

GRILE MODEL SUBIECTE PUBLICE – 2025

INGINERIE ȘI MANAGEMENT ÎN ALIMENTAȚIA PUBLICĂ ȘI AGROTURISM

MANAGEMENT GENERAL

- 1) Care afirmație despre *strategiile manageriale eficiente* este falsă?
 - a) se bazează pe consolidarea și concentrarea portofoliului de afaceri;
 - b) se bazează pe sporirea îmbunătățirii marjei prin creșterea eficienței costurilor și a capitalului;
 - c) **se bazează pe folosirea resurselor disponibile și evitarea investițiilor.**
- 2) Caracteristicile managerilor profesioniști sunt:
 - a) gândesc analitic și conceptual;
 - b) echilibrează obiectivele concurente și stabilesc prioritățile;
 - c) **ambele variante sunt corecte.**
- 3) Care funcție de management implică măsurarea rezultatelor, compararea rezultatelor cu așteptările și luarea de măsuri corective?
 - a) planificarea;
 - b) organizarea;
 - c) **controlul.**
- 4) După natura și obiectivele urmărite, controlul manageriala poate fi:
 - a) autocontrol;
 - b) direct și de conformitate;
 - c) **tehnic, economic, financiar, vizual.**
- 5) Managerii eficienți sunt:
 - a) **organizatorul, participativul, întreprinzătorul și realistul;**
 - b) participativul, oportunistul, autocratul și organizatorul;
 - c) organizatorul, delăsătorul, oportunistul și realistul.
- 6) Managerul Realist:
 - a) **promovează relațiile ierarhice pe bază de încredere și respect reciproc;**
 - b) este preocupat de aspectele formale;
 - c) este influențabil.
- 7) Știința managementului este importantă pentru că:
 - a) **face referire la cuantificarea și descrierea problemelor manageriale în termeni matematici și la aplicarea adecvată a instrumentelor, simulărilor, pentru a îmbunătăți procesul de rezolvare a problemelor;**
 - b) nu este foarte importantă;
 - c) te învață un set complex de cunoștințe, nu de performanță.
- 8) Ședințele manageriale pot fi:
 - a) doar întâlniri ale echipei de management;

- b) doar ședințe de personal;
- c) **ședințe interdepartamentale, întâlniri de dezvoltare a produselor creative, întâlniri de consolidare a echipei, etc.**

9) Care dintre următoarele criterii sunt caracteristice pentru *Punctele Tari* din Analiza SWOT?

- a) **aspectele inovatoare, acreditări, calificări;**
- b) lipsa puterii competitive;
- c) efectele negative ale legislației sau mediului organizațional.

10) Care dintre următoarele criterii sunt caracteristice pentru *Oportunități* din Analiza SWOT?

- a) **vulnerabilitatea concurenților și intrarea pe noi piețe profitabile;**
- b) angajați care învață greu despre noile tehnologii;
- c) situație financiară problematică.

11) În ce situație, dintre cele menționate mai jos, nu este utilă analiza SWOT?

- a) pentru a construi pe punctele forte ale unei afaceri;
- b) pentru a minimiza punctele slabe ale unei afaceri;
- c) **în scopul de a reduce oportunitățile disponibile pentru o afacere.**

12) Etapele ședinței manageriale sunt:

- a) **pregătirea, deschiderea, desfășurarea și finalizarea;**
- b) desfășurarea și finalizarea;
- c) nici o variantă nu este corectă.

13) Care dintre afirmațiile de mai jos este ADEVĂRATĂ, cu privire la Funcția de planificare managerială:

- a) **se materializează în prognoze, planuri și programe;**
- b) nu are legătură cu investigarea tendințelor din viitor;
- c) nu este nevoie de planificări în management.

14) Managementul prin obiective este un sistem managerial bazat pe:

- a) **determinarea obiectivelor până la nivelul executanților;**
- b) fundamentarea costurilor aferente realizării fiecărui produs;
- c) ignorarea de recompense/sanțiuni în atingerea obiectivelor propuse.

15) Care afirmație este adevărată, referitor la deciziile strategice?

- a) se referă la perioadele de până la o lună;
- b) sunt de regulă, cuprinse în programe pe termen scurt (lunare, decadale, săptămânale, zile);
- c) **se referă la o perioadă mai îndelungată de timp (peste un an).**

16) Managerul EZITANT, este acel manager care:

- a) are slabe aptitudini de conducător, datorită slabei eficiențe a activității sale;
- b) **este deosebit de atent și manifestă un interes scăzut pentru rezultate;**
- c) este tipul de manager constructiv.

17) Managerul DELĂSĂTOR:

- a) are ca scop principal realizarea obiectivelor și atingerea unui nivel ridicat de eficiență.
- b) este preocupat de armonizarea relațiilor interumane.
- c) **ambele variante sunt false.**

18) Ce caracteristică NU este potrivită managerului PARTICIPATIV?

- a) ignoră relațiile ierarhice și promovează relații de tip colegial.
- b) **dă instrucțiuni exagerat de detaliate personalului.**
- c) știe să dea dispoziții în concordanță cu capacitatea fiecărui subordonat.

19) Etapele unei ședințe manageriale, sunt:

- a) **Pregătirea, deschiderea, desfășurarea și finalizarea ședinței;**
- b) Desfășurarea și finalizarea ședinței;
- c) Pregătirea și desfășurarea.

20) Care este cea mai importantă regulă de aplicat, când un manager delegă autoritatea?

- a) **să nu delege realizarea de sarcini de importanță majoră (care privesc obiective strategice);**
- b) să precizeze clar, în scris, sarcinile și responsabilitățile delegate;
- c) să asigure o ambianță favorabilă delegării.

21) Care este cea mai importantă calitate pe care trebuie să o aibă un manager eficient?

- a) inteligența;
- b) **cunoștințe vaste din mai multe domenii;**
- c) putere de discernământ.

22) Factorii care determină tipul și stilul managerial sunt:

- a) viziunea și strategia pentru viitor;
- b) resursele pe care le are la dispoziție;
- c) **tipul sistemului managerial al firmei și pregătirea profesională a angajaților.**

23) Managerul incompetent se caracterizează prin:

- a) atingerea obiectivelor manageriale;
- b) **lipsă de inițiativă, neasumare de riscuri, management defectuos;**
- c) recompensarea corectă a angajaților.

