

OLIMPIADA – ARIA CURRICULARĂ "TEHNOLOGII"

Etapa națională

Profil: Servicii

Domeniul: Economic, administrativ, comerț

Clasa: a XII-a

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

Subiectul. I.

TOTAL: 20 puncte

I.A. Scrieți pe foaia de concurs litera corespunzătoare răspunsului corect.

10 puncte

1. Circuitele de distribuție medii sunt:
 - a. Circuite în cadrul cărora nu apar intermediari;
 - b. Circuite unde apar mai mulți intermediari atât cu ridicata, cât și cu amănuntul;
 - c. Circuite unde producătorul își vinde produsele unei centrale de distribuție;
 - d. Circuite care interpun un detailist între producător și consumatorul final.
2. Prețurile momeală sunt:
 - a. Prețuri reduse pentru anumite produse, în speranța atragerii consumatorilor și spre alte bunuri din vecinătate;
 - b. Prețuri ridicate cu rol de protecție a altor produse, cu costuri de producție mai mari sau a produselor mai vechi;
 - c. Prețuri minimale unde consumatorul devine reticent la cumpărarea produsului având senzația de calitate îndoielnică;
 - d. Prețuri prin care se face diferențierea după criterii, precum: vârsta, momentul de zi sau săptămână, scopul cumpărării.
3. Un dezavantaj al canalului scurt de distribuție este:
 - a. Dependența de en-grosiști;
 - b. Presiuni asupra prețului;
 - c. Pierderea contactului cu piața;
 - d. Riscul infidelității distribuitorilor.
4. În faza de lansare a produsului pe piață, volumul vânzărilor este:
 - a. Mare;
 - b. Foarte mare;
 - c. În scădere;
 - d. Redus.
5. Reducerile de preț ca și tehnică de promovare a vânzărilor, au următoarea caracteristică:
 - a. Se aplică pentru perioade scurte de timp;
 - b. Se adresează unui segment definit de consumatori;
 - c. Sunt specifice produselor care nu sunt promovate prin mărci;
 - d. Se aplică pentru produsele ce au un caracter permanent.
6. După criteriul stabilității în cadrul gamei, produsele pot fi grupate astfel:
 - a. Produse sezoniere și produse de apel;
 - b. Produse permanente și produse sezoniere;
 - c. Produse permanente și produse de apel;
 - d. Produse de apel și produse promoționale.
7. După condițiile în care se desfășoară, inventarierea poate fi:
 - a. Inventariere periodică și anuală;
 - b. Inventariere ordinară și extraordinară;
 - c. Inventariere generală și parțială;
 - d. Inventariere completă și periodică.
8. Ca și procedeu al metodei contabilității, bilanțul îndeplinește următoarea funcție:
 - a. Funcția de prelucrare;
 - b. Funcția de monitorizare;
 - c. Funcția de analiză;
 - d. Funcția de control.

9. Sursele străine de finanțare sunt:
- Aporturile de capital;
 - Împrumuturile pe termen scurt și lung;
 - Amortizarea degresivă;
 - Rezervele din reevaluare.
10. Prima fază de finanțare a unei societăți comerciale este reprezentată de:
- Constituirea de capital social;
 - Constituirea de rezerve;
 - Conversia obligațiunilor în acțiuni;
 - Emisiunea de noi acțiuni.

I.B. Citiți cu atenție enunțurile (1, 2, 3, 4, 5, 6) și notați, pe foaia de concurs, litera A, dacă apreciați că enunțul este adevărat sau litera F, dacă apreciați că enunțul este fals. **6 puncte**

- Negocierea nu este inseparabilă de comunicarea interumană.
- A negocia înseamnă a comunica pentru a ajunge la un acord.
- Negocierea permite dezvoltarea unor relații de afaceri și diplomatice.
- Contul de profit și pierdere este documentul de sinteză care măsoară performanțele financiare ale unei entități cu prezentarea veniturilor, cheltuielilor și a rezultatelor obținute în cursul unei perioade date.
- Amortizarea exprimă reducerea de valoare privind activele imobilizate ca rezultat al folosirii sau nefolosirii acestora.
- Răscumpărarea de acțiuni urmată de anularea acestora reprezintă o cale de majorare a capitalului social.

