

GRILE MODEL SUBIECTE PUBLICE –SESIUNEA IULIE 2018

Inginerie și management în alimentația publică și agroturism

MANAGEMENT GENERAL

1. Avantajele potențiale ale elaborării deciziei de grup, sunt:

- a. Furnizarea unui volum mare de informații.*
- b. Generează mai multe alternative.*
- c. Membrii grupului înțeleg decizia.*

2. După natura viziunii, obiectivelor și mijloacelor încorporate, strategiile manageriale sunt:

- a. Strategii economice (principalele obiective sunt economice, mijloacele de realizare și criteriile tot economice).*
- b. Strategii de restructurare.
- c. Strategii de redresare: elimină deficiențele și stabilește obiective la nivelul perioadelor anterioare.

3. Actul decizional are următoarele caracteristici:

- a. Necesită strângere de informații.
- b. Se consultă și angajații pentru conturarea situației decizionale.
- c. Se desfășoară într-o perioadă foarte scurtă de timp (secunde, minute).*

4. Componentele structurii organizatorice sunt:

- a. Postul.*
- b. Funcția.*
- c. Compartimentul, nivelul ierarhic și relațiile organizatorice.*

5. Componentele Managementului prin obiective sunt:

- a. Calendarele de termene (data la care un anumit obiectiv trebuie realizat).*
- b. Bugetele de venituri și cheltuieli a fiecărei subdiviziuni organizatorice.*
- c. Implică organismele participative (AGA, CA, comitetul de direcție) în adoptarea celor mai importante decizii pentru firmă.

6. Avantajele Managementului participativ sunt:

- a. Creșterea nivelului de informare a proprietarilor și salariaților;*
- b. Creșterea gradului de fundamentare a deciziilor; *
- c. Amplificarea participării stakeholderilor la stabilirea și realizarea obiectivelor firmei;*

7. În etapa de pregătire a ședinței trebuie luate anumite decizii și îndeplinite anumite acțiuni pentru ca ședința să fie eficientă. Acestea sunt:

- a. Stabilirea unei ordini de zi judicioase (pentru probleme curente un punct pe ordinea de zi iar pentru organele participative 3-4 puncte pe ordinea de zi).*
- b. Formularea cu claritate a problemelor înscrise pe ordinea de zi.*
- c. desemnarea persoanelor care vor întocmi materialele necesare ședinței.*

8. Cerințele minime pe care trebuie să le îndeplinească tabloul de bord sunt:

- a. Să aibă consistență, adică să conțină informații relevante pentru decident;*
- b. Să aibă rigurozitate, adică să conțină informații riguroase, sintetice; *
- c. Să aibă accesibilitate, adică să poată fi înțeles și utilizat operativ;*

9. În concepția prof. Geert HOFSTEDE, cultura organizațională are următoarele trăsături:

- a. Reflectă evoluția în timp a organizației.*
- b. Este creată și păstrată de grupul de persoane care alcătuiesc organizația.*
- c. Este greu de modificat: sunt implicate elemente umane complexe.*

10. Cultura organizațională îndeplinește următoarele funcții:

- a. Integrarea salariaților în cadrul firmei.*
- b. Direcționarea salariaților pentru realizarea obiectivelor firmei. *
- c. Păstrarea și transmiterea valorilor și tradițiilor organizației. *

11. Principalii factori care determină tipul și stilul managerial sunt:

- a. Tipul sistemului managerial al firmei*
- b. Personalitatea managerilor*
- c. Amploarea competențelor acordate acestora*

12. Managerul incompetent care are interes minim pentru producție și oameni și se caracterizează prin:

- a. Lipsa unui management strategic.
- b. Nu se adaptează la schimbările din mediul ambient.*
- c. Încălcarea corelațiilor obiective dintre indicatorii de producție și salarii.

13. Managerul conciliator care are interes mediu atât pentru producție cât și pentru oameni se caracterizează prin:

- a. Spirit inovator, creator.
- b. Curaj în asumarea riscurilor.
- c. Conducător abil în situații conflictuale.*

14. Principalele reguli de programare a muncii managerilor sunt:

- a. Să nu se consume timp pentru probleme minore, care pot fi atribuite sau delegate subordonaților. *
- b. Să se concentreze eforturile asupra aspectelor cheie, prioritare pentru realizarea principalelor obiective atribuite.*
- c. Să se asigure perioade compacte de liniște pentru munca individuală, necesare realizării unor sarcini deosebit de importante.*

15. Sistemul de management al unei organizații este format din:

- a. Subsistemul decizional.*
- b. Subsistemul organizatoric. *
- c. Subsistemul informațional și metodologic.*

16. Managerul care are un Stil de conducere de tip “blamare”:

- a. Utilizează cuvinte încărcate emoțional, situându-se pe poziția judecătorului, evaluatorului. Termenii cel mai des folosiți sunt: “niciodată”, “totdeauna”, “cu siguranță”, arătând inflexibilitate în aprecierea comportamentului subordonatului, fapt care va conduce la închiderea canalelor de comunicare.*
- b. Are o atitudine de controlare și dominare, cu un limbaj clar, precis, orientat spre sarcina de îndeplinit.
- c. Vrea să descopere punctele de vedere prin punerea de întrebări deschise, care să ofere avantajul expunerii de către interlocutor a opiniilor și emoțiilor proprii.

17. Cauzele managementului ineficient al timpului sunt:

- a. Timpii prea scurți alocați inițial activităților programate, întreruperile (inclusiv telefoanele) venite din partea membrilor din organizație sau din exteriorul acesteia.*
- b. Lipsa de punctualitate a acestora.*
- c. Stilul de viață al managerului.

18. Managerul versatil:

- a. Așteaptă ca ceilalți să preia conducerea.*
- b. Caută prea mult perspective noi, pierzând timpul cu experiențe.*
- c. Se concentrează pe relații și neglijează sarcinile pe care nu mai are timp să le efectueze.*

19. Antreprenorii sunt:

- a. Persoane care riscă foarte mult.*
- b. Persoane cu riscuri moderate.
- c. Persoane care riscă puțin.

20. În cele mai multe afaceri noi principala cauză a eșecurilor o reprezintă:

- a. Omisiunea planificării.*
- b. Reducerea inflației.
- c. Incompetența antreprenorială.

21. Care dintre următoarele sunt mituri privind întreprinzătorul?

- a. Întreprinzătorii sunt foarte independenți
- b. Întreprinzătorii sunt ignoranți*
- c. Întreprinzătorii de succes nu au studii academice

22. Contractul de franciză:

- a. Este documentul prin care se stipulează drepturile și obligațiile francizorului și francizatului se numește contract de franciză. *
- b. Este întocmit de francizor și cele mai multe prevederi sunt în favoarea sa.*
- c. Pentru semnarea acestuia nu este nevoie de negociere convenabilă.

23. Dezavantajele principale al inițierii unei afaceri sunt:

- a. Flexibilitatea, amplasarea adecvată, imagine nefavorabilă
- b. Riscul ridicat, birocrăția, dificultăți de finanțare*
- c. Incompetența salariaților, echipamentele învechite, dificultatea introducerii schimbărilor*

MANAGEMENTUL CALITĂȚII

24. Managementul calității este:

- a. un ansamblu de activități ce vizează creșterea eficienței activităților
- b. un ansamblu de activități coordonate pentru a orienta și a controla o organizație în ceea ce privește calitatea.*
- c. un ansamblu de activități ce vizează îndeplinirea cerințelor referitoare la calitate

25. Controlul calității este:

- a. parte a managementului calității, concentrată pe îndeplinirea cerințelor referitoare la calitate*
- b. parte a managementului calității, concentrată pe furnizarea încrederii că cerințele referitoare la calitate vor fi îndeplinite
- c. parte a managementului calității, concentrată pe creșterea abilității de a îndeplini cerințele calității.

26. Asigurarea calității este:

- a. sistemul de activități concentrate pe furnizarea încrederii că cerințele referitoare la calitate vor fi îndeplinite*
- b. sistemul de activități ce direcționează și controlează organizația în domeniul calității
- c. sistemul de activități ce vizează îndeplinirea cerințelor calității

27. Care din următoarele expresii constituie un principiu de managementul calității?

- a. eficiența economică;
- b. avantajul concurențial;
- c. relațiile reciproc avantajoase cu furnizorii;*

28. Standardul SR EN ISO 9001:2008 este aplicabil pentru:

- a. organizații care efectuează proiectare
- b. organizații care au procese speciale
- c. toate tipurile de organizații*

29. Ce se înțelege prin managementul proceselor?

- a. controlul rezultatelor proceselor de producție
- b. denumirea activității care se desfășoară într-o întreprindere
- c. planificarea, organizarea, controlul și îmbunătățirea proceselor din organizație*

30. Acțiunea efectuată pentru a elimina cauzele unei neconformități potențiale sau a altei posibile situații nedorite este:

- a. acțiune corectivă
- b. acțiune preventivă*
- c. ambele variante

31. Un Sistem de Management al Calității, documentat în conformitate cu standardul SR EN ISO 9001:2008, trebuie să conțină obligatoriu:

- a. șase proceduri de sistem documentate*
- b. câte o procedură documentată pentru fiecare cerință din standard
- c. câte o procedură documentată pentru fiecare proces din organizație

32. O organizație care are implementat un Sistem de Management al Calității este capabilă de a:

- a. furniza consecvent produse de cea mai bună calitate;
- b. furniza consecvent produse care să satisfacă cerințele clienților;
- c. furniza consecvent produse care să satisfacă cerințele clienților și cerințele prevederilor legale aplicabile.*

33. Cine are dreptul de a efectua o certificare a unui Sistem de Management al calității?

- a. orice consultant autorizat
- b. orice organism acreditat în acest sens*
- c. conducerea întreprinderii, cu acordul adunării generale a acționarilor

34. Certificatul SR EN ISO 9001:2008 este valabil:

- a. pe un termen nelimitat
- b. 1 an
- c. 3 ani*

35. Următoarele standarde fac parte din familia ISO 9000 – Sisteme de management al calității:

- a. SR EN ISO 9001:2008 - Sisteme de management al calitatii – cerințe*
- b. SR EN ISO 9000:2006 - Sisteme de management al calității - principii fundamentale și vocabular*
- c. SR EN ISO 14001:2005 – Sisteme de management de mediu - cerințe cu ghid de utilizare

36. Părțile interesate direct în aprecierea calității unei organizații sunt:

- a. clientii*
- b. acționarii/asociații*
- c. furnizorii*

37. In cadrul celor 8 principii ale managementului calității putem enumera:

- a. abordarea bazată pe proces*
- b. orientarea către client*
- c. implicarea autorităților

38. Care din următoarele expresii se referă la etape de dezvoltare istorică a conceptului „calitate”?:

- a. inspecția calității;*
- b. controlul calității;*
- c. managementul calității;*

39. Documentația Sistemului de Management al Calității include:

- a. manualul calității;*
- b. normative de lucru
- c. instrucțiuni de lucru*

40. Standardul SR EN ISO 9001:2008 prevede următoarele cerințe referitoare la angajamentul managerilor:

- a. să stabilească politica referitoare la calitate*
- b. să se sigure de faptul că sunt stabilite obiectivele calității*
- c. să conducă analizele de management*

41. Standardul SR EN ISO 9001:2008 este:

- a. un standard metodologic pentru calitate;
- b. un standard de cerințe pentru calitate;*
- c. un standard cu linii directoare pentru calitate.

42. În managementul calității este importantă:

- a. calitatea prestației percepută de client;*
- b. calitatea prestației percepută de organisme de control;
- c. calitatea prestației percepută de organismul de certificare.

43. Care din următoarele expresii constituie un principiu de managementul calității?

- a. orientarea bazată pe standarde;
- b. luarea deciziilor pe bază de fapte;*
- c. abordarea bazată pe sistem;*

44. In cadrul celor 8 principii ale managementului calității putem enumera:

- a. abordarea bazată pe proces;*
- b. orientarea către cerințele pieței;
- c. orientarea către client.*

45. Preciați care din următoarele enunțuri se referă la o ipostază a calitatii:

- a. calitatea cerută și așteptată de client;*
- b. calitatea furnizată de proiectare; *
- c. calitatea realizată de prestatorul de servicii.*

46. Acțiunea efectuată pentru a elimina cauzele unei neconformități detectate sau a altei situații nedorite este:

- a. corecție;
- b. acțiune corectivă;*
- c. acțiune preventivă.

47. Politica referitoare la calitate reprezintă:

- a. activități coordonate pentru a orienta și controla organizația în ce privește calitatea;
- b. activități ale organizației pentru creșterea abilității de a îndeplini cerințele;
- c. intenții și orientări generale ale organizației referitoare la calitate*

48. Conform teoriei Stakeholders, părți indirect interesate de calitatea produselor și serviciilor unei organizații sunt:

- a. acționarii;
- b. autoritățile locale;*
- c. clienții.

49. Părțile interesate direct în aprecierea calității unei organizații sunt:

- a. salariații;*
- b. statul;
- c. creditorii.*

50. Părțile interesate indirect în aprecierea calității unei organizații sunt:

- a. competitorii;*
- b. furnizorii;
- c. clienții.

51. Acțiunea corectivă se referă la:

- a. tratarea unei neconformități existente și a cauzei care a generat-o;
- b. tratarea unei neconformități existente;
- c. tratarea cauzelor unei neconformități existente.*

52. Acțiunea preventivă se referă la:

- a. tratarea oricărei neconformități existente pentru a preveni apariția viitoare;
- b. tratarea cauzelor unei neconformități potențiale; *
- c. ambele variante.

53. Produsul turistic include următoarele categorii de elemente materiale:

- a. patrimoniul de resurse sau cadrul fizic ce constituie atracția turistică;*
- b. elementele de dotare ale structurii de cazare;*
- c. serviciul de cazare.

54. Documentația sistemului de managementul calității cuprinde:

- a. documentele contabile ale organizației;
- b. manualul calității;*
- c. procedurile și instrucțiunile de lucru.*

55. Calitatea în turism presupune asigurarea următoarelor aspecte:

- a. respectarea standardelor de igienă, siguranță și securitate;*
- b. satisfacerea cerințelor și nevoilor legitime ale clienților;*
- c. asigurarea celui mai mic preț pentru produsele turistice.