24) Managerul conciliator se recunoaște astfel:

- a) personalitate complexă;
- b) sever;
- c) **bun conducător în situații conflictuale.**

25) Dezavantajele utilizării tabloului de bord sunt:

- a) informații repetate;
- b) volum mare de muncă și cost ridicat pentru elaborarea acestuia.
- c) **toate cele de mai sus.**

26) Avantajele potențiale ale elaborării deciziei de grup, sunt:

- a) furnizarea unui volum mare de informații;
- b) generează mai multe alternative;
- c) **ambele variante.**

27) Ce este Analiza SWOT?

- a) **este o tehnică de planificare strategică pentru orice business/organizație/produs/proces, etc;**
- b) este o analiză în care nu este bine să se menționeze punctele slabe;

c) este o analiză a factorilor politici, sociali și economici.

28) Ce avantaj are Brainstorming-ul virtual (online)?

- a) numărul participanților este limitat;
- b) implică costuri mai mari pentru manageri și participanți;
- c) permite participanților timizi să genereze mult mai bine, idei creative.**

29) Cea mai importantă funcție a managementului este:

- a) previziunea (planificarea);**
- b) organizarea;
- c) controlul.

30) Etapele planificării strategice sunt:

- a) formularea strategiei și implementarea;
- b) formularea strategiei, implementarea și evaluarea strategiei;**
- c) ambele variante sunt false.

MANAGEMENTUL CALITĂȚII

31) Acțiunea corectivă are rolul de a:

- a) informa personalul referitor la cerințele legale aplicabile;
- b) corecta un produs neconform;**
- c) implementa o măsură adecvată în urma identificării cauzei unei neconformități, pentru a preveni reapariția acesteia.

32) Prin corecție se înțelege:

- a) măsura ce trebuie luată pentru a corecta produsul/ procesul neconform;**
- b) operațiunea întreprinsă în urma identificării unui pericol potential;
- c) măsura implementată în urma identificării cauzei unei neconformități, pentru a preveni reapariția acesteia.

33) Cine are responsabilitatea de a formula acțiunile corective, în urma unui audit de certificare?

- a) auditorul;**
- b) auditatul;
- c) managementul de la cel mai înalt nivel.

34) Standardul care se referă la definiția calității este:

- a) ISO 9001:2015;
- b) ISO 9000:2015;**
- c) ISO 14000:2015.

35) 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.

36) 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.

37) 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.

38) Care din următoarele expresii constituie un principiu de managementul calității?

- a) eficiența economică;
- b) avantajul concurențial;
- c) **managementul relațiilor.**

39) Standardul SR EN ISO 9001:2015 este aplicabil pentru:

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

40) 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.**

41) 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.**

42) Cine are dreptul de a efectua o certificare a unui Sistem de Managementul calității?

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

43) Certificatul SR EN ISO 9001:2015 este valabil:

- a) 5 ani;
- b) 1 an;
- c) **3 ani.**

44) Standardul SR EN ISO 9001:2015 este:

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

45) În managementul calității este importantă:

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

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

- a) corecție;
- b) **acțiune corectivă;**
- c) îmbunătățire continuă.

47) Creșterea gradului de conștientizare referitor la managementului calității ajută la îmbunătățirea performanțelor de calitate în cadrul companiei prin:

- a) **angajații înțeleg rolurile lor și impactul pe care îl au asupra SMC;**
- b) **angajații înțeleg consecințele în cazul în care nu respectă regulile SMC;**
- c) angajații devin experți în managementul calității.

48) Care dintre următoarele afirmații reprezintă cerințe din standardul ISO 9001?

- a) toți angajații trebuie să aibă un certificat de Introducere în ISO 9001;
- b) **păstrarea de înregistrări ca dovadă a competenței angajaților;**
- c) **definirea competențelor privind SMC pentru toate persoanele care lucrează în domeniul de aplicare al SMC.**

49) Pentru implementarea efectivă a procesului de monitorizare a satisfacției clienților într-o companie, următoarele resurse ar trebui să fie disponibile:

- a) **personal disponibil și timp pentru a pregăti chestionare pentru obținerea de informații privind satisfacția clienților;**
- b) timpul disponibil pentru top management pentru a coordona punerea în aplicare a procedurii;
- c) **persoana responsabilă pentru coordonarea punerii în aplicare a procedurii.**

50) Obiectivele calității trebuie să fie:

- a) **stabilite pentru funcțiile relevante și la nivelurile relevante ale organizației;**
- b) stabilite pentru fiecare din cerințele standardului SR EN ISO 9001;
- c) **măsurabile și în concordanță cu politica referitoare la calitate.**

51) Monitorizarea are rolul:

- a) **de a ține sub control un proces tehnologic;**
- b) de a furniza informații privind certificarea sistemului de managementul calității;
- c) **de a furniza informații necesare verificării eficacității sistemului de managementul calității.**

MANAGEMENTUL RESURSELOR UMANE

52) Îmbogățirea posturilor implică o serie de schimbări în conținutul acestora precum?

- a) amplifică dimensiunile sociale și umane ale muncii;
- b) **creșterea responsabilităților angajaților pentru munca depusă;**
- c) reduce monotonia prin creșterea varietății sarcinilor.

53) Proiectarea posturilor înseamnă determinarea :

- a) specializării și profunzimii postului;
- b) conținutului postului și modului de atingere a performanței;**
- c) conținutului și proporțiilor postului.

54) Cele două componente ale analizei posturilor sunt:

- a) fișa postului și studiul mișcării;
- b) proporțiile și conținutul postului;
- c) descrierea și specificația postului.**

55) Informațiile obținute din descrierea postului sunt sintetizate în:

- a) grafice procesuale;
- b) fișa postului;**
- c) documente de observare.

56) Ca urmare a evaluării posturilor:

- a) Se stabilește un sistem de retribuire echilibrat;**
- b) Se oferă informații privind denumirea și localizarea postului în structura firmei;
- c) Se disting caracteristicile cerute ocupantului de post.

57) Care din combinațiile prezentate reprezintă obiective ale evaluării posturilor?

- a) crește adeziunea angajaților la organizație;
- b) stabilește valoarea și importanța relativă a fiecărui post;**
- c) asigură nevoile fundamentale ale oamenilor.

58) Care sunt principalii factori de dificultate folosiți în evaluarea posturilor prin metoda clasificării posturilor?

- a) responsabilitățile postului;**
- b) inițiativa;
- c) antrenamentul.

59) Precizați care din următoarele variante reprezintă avantaje ale recrutării interne?

