previziona evoluția unor fenomene de marketing într-o anumită perioadă de timp
5. Cercetări predictive	e. Se referă la rezultate de natura motivațiilor
	f. Explică evoluția unor fenomene

Subiectul. II.

TOTAL 30 puncte

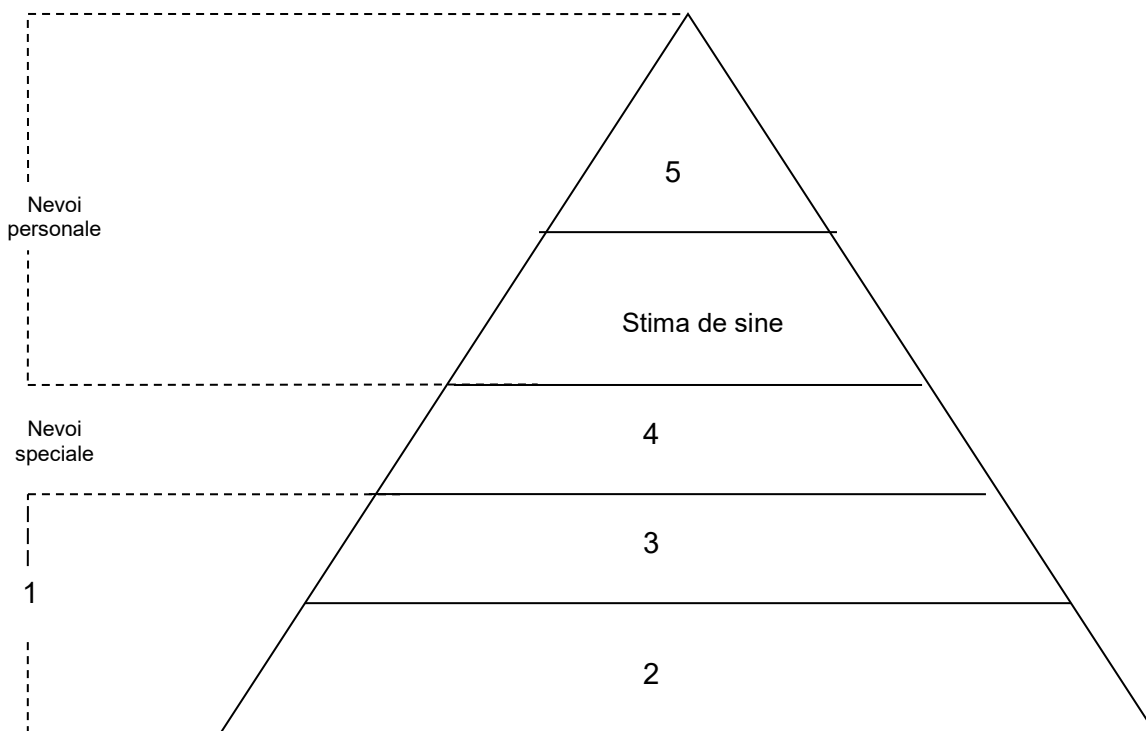
II. A. Scrieți pe foaia de concurs, informația corespunzătoare fiecărei cifre (1-5), astfel încât enunțul să fie corect din punct de vedere științific. (10 puncte)

1. Responsabilitățile sunt reprezentate de ... **(1)** ... ce îi revin titularului unui post în îndeplinirea ... **(2)** ... ce decurg din obiectivul individual.
2. Atelierul reprezintă o unitate ce se poate constitui ... **(3)** ... în cadrul unei secții de producție și reunește mai multe locuri de muncă unde se execută aceeași operație tehnologică.
3. Avantajele structurii ... **(4)** ... sunt: claritatea structurii și aplicarea principiului de comandă.
4. Structura ... **(5)** ... este utilizată rar la nivelul conducerii de vârf.

II. B. Pentru următoarele cerințe, scrieți răspunsurile pe foaia de concurs (10puncte)

1. Enumerați activitățile care au loc în etapa de preselecție a candidaților. **(6 puncte)**
2. Precizați tipurile de organigramă după modul de reprezentare grafică. **(4 puncte)**

II. C. Completați elementele lipsă din "piramida lui Maslow" : (10 puncte)



Subiectul. III.

TOTAL: 40 puncte

1. Pentru o entitate cu profil industrial realizați inventarul resurselor umane pe baza indicatorilor cunoscuți și a structurii personalului firmei, știind că: **(25 puncte)**

- Număr total de salariați este de 200;
- 10% sunt angajați pe perioadă determinată;
- În funcție de vechimea în muncă situația angajaților este:
 - 10% între 1-3 ani
 - 30% între 3-10 ani
 - 50% între 10-20 ani
 - 10% peste 20 ani
- 10 din angajați reprezintă personalul de conducere;
- 30 din angajați sunt funcționari

2. a) Definiți cercetarea de marketing. **(4 puncte)**

b) Enumerați etapele cercetării de marketing și explicați cerințele enunțării obiectivelor conform modelului SMART. **(11 puncte)**