56. Diagrama Pareto se utilizează în:

- a. analiza calitativă a defectelor;
- b. analiza cantitativă a defectelor;*
- c. reprezentarea grafică a distribuției unui ansamblu de date.

57. Excelența în afaceri se apreciază pe baza:

- a. standardelor utilizate pentru auditarea oricărui sistem de managementul calității;
- b. modelelor specifice de excelență în afaceri;*
- c. ambelor standarde menționate anterior.

58. Managementul de la cel mai înalt nivel este:

- a. o persoană sau un grup de persoane care orientează și controlează organizația în ceea ce privește calitatea;*
- b. ansamblu de activități coordonate pentru a orienta și controla o organizație;
- c. ansamblu de activități coordonate pentru a orienta și controla o organizație în ceea ce privește calitatea.

59. Documentul este:

- a. o dată semnificativă;
- b. o informație împreună cu mediul său suport;*
- c. ambele variante.

60. Standardul SR EN ISO 9001:2008 poate fi folosit pentru evaluarea capacității unei organizații de a satisface:

- a. cerințele clientului;*
- b. cerințele de reglementare;*
- c. cerințele proprii organizației.*

MANAGEMENTUL RESURSELOR UMANE

61. Care sunt principalele cerințe privind analiza posturilor?

- a. să fie în permanență axată pe obiective clare și să utilizeze metode și tehnici adecvate;*
- b. trebuie înțelese, în primul rând, sarcinile și cerințele postului;*
- c. analiza trebuie permanent raportată la viziunea de ansamblu a proceselor de muncă;*

62. Care sunt principalele obiective ale analizei posturilor?

- a. susținerea altor activități de personal;*
- b. stabilirea obiectivelor în legătură cu resursele umane;

c. elaborarea fișei postului;

63. Care sunt metodele și tehnicile de analiză a posturilor?

- a. estimările manageriale;
- b. interviul;*
- c. metodele matematice;

64. Care sunt cele mai importante aspecte care trebuie avute în vedere în alegerea metodelor de analiză a posturilor?

- a. tipurile de date și informații necesare;*
- b. sursele care sunt mai recente;
- c. alegerea posturilor cheie;

65. Care sunt factorii operaționali în definirea postului?

- a. postul trebuie să fie considerat de individ ca având sens și utilitate;
- b. postul trebuie să-i pună la încercare angajatului capacitățile pe care acesta le consideră de valoare;*
- c. postul trebuie să ofere recompense considerate corespunzătoare efortului depus;

66. Care sunt principiile managementului științific aplicate în proiectarea posturilor?

- a. munca trebuie organizată astfel încât muncitorii să poată fi cât mai eficienți;*
- b. determinarea timpului necesar îndeplinirii sarcinilor și stabilirea timpilor standard;
- c. metodele de recompensare trebuie să se bazeze pe timpi standard;

67. Îmbogățirea posturilor implică o serie de schimbări în conținutul acestora. Care sunt aceste schimbări?

- a. creșterea responsabilității angajaților pentru propria lor muncă;*
- b. permite o relaxare a celor care desfășoară activități fizice sau lucrează în poziții incomode, nenaturale sau neergonomice;
- c. amplifică dimensiunile sociale și umane ale muncii;

68. Politicile de recrutare și practicile manageriale în acest domeniu sunt afectate de o serie de constrângeri sau de numeroși factori externi și interni. Care sunt acestea?

- a. capacitatea sistemelor de pregătire și dezvoltare a resurselor umane, precum și modelele educaționale;*
- b. evaluarea performanțelor și recompensele angajaților;
- c. programele de pregătire profesională care permit dezvoltarea corespunzătoare a propriilor angajați;

69. Care sunt avantajele recrutării interne?

- a. atragerea candidaților este mult mai ușoară, iar selecția este mai rapidă și mai eficientă;*
- b. permite realizarea unor schimbări semnificative;
- c. permite corectarea eventualelor practici discriminatorii privind angajarea;

70. Care sunt dezavantajele recrutării interne?

- a. costul recrutării personalului este mult mai ridicat;
- b. împiedică infuzia de „suflu proaspăt” și nu favorizează promovarea unor „idei noi”;*
- c. angajatul poate fi acționat în judecată dacă deține unele date și informații;

71. Care sunt avantajele recrutării externe?

- a. permite identificarea și atragerea unui număr mai mare de candidați;*
- b. recrutarea personalului este mult mai rapidă și mai puțin costisitoare;
- c. motivarea personalului crește, iar ambianța morală se îmbunătățește;

72. Care sunt dezavantajele recrutării externe?

- a. timpul necesar adaptării și integrării pe posturi a noilor angajați este mai mare, ceea ce atrage costuri suplimentare; *
- b. provoacă apariția de posturi vacante în lanț;
- c. nu permite corectarea eventualelor practici discriminatorii anterioare privind angajarea;

73. Motivele pentru care unii manageri nu-și exprimă aprecierea atunci când acest lucru se impune, sunt:

- a. unii manageri nu consideră necesar să răsplătească efortul depus;*
- b. frica de represalii;
- c. lipsa de interes față de performanțele subordonaților;

74. Definiția dată evaluării performanței profesionale completează conceptul de evaluare cu unele elemente suplimentare, care sunt:

- a. un bilanț al muncii depuse;*
- b. o operațiune periodică scrisă;*
- c. permite o evaluare a șanselor de evoluție viitoare;*

75. Caracteristicile managementului resurselor umane derivă din aspecte care se referă la:

- a. preocupările sunt tot mai mult orientate spre determinarea dimensiunii umane a schimbărilor organizaționale;*
- b. preocuparea de a înțelege din ce în ce mai mult costul capitalului uman;*
- c. apare necesitatea promovării avantajelor muncii în echipă;

76. Evaluarea resurselor umane sau a performanțelor acestora presupune mai multe activități distincte. Acestea sunt:

- a. evaluarea potențialului și a capacității de evoluție sau dezvoltare a unei persoane;*
- b. evaluarea șanselor de evoluție viitoare;
- c. evaluarea comportamentului;*

77. Care sunt problemele potențiale și sursele de erori în procesul de evaluare a performanțelor profesionale?

- a. manifestarea autorităților absolute;
- b. practicarea evaluărilor selective;
- c. efectul criteriului unic;*

78. Cauzele care duc la supraevaluarea performanțelor sunt:

- a. spiritul critic excesiv;
- b. percepția greșită a noțiunii de exigență;
- c. dorința managerilor de a câștiga bunăvoința subordonaților prin generozitate; *

79. Care sunt căile sau modalitățile de acțiune care pot conduce la prevenirea sau estomparea problemelor potențiale și a surselor de erori identificate în procesul de evaluare a performanțelor?

- a. practicarea evaluărilor selective;*
- b. folosirea mai multor evaluatori;*
- c. elaborarea criteriilor de evaluare pe baza analizei posturilor;

80. Strategiile de recompense trebuie să îndeplinească o serie de cerințe. Acestea trebuie:

- a. să asigure cadrul necesar pentru ca o parte echitabilă din valoarea adăugată să revină angajaților ;
- b. să derive din obiectivele și strategiile organizației ;*
- c. să nu neglijeze nevoile și scopurile fundamentale ale oamenilor;

81. Sistemul de recompense cuprinde mai multe componente. Acestea sunt:

- a. recompensele directe ;*
- b. sistemul de stimulente;*
- c. recompensele indirecte;*

82. Elaborarea oricărui sistem de salarizare trebuie să aibă în vedere unele principii generale. Acestea sunt:

- a. promovarea și creșterea salariului să decurgă simultan ;
- b. descentralizarea salarizării și liberalizarea salariului ;*
- c. negocierea salariilor;*

83. Resursele umane au, în cadrul organizației, unele particularități precum:

- a. reprezintă una din cele mai importante investiții ale organizației;*
- b. dispun de o relativă inerție la schimbare, compensată însă de o mare adaptabilitate;*
- c. constituie un potențial uman, care trebuie înțeles, motivat și antrenat;*

84. Care sunt principalele avantaje ale îmbogățirii postului?

- a. dezvoltarea resurselor umane;*
- b. implică timp și costuri mai reduse;
- c. se reduce durata de realizare a sarcinilor;

85. Alegerea și dinamica carierei profesionale sunt influențate de factori precum:

- a. Personalitatea și propriile interese;*
- b. Nevoile și aspirațiile individuale;
- c. Nevoile și oportunitățile organizaționale;

86. Obiectivele evaluării posturilor au în vedere:

- a. asigurarea cadrului necesar pentru ca o parte din valoarea adăugată să revină angajaților;
- b. reducerea numărului conflictelor de muncă datorită gradului de înțelegere a diferențelor între posturi;*
- c. creșterea adeziunii angajaților la organizație;

87. Aspectele care fac dificilă introducerea sistemelor de salarizare legate de rezultate se referă la:

- a. evaluările performanțelor sunt privite ca fiind subiective;*
- b. costul vieții variază în funcție de zona geografică;
- c. valorile unui individ se pot schimba în timp;

88. Motivele pentru care organizațiile aleg și folosesc o metodă de evaluare a posturilor au în vedere:

- a. consensul evaluatorilor;
- b. ușurința de folosire și tradiția;*
- c. profesionalismul manifestat;

89. Care sunt principalele caracteristici ale administrării personalului?

- a. funcțiunea de personal și-a sporit importanța și s-a diversificat;*
- b. preocuparea de a înțelege din ce în ce mai mult costul capitalului uman;
- c. introducerea unui sistem elaborat de legislație a muncii;

90. Potrivit literaturii de specialitate, conceptul de carieră are mai multe înțelesuri care se referă la:

- a. avansare;*
- b. succesiune de posturi de-a lungul vieții;*
- c. parte importantă din viața unui individ;

91. Aspectele care trebuie să fie avute în vedere la formularea strategiilor din domeniul resurselor umane se referă la:

- a. strategia globală a organizației influențează strategiile din domeniul resurselor umane;*
- b. imperatiile culturale ale managementului asociate cu schimbările organizației;
- c. intențiile de creștere, diversificare și dezvoltare a pieței;

92. Strategia de personal trebuie orientată spre:

- a. planificarea pe termen lung a personalului pentru a avea asigurate resursele umane necesare;*
- b. planificarea pe termen scurt a personalului;
- c. limitarea activităților de dezvoltare a personalului;

93. Pentru ca politicile din domeniul resurselor umane să-și atingă obiectivele propuse, ele trebuie să:

- a. să fie în concordanță cu obiectivele, strategiile și politicile generale ale organizației;*
- b. să reflecte intenția organizației de a garanta oportunități egale tuturor angajaților ;
- c. să descrie atitudinea organizației față de membrii săi;

94. Care sunt principalele cerințe ale descrierii posturilor?

- a. să conțină toate punctele necesare scopului pentru care a fost elaborată;*
- b. să asigure o uniformitate de procedură la analiza elementelor de muncă;
- c. să permită identificarea acțiunilor și condițiilor nesigure ale postului;

95. În elaborarea specificației postului pot exista unele riscuri referitoare la:

- a. tentația de a ne concentra îndeosebi pe dinamica postului;
- b. introducerea în descrierea cerințelor personale a unor criterii nejustificat de restrictive;*
- c. tentația de a limita capacitățile angajatului sau dezvoltarea acestuia;

96. Planificarea resurselor umane oferă o serie de avantaje care se referă la:

- a. Permite utilizarea și dezvoltarea mai eficientă a resurselor umane; *
- b. Estimează cererea viitoare de angajați;
- c. Reduce dependența de recrutarea externă;*

MANAGEMENTUL PROIECTULUI

97. Pentru proiectele cu impact economic Analiza cost-beneficiu este specifică fazei:

- a. de definire
- b. de concepere*
- c. de îndeplinire

98. Procesul de planificare a proiectului este în primul rând specific fazei:

- a. de definire*
- b. de concepere
- c. de îndeplinire

99. Dacă o activitate situată pe o cale necritică se finalizează cu o durată de întârziere mai mică decât timpul său mort, care sunt efectele asupra finalizării proiectului?

- a. proiectul se va finaliza cu întârziere.
- b. proiectul se va finaliza la timp*.
- c. proiectul se va finaliza în avans.

100. Procesul de monitorizare a proiectului este în primul rând specific fazei:

- a. de definire
- b. de concepere
- c. de îndeplinire*

101. Care sunt elementele caracteristice ale proiectelor:

- a. produse, programare, resurse*
- b. produse, timp, resurse, comunicare, monitorizare
- c. produse, programare, resurse, planificare, organizare, control

102. Identificați potențialele capcane posibil de întâlnit în gestiunea proiectului:

- a. formularea clară a obiectivelor
- b. nevoile de resurse sunt incomplete *
- c. responsabilitățile sunt clar repartizate

103. Ce sunt ordonatorii proiectului?

- a. persoanele care ajută la realizarea proiectului
- b. persoane care definesc rezultatul proiectului*
- c. persoane cu poziție înaltă în organizație care sprijină puternic proiectul, susține proiectul în diverse ocazii.

104. Ce sunt suporterii proiectului?

- a. persoanele care ajută la realizarea proiectului*
- b. persoane care definesc rezultatul proiectului

c. persoane cu poziție înaltă în organizație care sprijină puternic proiectul, susține proiectul în diverse ocazii.