- a) atragerea candidaților este mai ușoară, iar selecția este mai rapidă și eficientă;**
- b) permite identificarea și atragerea unui număr mai mare de potențiali candidați;
- c) încurajează un nou mod de gândire în cadrul organizației și poate corecta unele obligații contractuale.

60) Principalele dezavantaje ale recrutării interne sunt:

- a) costul recrutării personalului este mult mai mare;
- b) permite diminuarea cheltuielilor cu pregătirea personalului;
- c) împiedică infuzia de suflu proaspăt și nu favorizează promovarea unor idei noi.**

61) Care din variantele prezentate reprezintă principalele avantaje ale recrutării externe?

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

62) Care din elementele prezentate reprezintă dezavantaje ale 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 privind angajarea.

63) Care din variantele prezentate reprezintă etape ale procesului de selecție?

- a) **interviul, testarea și verificarea referințelor;**
- b) stabilirea criteriilor folosite în selecția candidaților;
- c) alegerea metodelor de culegere a informațiilor necesare.

64) Recrutarea se intercondiționează cu:

- a) **analiza posturilor;**
- b) progresul tehnic;
- c) rata șomajului.

65) Printre avantajele recrutării din interior se numără:

- a) **Constituie un factor de motivare;**
- b) Nu este o investiție în resursa umană;
- c) Reprezintă o pierdere de timp;

66) Recrutarea din interior este eficientă dacă:

- a) Firma nu are experiență în domeniul recrutării;
- b) Firma nu are adeziunea angajaților;
- c) **Există un sistem de evaluare și de promovare a angajaților;**

67) Unul din avantajele recrutării din exterior este că:

- a) Este mai puțin costisitoare;
- b) **Noii angajați aduc perspective și idei noi;**
- c) Noii angajați se familiarizează repede cu politica firmei;

68) Care din următoarele metode de recrutare din exterior presupune un efort minim de recrutare din partea firmei?

- a) Anunțurile publicitare;
- b) Agențiile de forță de muncă;
- c) **Persoanele care vin în contact cu firma;**

69) Se recomandă ca interviul de selecție să fie:

- a) General;
- b) **Structurat;**
- c) Nestructurat;

70) Decizia finală în procesul de selecție este luată de:

- a) Departamentul de resurse umane;
- b) **Șeful ierarhic al postului vacant;**
- c) Directorul de resurse umane;

71) Firmele care se dezvoltă rapid apelează în general la:

- a) **Recrutarea din exterior;**
- b) Recrutarea din interior;
- c) Promovarea ca formă de recrutare;

72) Recrutarea din exterior are o serie de dezavantaje precum:

- a) Perioada de evaluare a potențialilor candidați este scurtă;
- b) **Costurile sunt ridicate;**

c) Angajații noi ajung la randament maxim imediat;

73) Interviu de angajare este o metodă de selecție a personalului folosită pentru:

a) Orice nivel ierarhic al postului pentru care se selectează personal;

b) Promovarea personalului;

c) Transferuri în cadrul firmei,

74) Care din activitățile enumerate intră în categoria dezvoltarea resurselor umane:

a) angajarea personalului;

b) recrutarea și selecția personalului;

c) pregătirea și dezvoltarea profesională;

75) Rolul pregătirii profesionale a resurselor umane constă în:

a) identificarea nevoilor de pregătire;

b) crearea oportunităților de a învăța și de a elimina decalajele între nivelul real și cel necesar al cunoștințelor;

c) de a găsi metode noi de pregătire;

76) Între instrumentele folosite în managementul motivării se regăsește:

a) asigurarea competiției constructive;

b) un sistem de salarizare stimulat;

c) delegarea.

77) Care din următoarele sunt componente ale sistemului de salarizare :

a) sistemul de sporuri;

b) salariul de bază;

c) adaosurile la salariu.

78) 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.

79) Un post bine definit este postul care posedă o serie de trăsături precum:

a) implică un domeniu clar definit de responsabilități, posibilitatea exercitării autorității și elaborării deciziilor;

b) Oferă recompense considerate corespunzătoare efortului depus ;

c) Oferă oportunități de învățare și dezvoltare;

MANAGEMENTUL PROIECTULUI

80) Pentru proiectele cu impact economic Analiza cost beneficiu este specifică fazei:

a) de definire;

b) de concepere;

c) de îndeplinire.

81) Procesul de planificare a proiectului este în primul rând specific fazei:

a) de definire;

b) de concepere;

c) de îndeplinire.

82) Procesul de monitorizare a proiectului este în primul rând specific fazei:

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

83) Care sunt elementele caracteristice ale proiectelor:

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

84) 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.

85) 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.

86) 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.

87) Ce sunt partizanii 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.**

88) Care din următoarele definiții este cea mai potrivită pentru Diagrama rețea?

- a) tehnică de analiză care permite să stabiliți optimist, pesimist și probabil durata activității;
- b) schemă care ilustrează ordinea în care se îndeplinesc activitățile în proiect;**
- c) abordare organizată pentru a identifica toate activitățile necesare proiectului din faza de planificare și permite planificarea activităților esențiale.

89) Care din următoarele grupuri de elemente sunt specifice Diagramei rețea?

- a) eveniment, activitate, durată, perioada, resurse;
- b) eveniment, activitate, durată, resurse;
- c) eveniment, activitate, durată.**

90) 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.

91) 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.

92) Care din următoarele forme de prezentare sunt specifice Structurii de divizare a activităților?

- a) format schiță identată;**
- b) format buline în rețea;**
- c) format activitate în așteptare.

93) Care din următoarele forme de prezentare sunt specifice pentru Diagrama rețea?

- a) format schiță identată;
- b) format activitate țintă;**
- c) format activitate în așteptare.**

ECONOMIE RURALĂ

94) Importanța agriculturii derivă din:

- a) ramura de producție capabilă să acumuleze energie cu ajutorul muncii;**
- b) ramura secundară a producției agricole;
- c) pondere ridicată a bunurilor și serviciilor consummate.

95) Economia rurală poate fi definită ca:

- a) un ansamblu de observații metodologice, legi și percepțe specifice economiei politice care se aplică activităților și vieții agricultorilor, relațiilor cu alte profesii, și care evidențiază locul agriculturii în societățile naționale și în schimburile internaționale;**
- b) o ramură ce studiază întreprinderile agricole, raporturile între diversele sale elemente, condițiile de producție și schimburile ce conduc la obținerea de profit;
- c) o ramură ce studiază întreprinderile industriale, raporturile între diversele agricultură și industrie și condițiile de producție.