I.C. În coloana A sunt indicate fazele ciclului de viață al produsului, iar în coloana B caracteristici ale acestora din punct de vedere al profitului înregistrat. Scrieți pe foaia de concurs asocierile corecte dintre cifrele din coloana A și literele din coloana B. **4 puncte**

A. Faze ale ciclului de viață al produsului	B. Profit înregistrat
1. Faza de creștere	a) Scăderea profitului până la zero;
2. Faza de declin	b) Profitul este generat de revigorarea produsului;
3. Faza de lansare	c) Creșterea profitului raportat la produsul în cauză;
4. Faza de maturitate	d) Profit neglijabil, inexistent sau chiar pierderi;
	e) Profitul este la nivel maxim.

Subiectul. II.

TOTAL: 30 puncte

II.A. Scrieți, pe foaia de concurs, informația corespunzătoare fiecărei cifre (1 - 3), astfel încât enunțul să fie corect din punct de vedere științific. **9 puncte**

Obiectivele activității publicitare trebuie să vizeze cele trei niveluri psihologice ale consumatorilor:

- (1), prin informarea acestora cu privire la apariția unui nou produs sau prin evidențierea caracteristicilor sale de bază;
- (2), prin declanșarea unui comportament favorabil din partea receptorului;
- (3), prin creșterea unei atitudini favorabile a consumatorilor față de produs, respectiv îmbunătățirea imaginii sale

II.B. Prețul ca și variabilă a mixului de marketing are o influență majoră asupra volumului de vânzări; răspundeți, pe foaia de concurs, următoarelor cerințe:

11 puncte

1. Descrieți prețurile umbrelă.
2. Precizați două categorii de prețuri în funcție de sfera de aplicare.
3. Precizați două categorii de prețuri în funcție de mecanismul pieței.

II.C. Referitor la inventariere, răspundeți, pe foaia de concurs, următoarelor cerințe:

10 puncte

1. Definiți inventarierea;
2. Precizați scopul principal al inventarierii;
3. Enumerați cinci elemente patrimoniale care fac obiectul inventarierii;
4. Precizați principiul care trebuie respectat la evaluarea elementelor de activ și de pasiv cu ocazia inventarierii;
5. Precizați trei dintre situațiile speciale în care se efectuează inventarierea.

Subiectul. III.

TOTAL: 40 puncte

III.A. Realizați un eseu cu titlul „Importanța tehnicilor de promovare a vânzărilor în procesul de vânzare”, având următoarea structură:

- a. Precizarea a două modalități de prezentare a mostrelor în procesul de promovare a vânzărilor;
- b. Precizarea a două modalități de promovare în etapa de creștere a ciclului de viață a produsului;
- c. Descrierea principiului merchandising-ului „*Clienții aleg în primul rând cu ochii*”.

10 puncte

III.B. Să se realizeze analiza contabilă, pe scurt și să se întocmească formula contabilă pentru fiecare dintre operațiile ocazionate de inventarierea patrimoniului de mai jos:

30 puncte

1. Diferență cantitativă sub formă de minus la inventar, neimputabilă la semifabricate, evaluată la valoarea de înregistrare, în sumă de 400 lei.
2. Diferență cantitativă de materiale consumabile sub formă de plus la inventar evaluată la valoarea de înregistrare, în sumă de 350 lei.
3. Diferență cantitativă de materii prime sub formă de minus la inventar imputat gestionarului, evaluată la valoarea de înlocuire.
Se cunosc:
 - valoarea de înlocuire 3000 lei;
 - TVA 19%;
 - valoarea contabilă 2500 lei.
4. Plus de inventar la un calculator evaluat la valoarea justă de 4530 lei.
5. Diferență valorică sub forma unui minus de valoare la materii prime de 563 lei.