105. Ce este calea critică?

- a. o serie de activități pe care le puteți amâna câtva timp și totuși să terminați proiectul în cel mai scurt timp.
- b. o serie de activități din proiect, aflate în succesiune, cu cea mai mare durată pentru a fi îndeplinite împreună.*
- c. perioada maximă de timp cu care puteți amâna o activitate și totuși să terminați proiectul în cel mai scurt timp

DEZVOLTARE RURALĂ

106. Care este definiția spațiului rural:

- a. ruralul cuprinde toate activitățile care se desfășoară în afara urbanului și cuprinde trei componente esențiale: comunitățile administrative constituite din membrii relativ puțin numeroși și care au relații mutuale; dispensarea pronunțată a populației și a serviciilor colective; rolul economic deosebit al agriculturii și silviculturii;
- b. spațiu rural cuprinde o zonă interioară sau de coastă care conține satele și orașele mici, în care majoritatea părții terenului este utilizată pentru: **1.** agricultură, silvicultură, acvacultura și pescuit; **2.** activitățile economice și culturale ale locuitorilor acestor zone (artizanat, industrie, servicii etc); **3.** amenajările de zone neurbane pentru timpul liber și distracții (sau de rezervații naturale); **4.** alte folosințe (cu excepția celor de locuit); *
- c. definirea completă a spațiului rural apare prin luarea în considerare a următoarelor criterii de ordin: morfologic (număr de locuitori, densitate, tip de mediu), structural și funcțional (tip de activități și de relații);

107. Funcțiile spațiului rural conform Chartei Europene a Spațiului Rural, sunt:

- a. funcția de inventariere, punere în valoare și promovarea patrimoniului istoric; funcția de inventariere punere în valoare și promovarea patrimoniului cultural al comunităților rurale;
- b. funcția economică; funcția ecologică; funcția social-culturală; *
- c. funcția de exploatare rațională a resurselor naturale: funcția de exploatare durabilă a resurselor naturale din mediul rural.

108. Noua politică de Dezvoltare Rurală a Uniunii Europene devenită "Al doilea Pilon al P.A.C." are la bază următoarele principii:

- a. multifuncționalitatea agriculturii; multisectorialitatea și integrarea; flexibilitatea și transparența;*
- b. consolidarea sectorului agricol și silvic; îmbunătățirea competitivității zonelor rurale; conservarea mediului și a patrimoniului rural.
- c. dezvoltarea unui sector agricol și forestier competitiv bazat pe cunoaștere și inițiative private; menținerea calității și a diversificării spațiului rural și forestier; îmbunătățirea standardelor de viață în vederea asigurării unei ocupări durabile a zonelor rurale.

109. Obiectivele majore ale Politicilor de Dezvoltare Rurală ale Uniunii Europene sunt:

- a. ameliorarea competitivității agriculturii și silviculturii prin susținerea restructurării, inovării și dezvoltării; îmbunătățirea mediului înconjurător și a zonelor rurale prin intermediul sprijinului pentru managementul terenurilor; îmbunătățirea calității vieții în zonele rurale și promovarea diversificării activităților economice prin măsuri care au ca obiectiv sectorul agricol și alte zone rurale;*
- b. dezvoltarea unui sector agricol și forestier competitiv bazat pe cunoaștere și inițiativă privată, capabil să se adapteze schimbărilor pe termen lung, care ia în considerare regulile comunitare, conservă mediul înconjurător și consolidează sectorul de procesare;
- c. dezvoltarea activităților economice în vederea creșterii gradului de ocupare în mediul rural; încurajarea inițiativelor locale care să creeze locuri de muncă pentru femei; dezvoltarea micilor afaceri; încurajarea dezvoltării turismului; îmbunătățirea infrastructurii locale.

110. În evoluția demografică a Uniunii Europene vă rugăm precizați care sunt tendințele manifestate în ultimul deceniu:

- a. o creștere naturală încetinită;*
- b. un declin demografic;*
- c. creșterea alarmantă a fenomenului imigraționist.*

111. Sistemul agroalimentar din țările dezvoltate din punct de vedere economic are următoarele caracteristici:

- a. producția agricolă propriu-zisă se sprijină pe o structura celulară formată din: proprietatea funciară, familie și exploatare agricolă;*
- b. existența unei rețele în amonte și aval de agricultura de distribuție a materialelor necesare agricultorilor, de prelucrare a materiilor prime din agricultură, de valorificare a produselor agricole precum și o rețea financiară de creditare și asigurare;*
- c. un sistem economic și comercial cu performanțe tehnice și economice superioare, cu o agricultură modernă care se constituie într-un sistem agroalimentar complex, modern și performant.

112. Structura spațiului rural, privită prin prisma economică și socială, este diferențiată în:

- a. spațiu rural preorășenesc; spațiu agricol sau zona agrară a spațiului rural; spațiu rural periferic;*
- b. spațiu rural periurban; spațiu intermediar; spațiu rural marginal;*
- c. spațiu rural destinat pentru practicarea agriculturii, silviculturii, acvaculturii și pescuitului; spațiu rural destinat activităților economice și culturale ale locuitorilor acestor zone (artizanat, industrie, servicii etc.); spațiu rural destinat amenajărilor de zone neurbane pentru timpul liber și distracții (sau de rezervații naturale).

113. Sistemul agroalimentar vest-european are la bază câteva caracteristici fundamentale:

- a. ferma privat-familială, de talie mică sau medie, puternic echipată tehnic; ferma (exploatarea agricolă) poate să fie proprietatea fermierului (a familiei) sau luată în arendă (totală sau parțială); forța de muncă se asigură în principal dintre membrii familiei (în cazuri speciale se apelează la forță de muncă salariată);*
- b. este un sistem economic și comercial performant atât din punct de vedere tehnic cât și economic; ferma familială mijlocie este considerată drept model pentru agricultura europeană; se folosește o importantă suprafață utilă pentru compensarea lipsei terenurilor bune; domină exploatarea mici și medii;
- c. aprovizionarea fermierilor cu diversele materii și materiale necesare se face prin intermediul unor cooperative sau societăți de aprovizionare; valorificarea (comercializarea) producției realizate de fermier se realizează prin intermediul unor cooperative sau societăți specializate în acest scop; economia sistemului agroalimentar se bazează din plin pe factorii de progres din acest domeniu: știința, tehnologia, învățământul agroalimentar, economic și de marketing-management; legislație comunitară (comercială, financiară, fiscală, funciară, tehnică) are ca principală caracteristică stimularea și sprijinirea puternică a agricultorilor.*

114. Domeniile cheie ale Pilonului II (Politica de Dezvoltare Rurală) stabilite de către Uniunea Europeană sunt:

- a. economia agroalimentară; mediul înconjurător; economia rurală;*
- b. tranziția spre o economie și societate bazate pe cunoaștere; modernizarea modelului social european; aplicarea unui mix corespunzător de politici macroeconomice pentru susținerea perspectivei economice;
- c. îmbunătățirea competitivității și dezvoltării durabile; reducerea garanțiilor de sprijinire a prețurilor; introducerea standardelor de mediu, de siguranța alimentelor, și de sănătatea și bunăstarea animalelor.

115. Liniile directoare strategice ale Programului de Dezvoltare Rurală al Uniunii Europene sunt:

- a. facilitarea inovațiilor și accesul la cercetare și dezvoltare; îmbunătățirea integrării lanțului agroalimentar; încurajarea preluării și difuzării ICT; ocrotirea antreprenoriatului dinamic; dezvoltarea de noi puncte de desfacere pentru produsele agricole și silvice; îmbunătățirea performanțelor de mediu ale fermelor și ale silviculturii;
- b. creșterea competitivității sectoarelor agricol și silvic; îmbunătățirea mediului și spațiului rural; creșterea calității vieții în zonele rurale și încurajarea diversificării; construirea capacității locale de creare a locurilor de muncă și de diversificare; transpunerea priorităților în programe; complementaritatea între instrumentele UE.*
- c. promovarea serviciilor de mediu și a practicilor agricole ce nu dăunează animalelor; conservarea peisajului agricol; combaterea schimbării climei; consolidarea contribuției agriculturii organice; promovarea echilibrului teritorial; încurajarea inițiativelor de mediu/economice de succes

116. În cadrul Programului de Dezvoltare Rurală al Uniunii Europene sprijinul privind competitivitatea sectorului agricol și forestier în cadrul Axei I se va concretiza în următoarele măsuri care urmăresc îmbunătățirea potențialului uman:

- a. formarea profesională și acțiuni de informare pentru persoanele angajate în sectoarele agricol și forestier; instalarea tinerilor fermieri; pensionarea anticipată; Utilizarea serviciilor de consultanță;*

- b. modernizarea fermelor; sporirea valorii economice a pădurilor; îmbunătățirea performanței globale a întreprinderii; procesarea și comercializarea produselor agricole; respectă standardele comunității;
- c. atingerea standardelor impuse de către legislația Comunității pentru îmbunătățirea calității producției și produselor agricole; Participarea fermierilor la schemele de calitate ale alimentelor; Activități de informare și promovare.

117. În cadrul Programului de Dezvoltare Rurală al Uniunii Europene sprijinul privind managementul terenurilor în cadrul Axei II se va concretiza în următoarele măsuri care urmăresc încurajarea folosirii terenurilor agricole:

- a. plățile de handicap natural în zonele montane; plăți către fermierii din zonele cu handicap natural, altele decât zonele montane; plăți pentru agromediu și bunăstarea animalelor; plăți „NATURA 2000”; sprijin pentru investiții neproductive; *
- b. cheltuieli de înființare pentru prima împădurire a unui teren agricol; prima înființare a unor sisteme agroforestiere pe un teren agricol; prima împădurire a unui teren neagricol; plăți pentru mediul forestier;
- c. refacerea potențialului producției forestiere și introducerea acțiunilor de prevenire; sprijin pentru investiții neproductive în domeniul forestier; investiții care duc la creșterea valorii publice agreeate a zonelor forestiere

118. În cadrul Programului de Dezvoltare Rurală al Uniunii Europene sprijinul privind diversificarea economiei rurale și calitatea vieții în zonele rurale în cadrul Axei III se va concretiza în următoarele măsuri care urmăresc diversificarea economiei rurale:

- a. servicii de bază pentru economia și populația rurală; restaurarea și dezvoltarea satelor, conservarea și sporirea cadrului natural; menținere, restaurarea și îmbunătățirea patrimoniului rural la nivelul satului sau a unei părți a acestuia;
- b. diversificarea activităților non-agricole; sprijinul pentru crearea și dezvoltarea micro-întreprinderilor; încurajarea activităților turistice; protejarea, dezvoltarea și managementul cadrului natural;*
- c. formarea profesională; dobândirea cunoștințelor și animația; măsuri pentru obținerea de informații despre zonă, și despre strategia de dezvoltare locală; instruirea personalului implicat.

119. În ceea ce privesc caracteristicile spațiului rural, din punct de economic, acesta se caracterizează prin:

- a. activitățile agricole dețin ponderea cea mai mare din teritoriul rural;*
- b. activitățile industriale și serviciile agricole dețin ponderea cea mai mare din teritoriul rural;
- c. activitățile terțiare dețin ponderea cea mai mare din teritoriul rural.

120. Din punct de ocupațional, spațiul rural se caracterizează prin:

- a. activitățile sectoarelor primare dețin o pondere ridicată în economia acestuia;*
- b. activitățile sectoarelor secundare dețin o pondere ridicată în economia acestuia;
- c. activitățile sectoarelor terțiare dețin o pondere ridicată în economia acestuia.

121. Spațiul rural se caracterizează prin:

- a. densitate redusă a populației și proprietate privată dominantă;*
- b. densitate medie a populației și proprietate public-privată dominantă;
- c. densitate ridicată a populației și proprietate privată dominantă.

122. Dezvoltarea și integrarea pe verticală este generată de cel puțin următorii factori:

- a. creșterea volumului de capital destinat agriculturii în vederea sporirii potențialului productiv – agricol; *
- b. formarea unor exploatații agricole de dimensiuni mari menite să asigure exploatarea eficientă a mijloacelor mecanice;
- c. asocierea lucrătorilor agricoli în vederea efectuării în comun a unor lucrări de combatere a eroziunii solului, hidroameliorative etc.

123. Care din următoare tipologii morfostructurale de sate se întâlnesc în țara noastră?

- a. împrăștiate, răsfirate, adunate;*
- b. risipite, răsfirate, cumulate;
- c. adunate, aglomerate, cumulate;

124. Satele răsfirate, în funcție de condițiile topografice locale, sunt de mai multe tipuri:

- a. liniare, areolare, polinucleare, complexe; *
- b. congruente, convergente, liniare;
- c. liniare, policentrice, aglomerate;

125. Statele membre pot include în programele lor de dezvoltare rurală subprograme tematice care să contribuie la realizarea priorităților Uniunii în materie de dezvoltare rurală. România a elaborat subprograme tematice destinate:

- a. tinerilor fermieri; *
- b. fermelor mici; *
- c. formării lanțurilor scurte de aprovizionare.*

126. Care din următoarele măsuri din perioada de programare 2007-2013 vor fi menținute în perioada 2014-2020:

- a. investiții în active fizice; *
- b. înființarea grupurilor de producători;*
- c. servicii de bază și de reînnoire a satului în zonele rurale. *

127. Care din următoarele măsuri din perioada de programare 2007-2013 vor fi menținute în perioada 2014-2020:

- a. transferul de cunoștințe și acțiuni de informare; *
- b. servicii de consiliere, servicii de gestionare a exploatației și servicii de înlocuire în cadrul exploatațiilor;*
- c. bunăstarea animalelor. *

128. Măsuri și concepte noi:

- a. cooperarea;*
- b. măsuri privind gestionarea riscurilor;*
- c. Parteneriatul European pentru Inovare privind productivitatea și sustenabilitatea agriculturii.*

ECONOMIE RURALĂ

129. Funcții economice și sociale ale agriculturii sunt următoarele:

- a. furnizare de produse agro-alimentare pentru consumul intern al populației*
- b. furnizare de materii prime agricole pentru industriile prelucrătoare (industriile alimentară și ușoară).*
- c. furnizare de produse secundare, valoroase, utile și importante pentru eficientizarea producției agricole în ansamblul ei.

130. Agricultura durabilă reprezintă:

- a. ramura care poate funcționa profitabil din punct de vedere economic dar compatibil cu constrângerile de natură ecologică*
- b. ramura care poate funcționa profitabil din punct de vedere economic dar fără să țină cont de efectele asupra mediului
- c. activitate agricolă cu multiple funcții economice și sociale pentru generațiile actuale dar mai ales pentru cele viitoare.