96) In funcție de destinație, fondul funciar este alcătuit din următoarele grupe de terenuri:

- a) terenuri agricole, terenuri forestiere, terenuri aflate permanent sub ape, terenuri din intravilan, terenuri cu destinație special;**
- b) terenuri arabile, plantațiile și pepinierele viticole, plantațiile și pepinierele pomicole, plantațiile de hamei și duzi, pășunile și fânețele;
- c) terenurile forestiere, pășunile împădurite, terenurile ocupate cu construcții și instalații agrotehnice, amenajările piscicole și de îmbunătățiri funciare.

97) Care sunt avantajele proprietății private în economia de piață?

- a) asigură o autonomie deplină agenților economici;**
- b) stimulează inițiativa, inovarea tehnică și comercială;**
- c) crește incertitudinea operațiilor economice.

98) Care sunt dezavantajele proprietății de stat?

- a) favorizează centralismul în luarea deciziilor, împiedică adaptabilitatea la cerințele pieței;
- b) favorizează apariția elementelor de birocratism, ceea ce duce în final la întârzierea luării deciziilor;
- c) diminuează riscul economic prin mai buna adaptare la modificarea fenomenelor perturbatorii de piață.

99) Care sunt însușirile pământului ca mijloc de producție?

- a) este limitat ca întindere, este de neînlocuit, nu se uzează, are un caracter imobil, nu poate fi multiplicat;
- b) este un bun particular, nemobil, nereproductibil, eterogen, indivizibil, având anumite caracteristici nedisociabile (forma, suprafață, poziție);
- c) îndeplinește simultan mai multe funcții cum ar fi: producție, consum, refugiu, speculații.

100) Mentionați, prin intermediul căror metode se poate aprecia cât mai real raportul dintre industrie și agricultură în perioada contemporană:

- a) foarfecele preturilor;
- b) programare liniară;
- c) matematice.

101) 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 din care nu se obține profit.

102) Dezvoltarea economiilor rurale presupune:

- a) repoziționarea industriilor agroalimentare și a altor sectoare bazate pe resurse naturale în economia bazată pe cunoaștere;
- b) un cadru instituțional capabil să asigure progresul afacerilor rurale și crearea de servicii publice inovatoare;
- c) specializarea economiei rurale pe activități turistice.

103) Dezvoltarea durabilă propune mai multe reguli:

- a) de sustenabilitate;
- b) matematice;
- c) teoretice.

104) Care din următoarele funcții sunt specifice agriculturii:

- a) furnizoare de forță de muncă;
- b) sursă de valută;
- c) furnizoare de combustibil.

105) Care din următoarele funcții sunt specifice agriculturii:

- a) crearea, dezvoltarea și împrăștierea periodică a rezervelor de stat;
- b) crearea acumulărilor generale ale statului;
- c) creează accentuarea disparităților economiei naționale.

106) 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.

107) 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 vertical;**
- b) tehnică și natural;
- c) vegetală și animal.

108) Valoarea pământului se exprimă prin:

- a) preț de vânzare, de cumpărare, cheltuieli de producție;**
- b) valoare venală sau de amator;**
- c) prețuri curente și arenda uzuală din localitate.

109) În literatura de specialitate întâlnim mai multe categorii de fertilitate ale pământului. Care dintre ele apare ca un rezultat al acțiunii omului, exprimându-se în final prin nivelul producției la unitatea de suprafață?

- a) fertilitate natural;
- b) fertilitate economică;**
- c) fertilitate potențată.**

110) Trăsăturile tehnice ale muncii în agricultură sunt caracterizate de:

- a) munca în agricultură este neplăcută și diversificată;**
- b) munca în agricultură este variabilă și subordonată necesităților ființelor vii;**
- c) munca este efectuată de oameni, presupune un ansamblu de motivații de natură umană, ceea ce lipsește celorlalți factori productivi.

111) Formarea de capital necesar în agricultură pentru diverse utilități se bazează pe următoarele categorii de resurse:

- a) resurse proprii, bugetare și atrase;**
- b) resurse bugetare provenite de la bugetul statului;
- c) resurse atrase de pe piețele financiare interne și externe.

112) Turistul român care se cazează în mediul rural poate fi încadrat în general în următoarele tipuri:

- a) profilul turistului de week-end;**
- b) profilul turistului traditionalist;**
- c) profilul turistului preferential.

113) Turistul străin care se cazează în mediul rural poate fi încadrat în general în următoarele tipuri:

- a) turist străin occidental;**
- b) turist străin neoccidental;**
- c) turistul străin național.

114) Turismul rural poate fi definit ca:

- a) o formă de turism care se desfășoară în mediul rural, ce valorifică resursele turistice locale și echipamentele turistice, inclusiv pensiunile și fermele agroturistice;
- b) ca o formă particulară de turism bazată pe o anumită „artă” de a primi turistul și pe un comportament diferit de cel practicat în mod obișnuit în cadrul altor tipuri de turism;
- c) activitate turistică complementară agriculturii ce se desfășoară într-o exploatație agricolă.

115) Agroturismul rural poate fi definit ca:

- a) activitate turistică complementară agriculturii ce se desfășoară într-o exploatație agricolă;
- b) formă particulară de turism, complexă, cuprinzând activitatea turistică propriu-zisă, cât și activitatea economică de regulă agricolă practică de gazdele turiștilor;
- c) formă a turismului rural care utilizează pentru cazare și servire a mesei numai pensiunile turistice și pensiunile agroturistice, beneficiind de un mediu nepoluat și pitoresc, de atracțiile turistice naturale și de valorile cultural-istorice, de tradițiile și obiceiurile prezente în mediul rural.

116) Asociația Națională de Turism Rural, Ecologic și Cultural – ANTREC sprijină legiferarea și omologarea pensiunilor, deține publicații și organizează evenimente. În ce an a fost înființată ANTREC?

- a) 1989;
- b) 1994;
- c) 2000.

117) Conform Ordinului Ministrului pentru întreprinderi mici și mijlocii, comerț, turism și profesii libere nr. 636/2008 în turismul rural se aplică următoarele clasificări:

- a) pensiuni turistice – stele;
- b) pensiuni agroturistice – flori;
- c) pensiuni agroturistice – stele.

118) Societățile cooperatiste meșteșugărești organizate în baza Legii 1/2005 au următoarele principii fundamentale de funcționare:

- a) principiul educării, instruirii și informării membrilor cooperatori;
- b) principiul cooperării între societățile cooperative;
- c) principiul preocupării pentru comunitate.