131. Agricultura se dezvoltă după aceleași legități economice, dar cu forme specifice de manifestare determinate de următoarele particularități tehnico-economice:

- a. pământul este principalul element al capitalului agricol funcționând concomitent atât ca obiect al muncii cât și ca mijloc de muncă;*
- b. la obținerea bunurilor materiale participă plantele și animalele ca obiecte și mijloace de muncă;*
- c. în cadrul producției vegetale și producției animale - nu există o concordanță între momentul și durata de avansare a cheltuielilor de producție și momentul și perioada de recuperare a acestora.*

132. Fondul funciar este alcătuit din următoarele grupe de terenuri:

- a. terenuri agricole, terenuri forestiere, terenuri aflate permanent sub ape, terenuri din intravilan și terenurile cu destinații speciale.*
- b. terenuri productive - arabil, forestier, pajiști naturale, pășuni împădurite și terenurile neproductive - stâncării, abrupturi, bolovănișuri, râpe, ravene, torenți;
- c. terenurile destinate transportului pe apă; terenurile destinate transportului aerian; terenurile destinate producerii și transportului energiei electrice; terenurile destinate exploatărilor miniere și petroliere; terenurile destinate rezervațiilor și monumentelor naturii; terenurile destinate stațiunilor balneoclimaterice; terenurile destinate monumentelor de cultură.

133. Pământul se caracterizează printr-o serie de însușiri specifice:

- a. pământul unealtă de producție, pământul - obiect al muncii, pământul - instrument de teaurizare;
- b. fertilitatea și mai ales capacitatea de sporire continuă a acestei fertilități dacă pământul este folosit în mod rațional;*
- c. pământul este un bun particular, nemobil, nereproductibil, heterogen, indivizibil, exercitând simultan mai multe funcții diverse (producție, consum, valoare - refugiu, speculații)

134. Pământul se caracterizează prin următoarele tipuri de fertilitate:

- a. fertilitatea naturală și economică;*
- b. fertilitatea de tranziție și potențată*;
- c. fertilitatea absolută și relativă.*

135. Ameliorațiile funciare se compun din două mari categorii de lucrări:

- a. lucrări de stopare a proceselor de degradare a solului și de recuperare a unor terenuri neproductive. Din această grupă amintim următoarele: combaterea eroziunii și a alunecărilor de teren, desecări, îndiguiri, valorificarea solurilor sărăturate și a celor nisipoase, combaterea acidității solurilor etc.*
- b. lucrări de stabilizare a producției agricole și de creștere a fertilității solurilor. Din această grupă amintim următoarele lucrări: amenajările pentru irigații, lucrările agropedoameliorative, fertilizarea organică etc.*
- c. lucrări de amenajare și organizare a teritoriului, de sistematizare a localităților urbane și rurale, cu amenajările silvice, realizându-se diferențiat pe zone agricole, bazine hidrografice, județe, comune.

136. Determinarea valorii pământului este necesară pentru:

- a. definirea elementelor componente ale dreptului de proprietate (posesia, folosința, delegarea, uzufructul);*
- b. definirea elementelor necesare vânzării-cumpărării, arendării, concesiunii sau succesiunii;*
- c. stabilirea valorii pământului ca avuție națională, ca potențial de producție și ca obiect al schimbului (valoare de schimb).*

137. Deși prețul pământului constituie în continuare subiect de disensiuni între economiști în raport cu apartenența lor la un curent de gândire sau altul, care din următoarele explicații ale prețului pământului aparțin neo-clasicilor:

- a. suma actualizată a rentelor funciare anuale;
- b. prețul de echilibru dintre cererea și oferta de terenuri agricole;*
- c. profitul potențial la hectarul cultivat corespunzând sumei încasate din dobândă la capitalul dat cu împrumut pe o perioadă de timp determinată.

138. Sistemul de producție agricolă poate fi considerat ca:

- a. un ansamblu de activități productive în domeniul culturii plantelor și creșterii animalelor;*
- b. un ansamblu de activități susținute de resursele naturale în cadrul cărora pământul are rolul dominant;
- c. un ansamblu de activități susținute de resurse materiale, umane și financiare, având drept scop obținerea de produse agroalimentare.

139. Trăsăturile de bază ale agriculturii ca ramură a producției materiale sunt:

- a. participarea organismelor vii ale plantelor verzi; *
- b. desfășurarea activității organismelor vii sub controlul omului;*
- c. agricultura are ca trăsătură procesele de creare a substanței organice în condiții naturale

140. Raportul dintre industrie și agricultură în perioada contemporană se poate aprecia prin:

- a. cuantificarea in-puturilor industriale necesare proceselor de producție;
- b. calcularea foarfecelui prețurilor ca raport dintre indicii prețurilor produselor agricole și indicii prețurilor produselor industriale pentru agricultură;*
- c. cuantificarea out-puturilor agricole către celelalte ramuri ale economiei naționale.

141. "Operațiunea de ridicare pe teren, fixarea pe planuri și în registre speciale a întregii proprietăți funciare a unei țări", această definiție aparține:

- a. Renumitului economist agrar Gh. Ionescu Sisești;*
- b. Marea Enciclopedie Agricolă a României;
- c. Legea I. Nițescu" după cum este cunoscută, legea privind organizarea cadastrului funciar din 1933.

142. Metodele de estimare a valorii terenurilor se pot clasifica după mai multe criterii, în funcție de scopul urmărit și de elementele disponibile în momentul evaluării. Precizați care sunt metodele care se disting, după procedeul utilizat?

- a. estimare directă și indirectă;*
- b. estimarea parțială;
- c. estimarea totală.

143. „Renta diferențială este o categorie economică mai generală, care își datorește existența legii fertilității descrescânde a solului, este un extraprofit condiționat de faptul că unul dintre factorii de producție are un avantaj de a se afla în posesiunea cuiva", această definiție este dată de:

- a. David Ricardo;
- b. Adam Smith;
- c. Virgil Madgearu.*

144. În procesul de definire a marilor sisteme de agricultură de pe teritoriul țării noastre au fost utilizate următoarele criterii (Teaci D., Toncea I., Hartia S., 1990):

- a. ecologice – abiotice*
- b. antropice – de echipare a teritoriului*
- c. economico-sociale*

145. În agricultură, unde principalul mijloc de producție este pământul și unde obiectele muncii și, câteodată mijloacele de producție sunt organisme vii – plante și animale – cu capacități diferite de producție și cerințe biologice diferite, concentrarea producției îmbracă următoarele forme esențiale:

- a. concentrarea intensivă a producției (concentrarea pe verticală), care constă din gruparea factorilor de producție pe aceeași suprafață de teren, utilizată de ramura sau de întreprinderea agricolă;*
- b. concentrarea extensivă (pe orizontală), care constă din gruparea factorilor de producție pe ramuri și unități de dimensiuni teritoriale sporite.*
- c. concentrarea integrată pe filierele agro-alimentare la nivel național (holding-urile agricole).

146. Principiile generale ale cooperăției în literatura de specialitate apar cu formulări ce se diferențiază de la o țară la alta, esența lor putând fi sintetizată în următoarele:

- a. participarea deschisă, în sensul că oricine poate beneficia de dreptul de a intra într-o cooperativă agricolă, cu condiția respectării reglementărilor legale și a statutului cooperativei. *
- b. asigurarea unui regim democratic în gestionarea cooperativei, fiecare aderent dispunând numai de un vot (principiul “un om – un vot” cum este denumit în unele lucrări de specialitate) indiferent de părțile sociale care le dețin. *
- c. exclusivismul, concretizat în aceea că o cooperativă trebuie să-și circumscrie obiectul activității numai la cel pe care îl poate realiza cu membrii săi.*

147. Sistemele extensive de exploatare sunt dominate de consumurile interne, deci se bazează pe potențialul sistemului, volumul producției fiind asigurat prin numărul unităților de producție. Precizați care sunt principalele sisteme de exploatare agricolă extensivă?

- a. agricultura pastorală; *
- b. sistemul de agricultură complet extensiv;*
- c. sistemele de agricultură ecologică, biologică, biodinamică și forestieră.*

148. În agricultură, unde principalul mijloc de producție este pământul, și unde obiectele muncii și câteodată mijloacele de producție sunt organisme vii, concentrarea producției poate fi:

- a. pe orizontală și pe verticală; *
- b. socială și economică;
- c. vegetală și animală.

149. În Europa de Nord creșterea productivității a fost obținută fie prin intensificarea folosirii mijloacelor de producție, fie printr-o bună valorificare a producției, fie printr-o gestionare mai eficientă a inputurilor. Astfel, sistemele de producție din Europa de Nord se împart în:

- a. sisteme productiviste și sisteme cu o productivitate mai scăzută; *
- b. sistemele tehnologice și economice;
- c. sisteme vegetale intensive și extensive;

150. Trăsăturile generale ale societăților cooperative în agricultură, care derivă din principiile generale ale cooperatiei, sunt:

- a. societatea cooperativă este o societate de persoane; părțile sociale sunt personale și pot fi cedate numai cu consimțământul cooperativei; *
- b. în privința administrării, se aplică principiul “un om un vot”; *
- c. societatea cooperativă în agricultură își desfășoară activitatea în anumite limite teritoriale stabilite prin statut de comun acord cu organismele tutelare. *

151. Analizarea diferitelor tipuri de societăți cooperative prezente în agricultura țărilor dezvoltate permite clasificarea acestora după diferite criterii:

- a. zona de desfășurare a activităților; *
- b. natura activităților cooperativelor; *
- c. anvergura activităților societăților cooperative; *

152. În gruparea agricolă de exploatare în comun (GAEC) întâlnim următoarele categorii de asociați în funcție de calitatea lor:

- a. Șef de exploatare; *
- b. Ajutor familial; *
- c. Lucrători agricoli; *

153. Dacă formele de exploatare reprezintă latura socială a politici de folosire rațională a resurselor de producție din agricultură, sisteme de producție reprezintă latura economică a aceleiași politici, urmărind modul de îmbinare proporțională a utilizării resurselor de producție. Va rugăm să precizați, cate sisteme de exploatare sunt cunoscute în acest moment?

- a. 4 sisteme;
- b. 2 sisteme; *
- c. 3 sisteme.

154. În raport de greutatea specifică pe care o dețin în valoarea producției agricole marfă dintr-o anumită zonă sau unitate productivă, ramurile de producție se împart în:

- a. de bază și complementare; *
- b. ajutătoare și anexe producției agricole; *
- c. cumulative și competitive;

155. Sub raportul relațiilor între diferitele ramuri de producție, organizate în agricultură, ramurile se clasifică în:

- a. ramuri cumulative și competitive; *
- b. ramuri animaliere și vegetale;
- c. ramuri care se condiționează reciproc; *

156. Indicatorul principal al specializării producției agricole atât la nivel de ramură, teritorial sau la nivel de unitate productivă, îl constituie:

- a. cifra de afaceri și productivitatea;
- b. volumul producției și structura producției marfă; *
- c. volumul vânzărilor;

157. Anul înființării primelor bănci populare este:

- a. 1885;
- b. 1893;*
- c. 1889.

158. Anul apariției primelor obști de cumpărare și arendare este:

- a. 1875;
- b. 1864;*
- c. 1885.

CONTABILITATE

159. Care din următoarele elemente patrimoniale fac parte din categoria capitalurilor proprii:

- a. capital social*
- b. credite bancare pe termen lung
- c. furnizori

160. Care din următoarele elemente patrimoniale fac parte din categoria din categoria stocurilor:

- a. materii prime*
- b. clienți
- c. furnizori

161. Creanțele reprezintă:

- a. datorii ale societăților către terți
- b. drepturi de încasat ale societăților*
- c. aporturi aduse la înființarea societății

162. Care din următoarele elemente patrimoniale fac parte din categoria datoriilor pe termen scurt?

- a. credite bancare pe termen lung
- b. fondul de participare la profit
- c. personal – salarii datorate*

163. Contul 378 Diferențe de preț la mărfuri este utilizat pentru înregistrarea:

- a. valorii mărfurilor achiziționate
- b. valoarea adaosului comercial aferent mărfurilor*
- c. valoarea taxei pe valoarea adăugată

164. Contul 378 Diferențe de preț la mărfuri se creditează cu:

- a. valoarea adaosului comercial aferent mărfurilor achiziționate*
- b. valoarea adaosului comercial aferent mărfurilor vândute
- c. valoarea adaosului comercial aferent mărfurilor descărcate din gestiune

165. Contul 408 Furnizori – facturi nesosite are funcție contabilă de:

- a. cont bifuncțional
- b. activ
- c. pasiv*

166. Contul 413 Efecte de primit are funcție contabilă de:

- a. cont bifuncțional
- b. activ*
- c. pasiv

167. Contul 403 Efecte de plătit are funcție contabilă de:

- a. cont bifuncțional
- b. activ
- c. pasiv*

168. Care din următoarele elemente patrimoniale fac parte din categoria activelor circulante bănești:

- a. credite bancare pe termen scurt
- b. casa în lei*
- c. mărfuri

169. Contul 401 Furnizori se debitează cu:

- a. valoarea plăților efectuate în numerar*
- b. valoarea plăților efectuate prin virament*
- c. valoarea încasărilor efectuate prin virament

170. Contul 4111 Clienți se creditează cu:

- a. valoarea plăților efectuate în numerar
- b. valoarea încasărilor în numerar*
- c. valoarea încasărilor efectuate prin virament*

171. Contul 371 Mărfuri înregistrează în debit:

- a. valoarea mărfurilor vândute
- b. valoarea mărfurilor achiziționate*
- c. valoarea adaosului comercial aferent mărfurilor*

172. Care din următoarele elemente patrimoniale fac parte din categoria activelor circulante:

- a. cheltuieli de constituire
- b. fond comercial
- c. mărfuri*

173. Care din următoarele afirmații sunt corecte?

- a. contul 371 Mărfuri este cont de creanțe cu funcție de activ
- b. contul 371 Mărfuri este cont de stocuri cu funcție de activ*
- c. contul 371 Mărfuri este cont de datorii cu funcție de pasiv

174. Care din următoarele afirmații sunt corecte?

- a. Contul 4111 Clienți este cont de datorii cu funcție de pasiv
- b. Contul 4111 Clienți este cont de creanțe cu funcție de activ*
- c. Contul 4111 Clienți este cont de creanțe cu funcție de pasiv

175. Contul 409 Furnizori-debitori are funcție contabilă de:

- a. activ*
- b. pasiv
- c. cont bifuncțional

176. Care formulă contabilă care exprimă în mod corect obținerea produselor finite?

- a.