119) Practicarea meșteșugurilor și activităților artizanale contribuie la:

- a) menținerea specificului identitar;
- b) conectarea comunităților la fluxurile internaționale;
- c) susținerea economică durabilă a propriilor comunități.

120) Practicarea meșteșugurilor și activităților artizanale conduce la:

- a) încetinirea procesului de depopulare;
- b) păstrarea forței de muncă în mediul rural și a identității rurale;
- c) scăderea diversificării economice și ocupaționale.

121) Societățile cooperatiste meșteșugărești organizate în baza Legii 1/2005 au următoarele principii fundamentale de funcționare:

- a) principiul asocierii voluntare și deschise;
- b) principiul controlului democratic;

- c) principiul asocierii impuse.

122) În studiile referitoare la definirile conceptuale ale spațiului rural sunt avute în vedere următoarele abordări:

- a) **abordarea funcțională, abordarea politico-economică și abordare asocial;**
- b) abordarea multifuncțională, abordarea culturală și abordarea sociologică;
- c) abordarea multiculturală, abordarea mediatică și abordarea productive.

123) Conform Cartei Europene a Spațiului Rural funcțiile spațiului rural sunt:

- a) **funcția economică, funcția ecologică, funcția socio-culturală;**
- b) funcția financiară, funcția peisagistică, funcția mediatică;
- c) funcția socio-economică, funcția socio-politică, funcția mediatică.

124) Spațiul rural românesc este definit, în principal, de următoarele dimensiuni:

- a) **dimensiunea economică;**
- b) **dimensiunea social;**
- c) **dimensiunea serviciilor de bază.**

125) Care este caracteristica de bază a economiei de piață din punct de vedere al proprietății?

- a) proprietatea comună;
- b) **proprietatea publică (de stat) și proprietatea private;**
- c) proprietatea individuală și proprietatea centralizată.

126) Care este instrumentul principal de reglare pentru accesul la bunurile economice existente pe piață?

- a) cererea;
- b) oferta;
- c) **piața.**

127) Productivitatea este:

- a) **o legătură cantitativă între producție și factorii de producție utilizați;**
- b) rezultatul produsului dintre numărul anual de salariați și durata săptămânală de muncă;
- c) media geometrică a factorilor de producție.

128) Conform clasificării statistice, după statutul juridic, exploatațiile agricole se clasifică astfel:

- a) **exploatație agricolă individuală, unitate cu personalitate juridică;**
- b) exploatație de subzistență, unitate agricolă comercială;
- c) exploatație de semi-subzistență, unitate agricolă pe acțiuni.

DEZVOLTARE RURALĂ

129) OCDE clasifică regiunile NUTS 3, în funcție de ponderea populației care trăiește în comunitățile rurale, astfel:

- a) predominant rurale (> 70%), intermediare (50% - 70%), predominant urbane (< 30%);
- b) **predominant rurale (> 50%), intermediare (20% - 50%), predominant urbane (< 20%);**
- c) predominant rurale (> 60%), intermediare (40% - 60%), predominant urbane (< 40%).

- 130) Care dintre următoarele afirmații despre spațiul rural sunt adevărate:**
- a) cuprinde teritoriul național, inclusiv ceea ce este urbanizat;
 - b) este sinonim cu "spațiu agrar";
 - c) este un spațiu de producție în care ponderea o dețin activitățile sectoarelor primare.**
- 131) Conform clasificării spațiului rural, făcută de B.Kayser, spațiul agricol este încadrat în :**
- a) spațiul rural periurban;
 - b) spațiul rural intermediar;**
 - c) spațiul rural periferic.
- 132) Funcțiile spațiului rural conform Cartei Europene a Spațiului Rural, sunt:**
- a) funcția de inventariere, punere în valoare și promovare a patrimoniului comunităților rurale;
 - b) funcția economică; funcție ecologică; funcția socio-culturală;**
 - c) funcția de exploatare rațională a resurselor naturale.
- 133) Care dintre următoarele afirmații despre tradiții și obiceiuri sunt adevărate:**
- a) ele reprezintă un element mai puțin important în definirea identității naționale;
 - b) cultura populară contribuie la păstrarea spațiului rural ca odinioară;
 - c) reprezintă frumusețea și autenticitatea satului românesc.**
- 134) Care dintre următoarele afirmații despre dezvoltarea rurală sunt adevărate:**
- a) este înscrisă într-un concept mai larg, cel al economiei mediului;
 - b) reprezintă o mișcare complexă, orientată, cu caracter ireversibil, desfășurată în ansamblu;**
 - c) nu poate fi durabilă în situația în care întregul mecanism va fi centrat pe susținerea populației.
- 135) Care dintre următoarele afirmații despre turismul rural sunt adevărate:**
- a) reprezintă un motor de creștere al activităților non-agricole;**
 - b) investițiile prin fonduri nerambursabile au înseamnat o descreștere a numărului unităților de cazare;
 - c) dezvoltarea localităților prin activitățile din acest domeniu nu reprezintă o oportunitate.
- 136) În vederea desfășurării de activități nonagricole, la nivelul exploatației agricole se pot realiza activități precum:**
- a) producția de preparate tradiționale și comercializarea acestora în târguri special amenajate;**
 - b) practicarea turismului clasic;
 - c) producția la scară largă a elementelor decorative tradiționale.
- 137) România urmărește îmbunătățirea unor aspecte ce vizează agricultura și dezvoltarea rurală, precum:**
- a) procesarea și marketingul produselor alimentare inclusiv a produselor din pește;**
 - b) controlul calității produselor industriale;
 - c) infrastructura ce deservește orașele.
- 138) Printre prioritățile în dezvoltarea rurală, selectate pentru implementare în actualul exercițiu financiar, se numără:**
- a) dezvoltarea infrastructurii și crearea de noi locuri de muncă;
 - b) organizarea lanțului alimentar, prelucrarea și comercializarea produselor agricole, bunăstarea animalelor și gestionarea riscurilor în agricultură;**

- c) investiții în procesare și comercializare, eficiență energetică, marketing, depozitare, condiționare, adaptare la standarde etc.

139) Factorii decizionali ai dezvoltării rurale durabile în România sunt:

- a) Președintele;
- b) Guvernatorul BNR;
- c) Parlamentul.**

140) Regiunea rurală își poate îndeplini rolul de furnizor și sursă de recreare și echilibru, de sine stătător, având:

- a) o infrastructură precară;
- b) acces adecvat al activității economice, ne-agrare;**
- c) peisaje îngrijite.

141) Ce procent din Pilonul II trebuie alocat obligatoriu pentru acțiuni de mediu și climă?

- a) 20%
- b) 35%**
- c) 50%

142) Care este obiectivul principal al intervenției LEADER ?

- a) promovarea agriculturii extensive
- b) subvenționarea exclusivă a infrastructurii din zonele rurale
- c) dezvoltarea locală prin implicarea comunităților rurale**

143) Ce intervenții sunt prevăzute pentru dezvoltarea fermelor în cadrul Pilonului II?

- a) exclusiv pentru ferme ecologice
- b) sprijin pentru fermele cu dimensiunea economică mare
- c) investiții în sectorul vegetal și zootehnic**

144) Menționați documentele menite să reglementeze politica de dezvoltare rurală a statelor membre ale U.E.:

- a) planurile strategice naționale;**
- b) programele de dezvoltare rurală;**
- c) orientările strategice ale Uniunii Europene.**

145) Principalii factori care influențează ocuparea forței de muncă în zona rurală sunt:

- a) nivelul educațional al populației;**
- b) infrastructura;**
- c) starea de sănătate.**

146) Deosebiriile dintre mediul rural și cel urban se referă la:

- a) utilizarea terenului;**
- b) tipul de proprietate;**
- c) peisajul cultural.**

147) Spațiul rural național este format din suprafața administrativ teritorială a:

- a) satelor aparținătoare orașelor prevăzute în Anexa 22;**
- b) comunelor;**
- c) unităților administrativ-teritoriale cu populație de până la 30.000 de locuitori.

148) Care dintre următoarele afirmații sunt adevărate:

- a) densitatea populației în mediul rural este mult mai redusă față de mediul urban;**
- b) densitatea (cap de locuitor / km²) este mult mai mare în mediul rural comparativ cu cea din spațiul urban;
- c) utilizarea terenului reprezintă una dintre diferențele existente între spațiul rural și cel urban.**

149) În evoluția demografică a Uniunii Europene, în ultimul deceniu se manifestă următoarele tendințe:

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

CONTABILITATE

150) Care din următoarele elemente patrimoniale fac parte din categoria capitalurilor proprii:

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

151) Care din următoarele elemente patrimoniale fac parte din categoria activelor circulante:

- a) mijloace de transport;
- b) terenuri;
- c) mărfuri.**

152) Impozitul specific pentru un bar se calculează în raport de următoarele elemente:

- a) valoarea impozitului standard; coeficientul de sezonabilitate; coeficientul de ajustare; rangul localității; suprafața utilă comercială/de servire;
- b) suprafața utilă comercială/de servire; mărimea barului; coeficientul de sezonabilitate; coeficientul de ajustare; valoarea impozitului standard;**
- c) valoarea impozitului standard; coeficientul de sezonabilitate; rangul localității; suprafața utilă comercială/de servire.

153) Care din următoarele elemente patrimoniale fac parte din categoria stocurilor:

- a) produse finite;**
- b) cheltuieli înregistrate în avans;
- c) cheltuieli de constituire.

154) Creanțele reprezintă:

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

155) 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.**

156) Contul 378 Diferențe de preț la mărfuri este utilizat pentru înregistrarea:

- a) valorii diferentelor de preț aferente produselor finite;
- b) valoarea adaosului comercial aferent mărfurilor;**
- c) valoarea taxei pe valoarea adăugată.

157) 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.

158) Contul 408 Furnizori – facturi nesosite are funcție contabilă de:

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

159) Contul 409 Furnizori-debitori are funcție contabilă de:

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

160) Contul 419 Clienți-creditori are funcție contabilă de:

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

161) Contul 413 Efecte de primit are funcție contabilă de:

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

162) Contul 401 Furnizori ține evidența:

- a) creanțelor pe care societatea le are de încasat de la terți, rezultate din vânzarea de bunuri, executarea unor lucrări sau prestarea unor servicii;
- b) datoriilor pe care societatea la are față de terți, rezultate din achiziționarea de bunuri executarea unor lucrări sau prestarea unor servicii de către aceștia;**
- c) aportului adus de către acționari la înființarea societății.

163) Impozitul specific pentru un restaurant se calculează în raport de următoarele elemente:

- a) valoarea impozitului standard; coeficientul de sezonabilitate; coeficientul de ajustare; rangul localității; suprafața utilă comercială/de servire;**
- b) suprafața utilă comercială/de servire; mărimea restaurantului; coeficientul de sezonabilitate; coeficientul de ajustare; valoarea impozitului standard;
- c) suprafața utilă comercială/de servire; numărul de locuri; coeficientul de sezonabilitate; coeficientul de ajustare; valoarea impozitului standard.

164) Care din următoarele elemente patrimoniale fac parte din categoria activelor circulante bănești:

- a) credite bancare pe termen scurt;
- b) casa în lei;**
- c) împrumuturi pe termen lung.

165) Care formulă contabilă exprimă în mod corect vânzarea mărfurilor cu amănuntul?

- a)

5311 Casa in lei	=	%
		701 Venituri din vanzarea produselor finite
		4427 TVA colectata
- b)

5311 Casa in lei	=	%
		707 Venituri din vanzarea marfurilor
		4426 TVA deductibila
- c)**

5311 Casa in lei	=	%
		707 Venituri din vanzarea marfurilor
		4427 TVA colectata

166) Pornind de la valoarea următoarelor elemente patrimoniale existente in bilanțul unei societăți (Casa in lei = 1.250 lei; Materii prime = 5.750 lei; Mărfuri = 5.000 lei si Producția in curs de execuție = 1.500 lei) valoarea activelor circulante este egala cu:

- a) 13.500 lei;**
- b) 12.000 lei;
- c) 1.250 lei.

167) Contul 4111 Clienți se creditează cu:

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

168) Amortizarea activelor imobilizate se poate calcula folosind următoarele metode:

- a) amortizarea rapidă;
- b) amortizarea liniară;**
- c) amortizarea degresivă.**

169) Principiul permanentei metodelor se refera la aplicare in mod consecvent a:

- a) politicilor contabile;**
- b) metodelor de amortizare;
- c) metodelor de evaluare.**

170) Principiul necompensarii nu permite:

- a) compensarea creantelor cu datoriile;**
- b) compensarea veniturilor cu cheltuielile;**
- c) compensarea profitului cu pierderea.

171) Care din urmatoarele elemente patrimoniale fac parte din categoria imobilizarilor necorporale?