711 Venituri aferente costurilor stocurilor de produse	=	345 Produse finite
---	---	--------------------

- b.*

345 Produse finite	=	711 Venituri aferente costurilor stocurilor de produse
--------------------	---	---

- c.

371 Mărfuri	=	711 Venituri aferente costurilor stocurilor de produse
-------------	---	---

177. Care formulă contabilă care exprimă în mod corect descărcarea din gestiune a produselor finite?

a.*

711 Venituri aferente = 345 Produse finite
costurilor stocurilor de produse

b.

345 Produse finite = 711 Venituri aferente
costurilor stocurilor de produse

c.

371 Mărfuri = 711 Venituri aferente
costurilor stocurilor de produse

178. Care formulă contabilă care exprimă în mod corect achiziționarea mărfurilor pe bază de factură, cu plata efectuată ulterior, se înregistrează astfel:

a.

% = 401 Furnizori
371 Marfuri
4427 TVA colectata

b.

% = 4111 Clienti
371 Marfuri
4426 TVA deductibila

c. *

% = 401 Furnizori
371 Marfuri
4426 TVA deductibila

179. Care formulă contabilă exprimă în mod corect înregistrarea adaosului comercial și a TVA-ului aferent mărfurilor achiziționate?

a. *

371 = 378
Marfuri Diferente de pret la marfuri

b.

378 = 371
Diferente de pret la marfuri Marfuri

c. *

371 = 4428
Marfuri TVA neexigibila

180. Care formulă contabilă exprimă în mod corect înregistrarea materiilor prime achiziționate de la furnizori, pentru care nu s-a întocmit factură?

a.*

% = 409 Furnizori – debitori
301 Materii prime
4428 TVA neexigibila

b.

% = 408 Furnizori - facturi nesosite
301 Materii prime
4426 TVA deductibila

c.

% = 408 Furnizori – facturi nesosite
301 Materii prime
4428 TVA neexigibila

181. Taxa pe valoarea adăugată deductibilă se calculează astfel:

- a. aplicând cota de 24% asupra valorii bunurilor vândute
- b. aplicând cota de 19% asupra valorii bunurilor vândute*
- c. aplicând cota de 16% asupra valorii bunurilor vândute

182. Valoarea veniturilor aferente produselor finite vândute se determină luând în calcul:

- a. cantitatea vândută*
- b. prețul de vânzare*
- c. costul de producție

183. Valoare produselor finite descărcate din gestiune în momentul vânzării se determină luând în calcul:

- a. cantitatea vândută*
- b. prețul de vânzare
- c. costul de producție*

184. Valoarea adaosului comercial aferent mărfurilor achiziționate de către o societate se determină astfel:

- a. aplicând cota de adaos comercial asupra valorii mărfurilor *
- b. aplicând cota de adaos comercial asupra valorii facturii primite de la furnizor
- c. aplicând cota de adaos comercial asupra valorii facturii emise către client

185. Contul 419 Clienți-creditori are funcție contabilă de:

- a. activ
- b. pasiv*
- c. cont bifuncțional

186. În momentul obținerii, produsele finite se înregistrează în contabilitate la una din următoarele valori:

- a. preț de vânzare
- b. cost de achiziție
- c. cost de producție*

187. Documentele pe baza cărora se înregistrează vânzarea produselor finite pot fi:

- a. bonul de consum
- b. nota de intrare – receptie
- c. factura*

ANALIZA TEHNICO-ECONOMICĂ ȘI GESTIUNEA UNITĂȚILOR DE ALIMENTAȚIE PUBLICĂ ȘI AGROTURISM

188. După modul de urmărire în timp a fenomenelor economice, analiza se clasifică în:

- a. analiză microeconomică și analiză macroeconomică;
- b. analiză statică și analiză dinamică;*
- c. analiză retrospectivă, analiză curentă și analiză previzională;

189. Rentabilitatea economică exprimă:

- a. gradul de utilizare a capitalurilor;
- b. gradul de valorificare a preparatelor culinare obținute;
- c. gradul de utilizare a activelor patrimoniale; *

190. Coeficientul de utilizare a capacității de cazare exprimă:

- a. raportul dintre numărul de camere disponibile și numărul de camere ocupate;
- b. raportul dintre capacitatea efectiv utilizată și capacitatea maxim disponibilă;*
- c. produsul dintre capacitatea efectiv utilizată și capacitatea maxim disponibilă.

191. În funcție de perioada de constituire, stocurile se clasifică în:

- a. stocuri de materii prime, materiale consumabile, produse finite;
- b. stocuri curente, stocuri de siguranță, stocuri sezoniere, stocuri speculative;*
- c. stocuri de mărfuri, de semipreparate, de materiale auxiliare;

192. În categoria stocurilor intră:

- a. mărfuri, materii prime, materiale consumabile, produse finite; *
- b. materiale auxiliare, mașini și utilaje, aparatură de birotică;
- c. mărfuri, clădiri, aparate și instalații;

193. Din punct de vedere al etapei în care se desfășoară fenomenele economico-financiare cercetate, analiza se clasifică în:

- a. analiză microeconomică și macroeconomică;
- b. analiză calitativă și cantitativă;
- c. analiză post-factum, curentă și prospectivă.*

194. Prin căi de mișcare a stocurilor se înțelege:

- a. modalități de mutare a stocurilor dintr-o gestiune în altă gestiune;
- b. căi de intrare și căi de ieșire din gestiune;*
- c. transferul stocurilor într-o magazie;

195. Scăzătorile și perisabilitățile sunt specifice:

- a. activelor fixe;
- b. activelor circulante;*
- c. obiectelor de inventar;

196. Amortizarea se calculează pentru:

- a. active fixe;*
- b. active circulante;
- c. obiecte de inventar;

197. Costul pe cameră ocupată este influențat de:

- a. tariful pe cameră și gradul de ocupare;
- b. cheltuielile cu cazarea și durata medie a unui sejur;
- c. cheltuielile cu cazarea și numărul de camere ocupate;*

198. Încasările din activitatea de cazare sunt influențate de:

- a. tariful pe cameră și numărul de camere ocupate;*
- b. tariful pe cameră și numărul de camere disponibile;
- c. costul pe cameră și gradul de ocupare;

199. Analiza microeconomică cercetează fenomenele economice la nivelul:

- a. unei subramuri economice;
- b. la nivelul economiei naționale;
- c. unei unități economice și a părților ei componente;*

200. Durata medie a unui sejur se determină în funcție de:

- a. număr zile turist și gradul de ocupare;
- b. număr zile turist și profitul pe cameră;
- c. număr zile turist și număr turiști;*

201. Rentabilitatea financiară exprimă:

- a. gradul de utilizare a capitalurilor;*
- b. gradul de utilizare a activelor;
- c. gradul de valorificare a preparatelor culinare obținute;

202. Cheltuielile cu primele de asigurare sunt incluse în categoria:

- a. cheltuielilor financiare;
- b. cheltuielilor din exploatare;*
- c. cheltuielilor extraordinare;

203. Indicii cu bază în lanț se determină prin:

- a. raportarea realizărilor dintr-un an la realizările din anul precedent;*
- b. raportarea realizărilor dintr-un an la realizările dintr-un an luat ca an de referință;
- c. raportarea realizărilor dintr-un an la oricare alt an analizat.

204. Stocurile curente se determină:

- a. ca raport între consumul mediu zilnic și intervalul de timp între două aprovizionări succesive de la furnizor;
- b. ca produs între consumul mediu zilnic și durata unui sezon;
- c. ca produs între consumul mediu zilnic și intervalul de timp între două aprovizionări succesive de la furnizor;*

205. Se dau următoarele date: cost/cameră ocupată: 60 lei; număr camere ocupate: 17; tarif/cameră: 88 lei; număr camere existente: 25. Încasările totale din cazare sunt de:

- a. 1020
- b. 1496*
- c. 2200

206. Se dau următoarele date: cost/cameră ocupată: 60 lei; număr camere ocupate: 17; tarif/cameră: 88 lei; număr camere existente: 25. Profitul/cameră este în acest caz de:

- a. 1020 lei
- b. 8 lei
- c. 28 lei*

207. Metoda substituirilor în lanț se utilizează atunci când între factori există relație de:

- a. diferență;
- b. produs;*
- c. raport;*

208. Metoda balanțieră se utilizează atunci când între factori există relație de:

- a. diferență;*
- b. raport;
- c. sumă*

209. Activele fixe pot avea:

- a. o valoare de intrare în patrimoniu;*
- b. o valoare reală;*
- c. o valoare reziduală;*

210. Căile de intrare în gestiune ale activelor fixe sunt:

- a. prin lucrări de investiții;*
- b. prin plusuri constatate cu ocazia inventarierii;*
- c. prin lucrări de construcții-montaj;*

211. Metodele analizei cantitative sunt:

- a. indicatorii economico-financiar;*
- b. coeficienții de structură, echilibru și eficiență;*
- c. metoda substituirilor în lanț -metoda iterării;*

212. Cheltuielile cu rata de rambursare și dobânda aferente creditelor bancare nu sunt incluse în categoria:

- a. cheltuielilor de exploatare;*
- b. cheltuielilor extraordinare;*
- c. cheltuielilor financiare;

213. Profitul unitar din cazare se determină:

- a. ca diferență între tariful pe cameră și costul pe cameră;*
- b. ca raport între profitul total din cazare și numărul de camere ocupate;*
- c. ca diferență între profitul din cazare și cheltuielile cu cazarea;

214. Reprezintă metodă a analizei cantitative:

- a. coeficienții de structură;*
- b. coeficienții de echilibru;*
- c. coeficienții de eficiență.*

215. Stocurile se caracterizează prin:

- a. valoare de intrare în patrimoniu mai mică de 2500 de lei;*
- b. durată mai mare de 1 an;
- c. participă la un singur ciclu de producție.*

216. Caracteristicile activelor fixe sunt:

- a. sunt supuse uzurii fizice și morale; *
- b. durata de folosință mai mare de 1 an;*
- c. nu sunt supuse amortizării.

LEGISLAȚIE ÎN ALIMENTAȚIA PUBLICĂ ȘI AGROTURISM

217. Brevetul de turism are o valabilitate de:

- a. 3 ani
- b. 5 ani
- c. nelimitată*

218. Pentru obținerea brevetului de manager în activitatea de turism, absolvenții facultăților cu profil de turism trebuie să urmeze un curs de formare managerială specific funcției, cu o durată de cel puțin:

- a. 3 luni
- b. 6 luni*
- c. 9 luni

219. Pensunile agroturistice pot avea maxim:

- a. 8 camere*
- b. 10 camere
- c. 15 camere

220. În conformitate cu legislația în vigoare, la pensiunile agroturistice, turiștilor li se oferă masa preparată din produse:

- a. naturale*
- b. ecologice
- c. chimice

221. Suprafața minimă a unei camere cu 2 paturi la o pensiune agroturistică de o margaretă este de:

- a. 12 mp
- b. 10 mp*
- c. 8 mp

222. Suprafața minimă a unei camere cu 2 paturi la o pensiune agroturistică de 2 margarete este de:

- a. 12 mp
- b. 10 mp*
- c. 8 mp

223. Suprafața minimă a unei camere cu 2 paturi la o pensiune agroturistică de 3 margarete este de:

- a. 12 mp*
- b. 10 mp
- c. 14 mp

224. Suprafața minimă a unei camere cu 2 paturi la o pensiune agroturistică de 4 margarete este de:

- a. 10 mp
- b. 12 mp
- c. 14 mp*

225. Suprafața minimă a unei camere cu 2 paturi la o pensiune agroturistică de 5 margarete este de:

- a. 16 mp*
- b. 12 mp
- c. 14 mp

226. La pensiunile agroturistice de 5 margarete, punctajul minim rezultat din evaluarea criteriilor suplimentare este de:

- a. 180 puncte
- b. 160 puncte*
- c. 150 puncte

227. La pensiunile agroturistice de 4 margarete, punctajul minim rezultat din evaluarea criteriilor suplimentare este de:

- a. 80 puncte
- b. 130 puncte*
- c. 150 puncte

228. La pensiunile agroturistice de 3 margarete, punctajul minim rezultat din evaluarea criteriilor suplimentare este de:

- a. 90 puncte*
- b. 120 puncte
- c. 150 puncte

229. La pensiunile agroturistice de 2 margarete, punctajul minim rezultat din evaluarea criteriilor suplimentare este de:

- a. 50 puncte*
- b. 120 puncte
- c. 80 puncte

230. Numărul maxim de locuri într-o cameră la pensiunile agroturistice de o margaretă este de:

- a. 2
- b. 3
- c. 4*

231. Numărul maxim de locuri într-o cameră la pensiunile agroturistice de 2 margarete este de:

- a. 2
- b. 3*

c. 4

232. Numărul maxim de locuri într-o cameră la pensiunile agroturistice de 3 margarete este de:

- a. 2
- b. 3*
- c. 4

233. Numărul maxim de locuri într-o cameră la pensiunile agroturistice de 4 margarete este de:

- a. 2*
- b. 3
- c. 4

234. Numărul maxim de locuri într-o cameră la pensiunile agroturistice de 5 margarete este de:

- a. 2*
- b. 3
- c. 4

235. La clasificarea unei pensiuni agroturistice, câte puncte se obțin, dacă există grătar în aer liber:

- a. 2
- b. 3*
- c. 5

236. La clasificarea unei pensiuni agroturistice, câte puncte se obțin, dacă există locuri de joacă amenajate pentru copii:

- a. 2
- b. 7*
- c. 5

237. La clasificarea unei pensiuni agroturistice, câte puncte se obțin, dacă există piscină în aer liber:

- a. 12
- b. 15*
- c. 25

238. La clasificarea unei pensiuni agroturistice, câte puncte se obțin, dacă există televizor cu recepție canale TV în toate camerele:

- a. 3*
- b. 5
- c. 15

239. La clasificarea unei pensiuni agroturistice, câte puncte se obțin, dacă există telefon în fiecare cameră:

- a. 3
- b. 5*
- c. 15

240. La clasificarea unei pensiuni agroturistice, câte puncte se obțin, dacă există drum carosabil până la poarta pensiunii:

- a. 3*
- b. 5
- c. 15

241. La clasificarea unei pensiuni agroturistice, câte puncte se obțin, dacă există instalații de energie alternativă funcționale și care asigură minimum 5% din consumul general:

- a. 20*
- b. 10
- c. 15

242. La clasificarea unei pensiuni agroturistice, câte puncte se obțin, dacă există semnalizare de la șoseaua principală:

- a. 3
- b. 2*
- c. 5

243. La clasificarea unei pensiuni agroturistice, câte puncte se obțin, dacă pensiunea deține eticheta ecologică:

- a. 30
- b. 25*
- c. 15

244. La unitățile de alimentație publică (restaurantele) de 5 stele indicele de suprafață (mp/loc masă) trebuie să fie de:

- a. 1,8
- b. 1,6*
- c. 1,5

245. La unitățile de alimentație publică (restaurantele) de 4 stele indicele de suprafață (mp/loc masă) trebuie să fie de:

- a. 1,8
- b. 1,6
- c. 1,5*

246. La unitățile de alimentație publică (restaurantele) de 3 stele indicele de suprafață (mp/loc masă) trebuie să fie de:

- a. 1,3*
- b. 1,6
- c. 1,5

247. La unitățile de alimentație publică (restaurantele) de 2 stele indicele de suprafață (mp/loc masă) trebuie să fie de:

- a. 1,3
- b. 1,0*
- c. 1,5

248. Amenajări în aer liber pentru odihnă și relaxare se solicită la pensiunile agroturistice de:

- a. 3 margarete*
- b. 4 margarete*
- c. 5 margarete*

249. În conformitate cu legislația în vigoare, în cadrul pensiunilor agroturistice, trebuie să se desfășoare cel puțin o activitate legată de:

- a. agricultură*
- b. creșterea animalelor*
- c. meșteșugărit*

250. În conformitate cu legislația în vigoare, curte proprie cu spații verzi se solicită la pensiunile agroturistice de:

- a. 3 margarete*
- b. 4 margarete*
- c. 5 margarete*

251. Lista meniu, în care vor fi menționate preparatele culinare cu denumirea, componența și gramajul lor detaliat, în limba română și în două limbi de circulație internațională este obligatorie pentru restaurantele de:

- a. 3 stele*
- b. 4 stele*
- c. 5 stele*

252. La clasificarea unei pensiuni agroturistice, se primesc 25 de puncte dacă există implementat un sistem de:

- a. management al calității*
- b. management de mediu *
- c. management al siguranței alimentelor*

253. La clasificarea unei pensiuni agroturistice, se primesc 25 de puncte dacă există implementat un sistem de:

- a. management al calității*
- b. management pentru sănătate și securitate ocupațională.*
- c. management al siguranței alimentelor*

SOCIOLOGIE RURALĂ

254. Autarhia se referă la:

- a. izolarea din satul tradițional*
- b. mobilitate socială
- c. pătrunderea noului în mediul rural

255. Cercetări sociologice semnificative și originale asupra ruralului tradițional românesc au fost realizate de:

- a. Școala de la Chicago
- b. Școala de la Roma
- c. Școala Monografică de la București*

256. Ruralul tradițional se caracterizează prin:

- a. exod rural
- b. autarhie economică, demografică, culturală*
- c. diversificare ocupațională

257. Satul românesc tradițional se baza pe:

- a. valori și tradiții
- b. autarhie economică și demografică*
- c. exod rural

258. În satul tradițional obștea sătească este:

- a. asociație agricolă
- b. organizație de producători agricoli
- c. un organ de conducere*

259. Modelul comunității rurale tradiționale cuprinde:

- a. autarhia economică, omogenitate culturală, diversitate socială*
- b. omogenitatea sociologică, apartenență economică zonală, diversitate socială
- c. diversitatea spirituală

260. Prin inovație se desemnează:

- a. conservatorism
- b. noi materii prime sau echipamente*
- c. păstrarea funcționalității generale a gospodăriei agricole

261. Procesul de acceptare al inovațiilor cuprinde următoarele etape:

- a. adaptarea, cunoașterea, preocuparea, evaluarea, experimentarea
- b. cunoașterea, preocuparea, evaluarea, experimentarea, adaptarea*
- c. evaluarea, cunoașterea, preocuparea, experimentarea, adaptarea

262. Sursele obiective personale de difuzare a inovațiilor sunt:

- a. liderii de opinie;
- b. grupurile familiale;
- c. experții, specialiștii, reprezentanți unor organizații specializate în consultanță agricolă*

263. Mobilitatea verticală se referă la:

- a. trecerea de la un statut inferior la unul superior și trecerea de la un statut superior la unul inferior*
- b. trecerea de la un statut superior la unul intermediar și trecerea de la un statut intermediar la un statut superior
- c. trecerea de la un statut economic la un statut social și trecerea de la un statut social la unul economic

264. Mobilitatea teritorială și cea ocupațională o întâlnim în cazul:

- a. navetismului
- b. mișcărilor pendulatorii
- c. migrațiilor*

265. Navetismul reprezintă:

- a. mobilitate instituțională
- b. mobilitate definitivă
- c. pendularea indivizilor între localitățile de domiciliu și cele de muncă*

266. Mobilitatea intragenerațională marchează modificări ale poziției sociale:

- a. de la o generație la alta
- b. în cadrul aceleiași generații*
- c. în cadrul a două sau mai multe generații succesive

267. Procesul de modernizare implică:

- a. creștere economică (producția pe locuitor) relativ continuă*
- b. puține surse de informare
- c. grad redus de mobilitate socială

268. Procesul modernizării are următoarea caracteristică pozitivă:

- a. elimină elementele tradiționale
- b. dezvoltă aspectele calitative rurale- habitat, modele culturale*
- c. determină un schimb neechilibrat între sat și oraș

269. Modernizarea este un proces:

- a. caracteristic numai satului,
- b. caracteristic numai orașului
- c. universal, caracteristic atât satului cât și orașului.*

270. Satul se definește ca:

- a. o categorie social-teritorială, populație se ocupă, în principal, cu agricultura*
- b. o așezare umană cu activități specifice, densitate demografică mare
- c. diversitatea ocupațiilor specializate

271. Comunitățile rurale se definesc:

- a. printr-un ansamblu de gospodării care posedă un teritoriu*
- b. relații formalizate între instituții
- c. norme și reguli formale

272. Etapa recoltării datelor este

- a. etapa empirică*
- b. etapă teoretică
- c. etapa finală

273. Interviuul sociologic poate fi:

- a. deschis
- b. închis
- c. semistructurat*

274. Etapa finală a unei cercetări sociologice înseamnă redactarea raportului. Acest raport final cuprinde:

- a. introducerea în problemă;*
- b. prezentarea tehnicilor și procedurilor utilizate*
- c. prezentarea concluziilor și interpretarea rezultatelor.*

275. Satul devălmaș reprezintă comunitatea în care există:

- a. asociație de gospodării pe baza unui teritoriu exploatat în comun*
- b. predominanța drepturilor comunității, comparativ cu drepturile individuale*
- c. reglementarea vieții sociale cu ajutorul datinilor și normelor tradiționale*

276. În concepția lui D. Gusti manifestările sociale sunt:

- a. economice*
- b. spirituale *
- c. politico-juridice

277. În procesul difuzării inovației, sursele de informare sunt:

- a. surse neoficiale, personale*
- b. surse obiective personale*
- c. surse comerciale*

278. Sursele comerciale de difuzarea a inovațiilor sunt:

- a. consultanța agricolă
- b. vânzătorii*
- c. reprezentanții firmelor comerciale*

279. Integrarea specialiștilor depinde de:

- a. capacitatea de învățare;*
- b. perceperea și interpretarea specificității rurale;*
- c. capacitatea comunicativă;*

280. Migrația presupune mișcarea populației:

- a. urban-urban;*
- b. urban-rural;*
- c. rural-urban;*

281. Navetismul este:

- a. formă specifică de mobilitate teritorială*
- b. se manifestă prin pendularea unor persoane*
- c. între localitățile de domiciliu și cele de muncă*

282. Migrația este:

- a. formă specifică de mobilitate teritorială*
- b. se manifestă prin schimbarea definitivă a domiciliului*
- c. se manifestă prin pendularea între localitățile de domiciliu și cele de muncă*

283. După componentele poziției sociale care se modifică, mobilitatea socială poate fi:

- a. geografică, *
- b. profesională,*
- c. instrucțională*

284. Etapele cercetării sociologice sunt:

- a. elaborarea proiectului de cercetare*
- b. culegerea și interpretarea datelor*
- c. elaborarea raportului de cercetare *

285. Comunitățile urbane se caracterizează prin:

- a. densitate demografică mare; *
- b. relații sociale reglementate formal*
- c. restrângerea ponderii relațiilor de rudenie*

ECONOMIA ALIMENTAȚIEI PUBLICE ȘI AGROTURISMULUI

286. Evaluarea serviciilor este mai dificilă și, adesea, subiectivă datorită caracteristicilor lor de:

- a. nestocabilitate;
- b. absență a proprietății;
- c. imaterialitate; *

287. În cazul unei oferte de servicii mai mare decât cererea, dintre consecințele ce pot apărea se numără:

- a. creșterea tarifelor;
- b. neacoperirea cererii;
- c. imobilizarea de fonduri.*

288. După modul de formulare a deciziei de cumpărare, serviciile turistice pot fi:

- a. servicii cu plată și servicii gratuite;
- b. servicii ferme și servicii spontane;*
- c. servicii de agrement și servicii de informare;

289. Pentru o stațiune turistică montană, curba sezonității este:

- a. cu o singură perioadă de sezon;
- b. fără concentrări semnificative;
- c. cu două perioade de sezon;*

290. Concentrarea cererii turistice se poate manifesta:

- a. în timp și în spațiu;
- b. în timp, spațiu și motivație;*
- c. numai datorită unor situații conjuncturale;

291. Rata profitului se calculează ca:

- a. diferența între venituri și profit;
- b. raport între cheltuieli și profit;
- c. raport între profit și cheltuieli;*

292. Productivitatea muncii, reprezintă un indicator prin care măsurăm eficiența utilizării factorului uman:

- a. acest indicator ar trebui să aibe valori în scădere continuă și situate sub media înregistrată în sector;

- b. o creștere sănătoasă a acestui indicator se obține prin creșterea continuă a numărului personalului;
- c. indicatorul se poate calcula prin raportarea numărului de angajați la cifra de afaceri/ producția realizată/ excedentul brut din exploatare/ valoarea adăugată.*

293. Din categoria zonelor cu o activitate evasipermanentă sau fără concentrări sezoniere semnificative fac parte:

- a. centrele urbane și stațiunile balneare;*
- b. stațiunile de pe litoral;
- c. arealele turistice din zona Deltei Dunării.

294. Durata medie a sejurului, ca indicator al circulației turistice (interne și internaționale) a înregistrat:

- a. un curs ascendent lent;
- b. un curs staționar;
- c. o tendință descrescătoare.*

295. Categoria „turism național”, ca forma derivată a turismului, reprezintă:

- a. turismul intern și turismul internațional emițător;*
- b. turismul vizitatorilor interni în interiorul țării de referință, însemnând, rezidenți ai țării de origine, care călătoresc în această țară;
- c. turismul vizitatorilor rezidenți în afara teritoriului țării de referință, însemnând, rezidenți din țara de origine care călătoresc în altă țară.

296. Unitățile de primire turistică independente, gestionate de proprietar, reprezintă o formă de exploatare a unităților de cazare:

- a. cu o poziție dominantă pe plan mondial, în cadrul diverselor forme de exploatare;
- b. în care atât proprietatea cât și managementul sunt deținute de o aceeași persoană (fizică sau juridică);*
- c. în care proprietarul nu trebuie să se implice personal în managementul unităților de cazare.

297. Care din următoarele mutații sunt în economia românească în ultimii ani: creșterea ponderii sectorului terțiar în populația ocupată (P.O.) (1); creșterea ponderii sectorului primar în P.O. (2); scăderea ponderii sectorului secundar în P.O. (3); devansarea ponderii sectorului terțiar în P.O. de către ponderea acestui sector în PIB (4), reprezintă indicatori ai modernizării economiei:

- a. 1,2,3
- b. 2,3,4
- c. 1,3,4*

298. Veniturile populației reprezintă un important factor economic de influență asupra activității turistice. Modul său de acțiune se exprimă astfel:

- a. pe măsură ce nivelul global al veniturilor crește, partea destinată activităților turistice scade relativ;
- b. există o corelație directă între evoluția veniturilor și cheltuielile pentru turism, dar variația acestora din urmă este, de regulă, mai amplă.*
- c. o creștere a veniturilor bănești conduce la o sporire, mai mică sau cel mult egală, a cheltuielilor turistice.

299. Rata de schimb valutar a unei țări are o influență importantă asupra performanței turistice:

- a. o depreciere a monedei determină o creștere a costului turismului și, prin urmare, o scădere a fluxului de turiști;
- b. o apreciere a monedei determină o scădere a costului turismului și, prin urmare, o creștere a fluxului de turiști;
- c. fluxul de turiști internaționali către o țară străină tinde să crească din moment ce cursul de schimb scade.*

300. Dintre factorii de influență cu impact pozitiv asupra ofertei turistice, prin efectul de reducere a costurilor, enumerăm:

- a. inovația tehnologică;*
- b. creșterea veniturilor populației;
- c. inflația prețurilor.