- a) **fond comercial;**
- b) **cheltuieli de constituire;**
- c) titluri de participare.

172) Care din urmatoarele elemente patrimoniale fac parte din categoria stocurilor?

- a) **producție în curs de execuție;**
- b) programe informatice;
- c) **mărfuri.**

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

173) Analiza tehnico-economică se realizează pornind de la:

- a. factori către fenomen;
- b. elementele componente către fenomenul analizat;
- c. **fenomenul studiat către factori;***

174) Rata autonomiei financiare la termen se determină astfel:

- a. $\text{capital permanent} / \text{total pasiv} \times 100$;
- b. $\text{capital propriu} / \text{total pasiv} \times 100$;
- c. **$\text{capital propriu} / \text{capital permanent} \times 100$;***

175) Din punct de vedere al etapei în care se desfășoară fenomenele economice cercetate, analiza se clasifică în:

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

176) Pentru fenomenul analizat - venituri totale, factorul cantitativ este:

- a. prețul de vânzare;
- b. **cantitatea vândută;***
- c. profitul total;

177) Metodele analizei cantitative urmăresc:

- a. esența fenomenului;
- b. **cuantificarea acțiunii fiecărui element sau factor asupra rezultatului analizat;***
- c. construirea unor modele ale fenomenelor economice;

178) Factorii calitativi care influențează fenomenele și procesele economice se caracterizează prin:

- a. reprezintă condiția preliminară și indispensabilă a acțiunii factorilor cantitativi;
- b. intervin întotdeauna când rezultatul analizat se referă la mărimi agregate;
- c. **sunt de aceeași natură cu fenomenul analizat***

179) Analiza care urmărește volumul producției obținute se numește:

- a. dinamică;
- b. **cantitativă;***
- c. microeconomică;

180) Indicatorii economici exprimă:

- a. comensurarea influențelor elementelor sau factorilor asupra rezultatului economic;
- b. stabilirea sistemului factorial-cauzal al explicării fenomenului;
- c. consumul de factori, efecte și rezultate ale procesului de producție;***

181) Analiza care studiază fenomenele economice la data de 31 decembrie..... se numește:

- a. statică;***
- b. macroeconomică;
- c. previzională

182) 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;

183) Analiza microeconomică cercetează fenomenele economice la nivelul:

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

184) 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;***

185) Rentabilitatea financiară exprimă:

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

186) Analiza care cercetează fenomenele economice în evoluția lor se numește:

- a. statică;
- b. microeconomică;
- c. dinamică;***

187) După modul de urmărire în timp al 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;

188) Rentabilitatea economică exprimă:

- a. gradul de utilizare al capitalurilor;
- b. gradul de investire al capitalurilor;
- c. gradul de utilizare al activelor patrimoniale;***

189) 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.

190) 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;***

191) Dimensionarea optimă a stocurilor urmărește:

- a. reducerea costurilor de producție;
- b. reducerea fondurilor bănești blocate în stocuri; ***
- c. creșterea vitezei de rotație a stocurilor; ***

192) Reprezintă metodă a analizei cantitative:

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

193) Metodele analizei cantitative sunt:

- a. indicatorii economico-financiari;***
- b. comparația în timp și spațiu;
- c. metoda balanțieră;***

194) Coeficienții de eficiență rezultă din:

- a. compararea eforturilor depuse cu efectele obținute;***
- b. raportarea rezultatelor obținute la eforturile depuse;***
- c. raportarea eforturilor la eforturi sau a efectelor la efecte.

LEGISLAȚIE ÎN ALIMENTAȚIA PUBLICĂ ȘI AGROTURISM

195) Brevetul de turism are o valabilitate de:

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

196) 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

197) Pensiunile agroturistice pot avea maxim:

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

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

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

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

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

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

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

201) Numărul maxim de locuri într-o cameră la pensiunile agroturistice de 3 margarete este de:

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

202) Numărul maxim de locuri într-o cameră la pensiunile agroturistice de 4 margarete este de:

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

203) Numărul maxim de locuri într-o cameră la pensiunile agroturistice de 5 margarete este de:

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

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

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

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

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

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

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

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

- a. 3***

- b. 5
- c. 15

208) Brevetul de turism se acordă:

- a. agențiilor de turism
- b. persoanelor fizice***
- c. pensiunilor

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

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

210) Suprafața minimă a unei camere cu 2 paturi la o pensiune agroturistică de 3 flori este de:

- a. 12 mp***
- b. 15 mp
- c. 18 mp

211) Termenul de soluționare a cererii pentru obținerea brevetului de turism este de:

- a. 20 de zile
- b. 30 de zile***
- c. 60 de zile

212) Certificatul de clasificare se acordă:

- a. agențiilor de turism
- b. pensiunilor***
- c. restaurantelor***

213) În conformitate cu legislația în vigoare, curte cu amenajări florale se solicită la pensiunile agroturistice de:

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

214) Televizorul este obligatoriu în camerele pensiunilor agroturistice de:

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

SOCIOLOGIE RURALĂ

215) Autarhia se referă la:

- a) pătrunderea noului în mediul rural;
- b) izolarea din satul traditional;**
- c) mobilitate social.

216) Cercetări sociologice semnificative și originale asupra ruralului tradițional românesc au fost realizate de:

- a) Școala de la Roma;

- b) Școala de la Chicago;
- c) Școala Monografică de la București.**

217) Ruralul tradițional se caracterizează prin:

- a) exod rural;
- b) diversificare ocupațională;
- c) autarhie economică, demografică, social.**

218) Autarhia socio-culturală se referă:

- a) valori, credințe caracteristice ruralului;
- b) comportamente tradiționale;
- c) omogenitate în valori, credințe, tradiții.**

219) Satul românesc tradițional se baza pe:

- a) exod rural;
- b) autarhie economică și demografică;**
- c) preponderența ocupațiilor non-agricole.

220) În satul tradițional obștea sătească este:

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

221) Modelul comunității rurale tradiționale cuprinde:

- a) omogenitatea sociologică, apartenență economică zonală, diversitate social;
- b) diversitatea spirituală;
- c) autarhie, omogenitate culturală, diversitate socială.**

222) Principala ocupație în mediul rural este:

- a) agricultura;**
- b) serviciile;
- c) industria.

223) Prin inovație se desemnează:

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

224) Procesul de acceptare al inovațiilor cuprinde următoarele etape:

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

225) 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.**

226) Mobilitatea socială se referă la:

- a) deplasarea oamenilor în spațiul natural;

- b) deplasarea oamenilor în spațiul social;**
- c) deplasarea oamenilor în spațiul economic.