304. Dintre factorii de influență cu impact pozitiv asupra ofertei turistice, prin efectul de creștere a prețurilor produselor turistice, enumerăm:

- a. taxele și impozitele;
- b. restricțiile în circulația călătorilor (vize etc);
- c. tendințele modei; *

301. Densitatea circulației turistice se determină ca un raport între:

- a. numărul turiștilor și populația rezidentă; *
- b. populația rezidentă și numărul turiștilor;
- c. numărul turiștilor și suprafață.*

302. Atenuarea sezonality presupune:

- a. prelungirea sezonului; *
- b. dezvoltarea pe cât posibil a perioadelor pre- și post-sezon;*
- c. reducerea solicitărilor în perioada extrasezon;

303. Coincidența în timp și spațiu a producției și consumului serviciilor agroturistice reprezintă o caracteristică a serviciilor turistice ce desemnează:

- a. prezența în același loc a prestatorului și beneficiarului;*
- b. realizarea unor servicii agroturistice de calitate prin ridicarea permanentă a nivelului calificării și a conștiinței lucrătorului din agroturism;
- c. simultaneitatea execuției și consumării serviciilor.*

304. Între caracteristicile specifice serviciilor turistice se numără:

- a. imaterialitatea;*
- b. tangibilitatea;
- c. perisabilitatea;*

305. Rolul și locul turismului în economia națională se analizează prin intermediul următorilor indicatori:

- a. contribuția turismului la creșterea produsului intern brut;*
- b. contribuția turismului la crearea de locuri de muncă;*
- c. aportul de valută în cadrul balanței de plăți.*

306. Creșterea veniturilor bănești ale populației influențează cererea de vacanțe sub aspectul:

- a. duratei sejurului; *
- b. frecvenței vacanțelor *
- c. distribuției în timp și spațiu; *

307. Pentru definirea spațiului rural este utilizată definiția propusă de către Organizația Economică pentru Cooperare și Dezvoltare (OECD). Această definiție:

- a. are la baza criteriul densității populației; *
- b. utilizează o abordare secvențială, în prima etapă identificându-se, unitățile locale cu o densitate a populației sub 150 persoane / km²).*
- c. clasifică regiunile (NUTS 3 or NUTS 2) în funcție de ponderea populației rurale în: arii rurale dense, rare, sau arii rurale ce nu prezintă nici un interes economic

308. Dezvoltarea agroturismului, ca element de diversificare a economiei rurale, a fost încununată de succes în multe țări europene. Totuși următorii factori de risc pot fi identificați în implementarea acestuia:

- a. creșterea ratei criminalității în cadrul comunităților rurale;*
- b. creșterea costului serviciilor publice și private;*
- c. creșterea prețurilor proprietăților imobiliare. *

309. Dintre cei mai sugestivi indicatori utilizați în stabilirea importanței sectorului turistic în economie, fac parte :

- a. contribuția la crearea produsului intern brut (PIB);*

- b. ponderea populației ocupate în sectorul serviciilor din total populație ocupat ;*
- c. ponderea cheltuielilor pentru servicii în cheltuielile totale de consum ale populației.*

310. Criteriile de analiză a forței de muncă angajate în sectorul turistic sunt reprezentate de:

- a. structura forței de muncă pe trepte de pregătire; *
- b. proporția angajaților sezonieri din total angajați; *
- c. fluctuația personalului.*

311. Elasticitatea cererii de servicii turistice la preț măsoară reacția consumatorilor la variațiile de preț. Se calculează prin:

- a. raportul dintre variația relativă a cantității cumpărate la variația relativă a costului de oportunitate;
- b. raportul dintre variația relativă a cantității cumpărate la variația relativă corespunzătoare a venitului;
- c. nici una din modalitățile enumerate*

312. Datele statistice relevă existența unei strânse legături între nivelul dezvoltării economice și ponderea populației ocupate în sectorul serviciilor:

- a. pe măsura dezvoltării economice, crește cererea pentru servicii, determinând majorarea ponderii populației ocupate în acest sector;*
- b. în țările dezvoltate economic serviciile ajung până la 30-40%, în funcție de modelele de creștere economică;
- c. extinderea progresului tehnic în cadrul serviciilor, determină scăderea ponderii populației ocupate, mai ales în statele puternic dezvoltate.

313. Prin tendința de “terțiarizare” a economiei se înțelege:

- a. deplasarea continuă a forței de muncă spre ramurile din sfera serviciilor;*
- b. deplasarea forței de muncă spre sectorul agricol;
- c. deplasarea forței de muncă spre sectorul industriei.

COSTURI, PREȚURI SI TARIFE ÎN AGRICULTURĂ

314. Prețurile CIF cuprind:

- a. cheltuielile de transport până la portul de destinație, fără a fi acoperite cheltuielile de asigurare
- b. cheltuielile de transport, asigurare și navlu până la portul de destinație; *
- c. cheltuielile de transport și asigurare până la portul de destinație, fără a fi acoperite cheltuielile de navlu

315. În cazul prețurilor franco – destinație:

- a. marfa este livrată cumpărătorului și toate cheltuielile de manipulare, încărcare, transport și asigurare cad în sarcina acestuia
- b. marfa este livrată cumpărătorului și toate cheltuielile de manipulare, încărcare, transport și asigurare cad în sarcina furnizorului *
- c. marfa este livrată cumpărătorului și cheltuielile de manipulare, încărcare, transport și asigurare se împart între furnizor și cumpărător

316. Care este prima categorie de preț care a apărut în istorie?

- a. prețul relativ *
- b. prețul real
- c. prețul curent

317. Cum vor fi prețurile furnizorilor care nu au putere de negociere în relația cu clienții?

- a. ridicate
- b. scăzute *
- c. prețurile nu sunt influențate de puterea de negociere.

318. Care din afirmațiile următoare sunt corecte?

- a. prin subvenționarea exporturilor prețul pe piața internă nu este modificat.
- b. prin subvenționarea exporturilor prețul pe piața internă devine mai mic.
- c. prin subvenționarea exporturilor prețul pe piața internă devine mai mare. *

319. Cum vor fi prețurile produselor unui sector de activitate neprotejat prin bariere la intrare importante?

- a. ridicate
- b. scăzute*
- c. prețurile nu sunt influențate de barierele la intrare.

320. Puterea de negociere a clienților este mare atunci când:

- a. produsele cumpărate din sector reprezintă o parte mică a costurilor sau a achizițiilor clientului.
- b. produsele cumpărate din sector sunt diferențiate
- c. acest grup este concentrat sau cumpără cantități importante în raport cu cifra de afaceri a vânzătorului*

321. Un grup de furnizori este puternic atunci când:

- a. furnizorii sunt obligați să lupte contra produselor de înlocuire
- b. sectorul este un client important al grupului de furnizori
- c. grupul de furnizori constituie o amenințare credibilă de integrare în aval. *

322. Costurile de transfer includ:

- a. costurile de reciclare a forței de muncă; *
- b. costul de timp pentru a proba sau admite o nouă sursă de aprovizionare *
- c. costuri pe termen lung pe care cumpărătorul trebuie să le suporte pentru a trece de la un produs al unui furnizor la altul

323. Existența produselor diferențiate semnifică faptul că:

- a. firmele bine stabilite au o imagine de marcă și o clientelă fidelă *
- b. există o constrângere pe noii veniți la cheltuieli mari pentru a distruge fidelitatea clienței existente *
- c. investițiile pentru instalarea unei imagini de marcă nu sunt foarte riscante

324. Prețul real se calculează prin raportarea prețului nominal de la un moment dat la:

- a. prețul unui bun *
- b. prețul unui serviciu*
- c. un venit ales ca etalon.*

325. Preț flat reprezintă:

- a. prețul la care se negociază cerealele pe piața internațională *
- b. suma plătită în momentul livrării mărfii cu standardul corespunzător în totalitate cu prețul stabilit *
- c. o categorie de preț, care este similară cu prețul net *

326. Curba costului marginal are următoarea evoluție pe termen scurt:

- a. se situează sub curba costului mediu când acesta crește;
- b. intersectează curba costului mediu în punctul de minim al acestuia;*
- c. costul marginal se situează deasupra costului mediu cât timp acesta scade.

327. Care din afirmațiile de mai jos sunt corecte:

- a. oferta este considerată ca fiind legată în mod pozitiv de preț iar funcția ofertei este descrescătoare în preț;
- b. cu cât prețul este mai ridicat cu atât oferta tinde să scadă;
- c. oferta este considerată ca fiind legată în mod pozitiv de preț iar funcția ofertei este crescătoare în preț;*

328. Cum vor fi prețurile produselor unui sector de activitate relativ concentrat în relația cu clienții?

- a. ridicate *
- b. scăzute
- c. prețurile nu sunt influențate de concentrarea sectorului de activitate.

329. Intrarea unui nou venit într-un sector de activitate care realizează produse diferențiate presupune riscuri:

- a. relativ mari; *

- b. relativ mici;
- c. riscurile asociate intrării într-un sector de activitate nu depind de diferențierea produselor.

330. Cum vor fi prețurile produselor unui sector de activitate ale cărui produse sunt concurate de produse de înlocuire cu preț comparativ relativ scăzut?

- a. ridicate
- b. scăzute *
- c. prețurile de valorificare nu sunt influențate de prețurile produselor de înlocuire.

331. Costul total pentru obținerea unei unitati de produs este de 370 lei. Prin producerea unei unitati suplimentare din acelasi produs, costul total pentru cele doua unitati produse va creste cu 150 de lei. In conditiile in care costul fix total este de 200 lei, iar Costul marginal pentru producerea unei unitati de produs a fost de 170 de lei,

- a. costul marginal in cazul producerii celei de-a doua unitati de produs va fi mai mic decat pentru producerea unei unitati de produs *
- b. costul marginal se va mentine identic
- c. costul marginal in cazul producerii celei de-a doua unitati de produs va fi mai mare decat pentru producerea unei unitati de produs

332. Costul total pentru obținerea a 5 unitati de produs este de 810 lei. Prin producerea unei unitati suplimentare din acelasi produs, costul total pentru cele doua unitati produse va creste cu 70 de lei.

In conditiile in care costul fix total este de 200 lei, iar Costul marginal pentru producerea a 5 unitati de produs a fost de 70 de lei,

- a. costul marginal in cazul producerii a 6 unitati de produs va fi mai mic decat pentru producerea a 5 unitati de produs
- b. costul marginal se va mentine identic *
- c. costul marginal in cazul producerii a 6 unitati de produs va fi mai mare decat pentru producerea a 5 unitati de produs

333. Costul total pentru obținerea unei unitati de produs este de 370 lei. Prin producerea unei unitati suplimentare din acelasi produs, costul total pentru cele doua unitati produse va creste cu 150 de lei.

In conditiile in care costul fix total este de 200 lei, pentru doua unitati produse:

- a. $CFM > CVM$
- b. $CFM < CVM$ *
- c. $CTM > CVM$ *

334. Costul mediu este o categorie de cost despre care se poate afirma că:

- a. nu este legat de volumul de producție realizat
- b. se determină în raport cu variația producției într-un interval de timp
- c. se poate calcula prin raportarea costului total la numărul de unități de produse obținute *

335. Costul marginal este o categorie de cost despre care se poate afirma că:

- a. nu este influențat de producerea unei unități suplimentare de produs
- b. se determină în raport cu producția realizată la un moment dat
- c. poate fi exprimat ca un raport între creșterea costului total și creșterea producției *

336. Costul fix mediu este o categorie de cost despre care se poate afirma că:

- a. duce la formarea costului total mediu prin însumarea acestuia cu costul variabil total
- b. se determină ca un raport între costul fix total și cantitățile produse *
- c. crește pe măsura producere de unități suplimentare dintr-un produs

337. Costul complet este determinat prin însumarea următoarelor categorii de cost:

- a. costurile directe și costurile indirecte *
- b. costurile fixe medii și costurile variabile medii
- c. costurile medii și costurile marginale

338. Costul total pentru obtinerea a 8 unitati de produs este de 890 lei. Prin producerea unei unitati suplimentare din acelasi produs, costul total pentru cele noua unitati produse va creste la 1060 lei.

In conditiile in care costul fix total este de 200 lei, pentru noua unitati produse:

- a. Costul marginal =170 *
- b. $CFM < CVM$ *
- c. $CVM < CTM$ *

339. Între prețul de echilibru și prețul pieței pot exista următoarele corelații:

- a. dacă oferta este excedentară, prețul pieței este mai mare decât prețul de echilibru
- b. dacă oferta este excedentară, prețul pieței este mai mic decât prețul de echilibru *
- c. prețul pieței nu poate fi egal cu prețul de echilibru

340. O firmă poate opta pentru stabilirea unui preț la un nivel mai mic decât costul atunci când:

- a. se înregistrează o creștere a cererii pe piață
- b. se înregistrează o diminuare pe termen lung a cererii
- c. se înregistrează o diminuare pe termen scurt dar masivă a cererii*

341. O întreprindere aflată în situația de monopol poate să își propună ca strategie de stabilire a pretului:

- a. stabilirea prețului pentru obtinerea de profit maxim *
- b. stabilirea prețului pentru maximizarea cifrei de afaceri *
- c. stabilirea prețului pentru maximizarea cantității produsă și comercializată.*

342. Randamentele de scară pot fi:

- a. constante dacă producția crește în aceeași proporție cu creșterea inputurilor;*
- b. crescătoare dacă outputul crește într-o proporție mai mare decât creșterea de inputuri; *
- c. descrescătoare, dacă producția crește într-o proporție mai mica *

MARKETING

343. Newsletter-ul electronic este un instrument de marketing pe care îl utilizează organizațiile turistice pentru a promova oferta de produse și/sau servicii în cadrul campaniilor de promovare:

- a. în presa scrisă;
- b. online;*
- c. la radio.

344. Distribuția exclusivă a produsului turistic presupune folosirea:

- a. anumitor intermediari;
- b. unui singur intermediar;*
- c. unui număr nelimitat de intermediari.

345. Particularități ale produsului turistic sunt:

- a. faptul că, în majoritatea cazurilor, produsul turistic este rezultatul acțiunii conjugate a mai multor prestatori de servicii;
- b. caracterul nestocabil al majorității componentelor produsului turistic;
- c. toate variantele de mai sus.*

346. Marketingul verde sau:

- a. Marketingul agricol;
- b. Marketingul sportiv;
- c. Marketingul ecologic;*

347. Obiectivul final al activității de marketing este:

- a. crearea de valoare-satisfacție pentru clienți, în condiții de profitabilitate pentru prestator; *
- b. o politică de resurse umane în concordanță cu obiectivele firmei;
- c. un management modern.

348. Distribuția directă se utilizează atunci când:

- a. se delegă responsabilitatea pentru promovarea, rezervarea și prestarea serviciilor uneia sau mai multor organizații turistice;
- b. organizațiile turistice își asumă responsabilitatea totală pentru promovarea, rezervarea și prestarea serviciilor către clienți;*
- c. se folosește un număr mare de intermediari pentru promovarea, rezervarea și prestarea serviciilor către clienți.

349. Instrumentul de comunicare folosit în cadrul campaniilor de informare a turiștilor, realizate on-line, prin e-mail, este:

- a. anunțul publicitar;
- b. spotul radio;
- c. newsletter-ul electronic.*

350. Cea mai importantă formă de publicitate exterioară se realizează prin:

- a. afișaj;*
- b. panouri;
- c. cataloguri

351. Marketingul în amplul său demers are ca element central de referință:

- a. oferta;
- b. piața;
- c. consumatorul;*

352. Concurența este total absentă în situația de:

- a. concurență pură;
- b. monopol;*
- c. concurență imperfectă.

353. Numărul total al consumatorilor care ar putea cumpăra un produs turistic la un moment dat formează:

- a. piața reală a produsului;
- b. piață potențială a produsului;*
- c. cota relativă de piață a pensiunii.

354. Dintre componentele mix-ului de marketing, în eforturile de fidelizare a turiștilor se apelează cel mai adesea la:

- a. preț;*
- b. distribuție;
- c. produs.

355. Componente ale mix-ului de marketing care au impact asupra turiștilor sunt:

- a. produsul și prețul;
- b. distribuția și promovarea;
- c. ambele variante.*

356. În rândul factorilor care acționează asupra cererii, iar prin intermediul acesteia asupra pieței turistice, se înscriu:

- a. gradul de concentrare a pieței turistice;
- b. nivelul inflației;*
- c. nivelul de dezvoltare a infrastructurii.

357. Gradul de accesibilitate a resurselor turistice este determinat de:

- a. volumul potențial al resurselor turistice;
- b. structura și calitatea resurselor turistice;
- c. amploarea și calitatea lucrărilor de amenajare turistică.*

358. Conceptul de marketing semnifică:

- a. o atitudine;
- b. o filozofie;

c. ambele variante prezentate.*

359. Cunoașterea evoluției nevoilor, cerințelor, exigențelor și comportamentului de cumpărare și consum al clientelei turistice constituie un obiectiv al:

- a. politicii de marketing;
- b. strategiei de piață;
- c. cercetărilor de marketing.*

360. Funcția marketingului de investigare a pieței, a necesităților de consum turistic, presupune:

- a. înnoirea permanentă a ofertei de produse și servicii turistice;
- b. investigarea componentelor mediului (demografice, economice, sociale etc.), ale căror influențe se regăsesc în comportamentul de consum al turiștilor;*
- c. promovarea spiritului creator în întreaga activitate.

361. Etapa lansării unui nou produs turistic se caracterizează prin:

- a. confruntarea noului produs cu un mare număr de produse concurente;
- b. absența oricărui risc în procesul de comercializare;
- c. eforturi de marketing în vederea dezvoltării cererii primare.*

362. Cea mai eficientă variantă pentru distribuția produselor și/sau serviciilor turistice esre reprezentată de:

- a. sistemele telefonice de rezervare;
- b. sistemele online de rezervare;*
- c. sistemele directe de rezervare, la sediile distribuitorilor.

363. Una dintre formele cele mai vizibile ale activității de marketing turistic direct, prin prisma frecvenței de desfășurare și a bugetelor alocate, este reprezentată de campaniile de:

- a. direct mail;*
- b. publicitate TV cu răspuns direct;
- c. publicitate în presă;

364. Evoluția de ansamblu a pieței turistice este determinată de:

- a. potențialul turistic al unei zone, exprimat prin volumul, structura și calitatea resurselor turistice;*
- b. gradul de amenajare turistică a unui spațiu geografic;*
- c. nivelul de dezvoltare a infrastructurii unui spațiu geografic.*

365. O nișă de piață atractivă se caracterizează prin următoarele elemente:

- a. firmele trebuie să-și specializeze operațiunile pentru a avea succes;*
- b. clienții sunt dispuși să plătească un preț mai mare acelei firme care le va satisface cel mai bine nevoile;*
- c. consumatorii au un set de nevoi distinct și relativ complex.*

366. Subiecții relațiilor turistice pot fi considerați a fi:

- a. turiștii; *
- b. excursioniștii; *
- c. vizitatorii.*

367. Între simbolurile capabile să transmită imaginea unui produs sau a unei destinații turistice, se înscriu:

- a. unicitatea resurselor turistice (frumusețea peisajului, vestigii istorice etc.);*
- b. unități de cazare și alimentație de calitate ridicată;*
- c. ambianța de ansamblu.*

368. Care dintre următoarele faze presupun interacțiunea turistului cu pensiunea/unitatea de cazare:

- a. alăturarea;*
- b. consumul;*
- c. detașarea.*

369. În accepțiunea marketingului, un produs turistic nou este pachetul de bunuri materiale și servicii care:

- a. prezintă una sau mai multe însușiri noi;*
- b. pune în valoare o caracteristică ce nu a fost utilizată, comparativ cu produsele deja existente pe piață;*
- c. folosește idei clasice, deja consacrate și care oferă o oarecare siguranță de succes.

370. Printre componentele sistemului de comunicare de marketing de la nivelul unității turistice se află:

- a. emițătorul și receptorul;*
- b. codificarea, decodificarea și reacția;
- c. mediile de comunicare.*

371. Pot face obiectul unei campanii de publicitate:

- a. produsele/serviciile turistice;*
- b. destinațiile turistice;*
- c. mărcile și organizația de turism.*

372. Printre mediile de comunicare pe care organizațiile turistice le pot utiliza pentru a-și desfășura campaniile de publicitate se numără:

- a. presa;*
- b. publicitatea exterioară, târgurile de turism;
- c. radioul și televiziunea.*

373. Organizațiile turistice pot viza, prin intermediul campaniilor de publicitate realizate:

- a. consumatorii individuali;*
- b. consumatorii organizaționali;*
- c. intermediarii specializați și publicul larg.*

374. Conținutul planificării strategice de marketing are în vedere:

- a. ansamblul acțiunilor prin care organizația turistică își definește misiunea și își stabilește obiectivele pe termen mediu și lung;*
- b. construirea strategiilor de marketing ale organizației turistice și descrierea implementării acestora;*
- c. stabilirea procedurilor de control și de evaluare ale implementării strategiei de marketing.*

375. Originalitatea produsului turistic este conferită de:

- a. caracteristicile produsului, care sunt identice celor ale concurenților;
- b. prețul produsului;
- c. caracteristicile produsului, care sunt diferite și superioare calitativ celor ale concurenților.*

MODELAREA SI SIMULAREA SISTEMELOR AGRICOLE

376. Modelarea constă în:

- a. reprezentarea intuitivă a unor fenomene, pornind de la cunoașterea modului lor de manifestare, *
- b. o tehnică de realizare a experimentelor,
- c. structurarea mai bună a problemei investigate.

377. Simularea constă în:

- a. o tehnică de realizare a experimentelor, care implică utilizarea unor modele matematice și logice și care descriu comportarea unui sistem real de-a lungul unei perioade mari de timp*
- b. construirea propriu-zisă a modelului economico-matematic,
- c. implementarea modelului economico-matematic.

378. In funcție de sfera de reflectare a problematicii economice, modelele economico-matematice sunt:

- a. macroeconomice, mezoeconomice și microeconomice, *
- b. deterministe și stochastice,
- c. statice și dinamice.

379. In funcție de factorul timp, modelele economico-matematice sunt:

- a. operative și orientative,
- b. deterministe și stochastice,
- c. statice și dinamice. *

380. In funcție de gradul de cuprindere al realității economice, modelele economice se pot grupa în:

- a. cu profil tehnologic, informațional decizionale, informaționale, ale relațiilor umane,
- b. deterministe și stochastice,
- c. parțiale și generale *

381. Din punct de vedere timp și utilitate practică modelele economice se pot grupa în:

- a. cu profil tehnologic, informațional decizionale, informaționale, ale relațiilor umane,
- b. modele operative și modele orientative ale creșterii economice*
- c. parțiale și generale

382. Entropia reprezintă:

- a. proprietatea sistemului de a se autoregla,
- b. proprietatea sistemului de a se autodistruge, *
- c. proprietatea sistemului de a se autoregla și a se autodistruge.

383. Semnificația mediei se măsoară prin:

- a. gradul de împrăștiere a numărului de valori în jurul mediei*
- b. numărul de ani pentru care s-a calculat media
- c. frecvența fenomenului pentru care s-a calculat media

384. Se apreciază semnificația coeficientului de variație, știind că dacă valorile obținute sunt:

- a. mai mici de 10% - variație mica, 10,1-15% variație mijlocie, peste 15,01% variație mare
- b. mai mici de 10% - variație mica, 10,1-20% variație mijlocie, peste 20,01% variație mare*
- c. mai mici de 5% - variație mica, 5,1-20% variație mijlocie, peste 20,01% variație mare

385. Quartile sunt valorile care împart șirul de observații aranjate după mărime în:

- a. două părți egale ca număr
- b. patru părți egale ca număr*
- c. trei părți egale ca număr

386. Modelul matematic de optimizare a dimensiunii unei unități are următoarele părți componente:

- a. funcție obiectiv, restricții, resurse, condiție de nenegativitate; *
- b. factori de producție,
- c. resurse umane.

387. Soluția primală a modelului matematic reprezintă:

- a. structura activităților; *
- b. resursele consumate în totalitate;
- c. cheltuielile totale.

388. Modelul de programare liniară presupune parcurgerea următoarelor etape:

- a. Stabilirea modelului matematic, rezolvarea modelului și interpretarea primal-duală a soluției obținute, *
- b. Stabilirea consumului de factori de producție,
- c. Stabilirea necesarului de factori de producție.

389. Restricțiile modelului în condițiile optimizării structurii culturilor și a dimensiunii exploatației agricole pot fi de natură:

- a. tehnică, economică, de rotație a culturilor, *
- b. pedoclimatică,
- c. juridică.

390. În urma rezolvării modelului matematic cu ajutorul programării liniare (metoda Simplex) rezultă în variabila primală (soluția primală) o valoare a funcției obiectiv de 11200 lei. Ce valoare are funcția obiectiv în variabila duală (soluția duală)?

- a. aceeași valoare*
- b. mai mare cu 10 % decât valoarea din soluția primală
- c. mai mică cu 10% decât valoarea din soluția primală

391. Se calculează pentru anii 2013-2017, tendința cu ajutorul regresiei liniare pentru producția medie rezultată la cultura de porumb. În urma calculelor rezultă ecuația de tendință de forma $F(t) = 4197,3 - 164,3t$. Să se calculeze producția ajustată pentru anul 2018, prin extrapolarea ecuației $F(6)$.

- a. 3211,5 kg/ha*
- b. 3500.5 kg/ha
- c. 3305.2 kg/ha

392. În urma calculării indicatorilor producției medii la cultura de porumb boabe pentru o perioadă de 5 ani, rezultă un coeficient de variație $c\% = 22,5\%$. Se consideră că:

- a. variația este mare*
- b. variația este mică
- c. variația este medie

393. Se cunoaște următorul șir de numere : 6, 7, 15, 36, 39, 40, 41, 42, 43, 47, 49. Identificați: quartila inferioară (Q1), quartila mijlocie (Q2) și quartila superioară (Q3).

- a. $Q1 = 15, Q2 = 41, Q3 = 47$
- b. $Q1 = 15, Q2 = 40, Q3 = 43$ *
- c. $Q1 = 36, Q2 = 40, Q3 = 43$

394. Principalii indicatori ce caracterizează producția medie sunt:

- a. abaterea medie pătratică, *
- b. abaterea standard a șirului, *
- c. coeficientul de variație. *

395. Modelul economico-matematic:

- a. este o reprezentare izomorfă a realității, *
- b. oferă o imagine intuitivă, dar riguroasă în sensul structurii logice a fenomenului studiat, *
- c. permite descoperirea unor legături greu de stabilit pe alte căi. *

396. Soluția duală a modelului matematic prezintă:

- a. valoarea profitului; *
- b. resursele consumate în totalitate; *
- c. cheltuielile directe.

397. Soluția duală a modelului matematic prezintă:

- a. valoarea funcției obiectiv*
- b. valoarea duală a resurselor consumate integral; *
- c. aportul marginal al resurselor consumate integral*

398. Funcția obiectiv a modelului matematic poate fi în funcție de scopul propus de:

- a. minimizare a costului de producție; *
- b. maximizare a profitului; *
- c. de stabilire a resurselor consumate.

399. Procesul simulării agricole cuprinde următoarele etape:

- a. formularea problemei de rezolvat;*
- b. culegerea și prelucrarea preliminară a datelor reale;*
- c. estimarea parametrilor de introdus în model și analiza datelor simulate;*

400. Procesul modelării agricole cuprinde următoarele etape:

- a. cunoașterea detaliată a realității sistemului; *
- b. construirea propriu-zisă și experimentarea modelului economico-matematic; *
- c. evaluarea soluției și implementarea modelului economico-matematic; *

401. In modelarea întreprinderii, in afara regresiiilor si a calculului semnificațiilor, se mai folosesc si urmatoarele metode:

- a. calculul integral si diferențial*
- b. balanțele input - output si programarea liniară*
- c. teoria jocurilor*

402. Semnificatia mediei se masoara prin gradul de imprastiere a numarului de valori in jurul mediei. Astfel, daca in jurul mediei in limitele de $\bar{x} \pm 0,5 \cdot \sigma$ se gasesc cel putin un numar de valori care au o pondere de 54,5 %, valoarea mediei se apreciaza a fi:

- a. foarte semnificativa*
- b. semnificativa
- c. distinct semnificativa

403. Forma generala prin care se exprima o ecuatie de regresie este $F(x) = a + bx$, unde a si b reprezintă:

- a. interceptul și panta de regresie *
- b. interceptul si variabila criteriu
- c. panta de regresie si variabila criteriu