227) Mobilitatea verticală se referă la:

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

228) Mobilitatea teritorială și cea ocupațională o întâlnim în cazul:

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

229) Navetismul reprezintă:

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

230) 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 successive.

231) Consecința principală a migrației rural-urban este:

- a) creșterea natalității;
- b) diversitatea ocupațională;
- c) îmbătrânirea demografică a populației.**

232) Procesul de modernizare implică:

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

233) Procesul modernizării are următoarea caracteristică pozitivă:

- a) elimină elementele tradiționale;
- b) determină un schimb neechilibrat între sat și oraș;
- c) vizează aspectele calitative ale vieții sociale (habitat, modele culturale);**

234) Modernizarea este un proces:

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

235) Satul se definește ca:

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

236) Comunitățile rurale se definesc:

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

237) Etapa recoltării datelor este:

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

238) Una dintre metodele calitative ale cercetării sociologice este:

- a) ancheta
- b) observația sociologică**
- c) chestionarul

239) Interviu sociologic poate fi:

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

240) Reglementarea vieții sociale a comunității rurale tradiționale se baza pe:

- a) norme juridice;
- b) relații formale;
- c) obiceiul pământului.**

241) Familia, ca grup primar, a reprezentat matricea fundamentală de organizare a satului românesc în următoarea etapă de dezvoltare:

- a) familism;**
- b) devălmășia;
- c) etapa cooperatistă.

242) Prima etapă în organizarea unei cercetări sociologice este:

- a) elaborarea proiectului de cercetare;**
- b) culegerea și analizarea datelor;
- c) elaborarea raportului de cercetare.

243) A doua etapă în organizarea unei cercetări sociologice este:

- a) elaborarea proiectului de cercetare
- b) culegerea datelor**
- c) analizarea datelor

244) Ultima etapă în organizarea unei cercetări sociologice este:

- a) elaborarea proiectului de cercetare;
- b) culegerea și analizarea datelor;
- c) elaborarea raportului de cercetare.**

245) Obștea avea:

- a) rosturi economice și administrative;**
- b) funcții judecătorești;**
- c) de exercitare a controlului social.**

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

- a) **introducere în problemă;**
- b) **prezentarea tehnicilor și procedeele utilizate;**
- c) **prezentarea concluziilor și interpretarea rezultatelor;**

247) 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.**

248) În procesul difuzării inovației, sursele de informare sunt:

- a) **surse neoficiale, personale;**
- b) **surse obiective personale;**
- c) **surse comerciale;**
- d) **mass media.**

249) Sursele comerciale de difuzare a inovațiilor sunt:

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

250) Integrarea specialiștilor depinde de:

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

251) Mobilitatea socială ascendentă se caracterizează prin:

- a) **o noua poziție socială superioară celei anterioare;**
- b) **păstrarea poziției sociale;**
- c) **creșterea nivelului pregătirii școlare.**

252) Mobilitatea socială poate să fie:

- a) **individuală;**
- b) **de comunitate;**
- c) **de grup.**

253) Migrația presupune mișcarea populației:

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

254) Navetismul este:

- a) **formă specifică de mobilitate teritorială;**
- b) **se manifestă prin pendularea unor persoane între localitățile de domiciliu și cele de muncă;**
- c) **se manifestă prin mutarea definitivă în localitatea în care persoanele lucrează.**

255) 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.

256) După componentele poziției sociale care se modifică mobilitatea socială poate fi:

- a) geografică;
- b) profesională;
- c) instrucțională.

257) Etapele cercetării sociologice sunt:

- a) elaborarea proiectului de cercetare;
- b) culegerea și analizarea datelor;
- c) elaborarea raportului de cercetare.

258) Comunitățile urbane se caracterizează prin:

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

259) Etapa analizării datelor constă în:

- a) codificarea datelor;
- b) construirea de tabele;
- c) interpretarea datelor.

MACROECONOMIE ȘI ECONOMIA ALIMENTAȚIEI PUBLICE ȘI AGROTURISMULUI

260) Evaluarea serviciilor este dificilă și subiectivă datorită caracteristicii de:

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

261) 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.

262) 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.

263) Pentru o stațiune turistică montană, curba sezonality este:

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

264) Concentrarea cererii turistice se poate manifesta:

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

265) Rata profitului se calculează ca:

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

266) Conform legii consumului:

- a) cheltuielile alocate activităților turistice se află în corelație directă cu evoluția veniturilor;**
- b) o creștere a veniturilor, cu o anumită proporție, conduce la o scădere cel puțin egală a cheltuielilor turistice;
- c) o scădere a veniturilor, cu o anumită proporție, conduce la o creștere cel puțin egală a cheltuielilor turistice.

267) Modul de acțiune al ratei șomajului asupra activității turistice se poate rezuma astfel:

- a) la o valoare scăzută a ratei șomajului, companiile găsesc cu ușurință pe cei mai buni potențiali anagajați pentru locurile de muncă oferite;
- b) o valoare ridicată a ratei șomajului restrânge cererea, în sensul în care vor fi puțin cumpărători ai bunurilor și serviciilor produse de către companii;**
- c) rata șomajului nu are nici o influență asupra dezvoltării activităților turistice.

268) Gradul de ocupare sau coeficientul de utilizare a capacității pensiunii agroturistice (C_{ucc}) reprezintă:

- a) raportul dintre capacitatea ocupată sau efectiv folosită și capacitatea teoretică sau maxim posibilă;**
- b) raportul dintre capacitatea teoretică sau maxim posibilă și capacitatea ocupată sau efectiv folosită;
- c) nici una din modalitățile de calcul de mai sus.

269) Din categoria zonelor cu o activitate cvasipermanentă sau fără concentrări sezoniere semnificative fac parte:

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

270) Durata medie a sejurului a înregistrat în ultimele decenii:

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

271) Piața turistică se caracterizează prin:

- a) transparență;
- b) structuri specifice concurenței imperfecte;**
- c) Imobilitatea cererii.

272) 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) care semnifică faptul că atât proprietatea cât și managementul sunt deținute de o persoană individuală sau de o firmă privată sau societate pe acțiuni;**

- c) în care proprietarul nu trebuie să se implice personal în managementul unităților de cazare.

273) Pragul de rentabilitate, numit și punct critic sau punct de echilibru, reprezintă:

- a) **indicatorul financiar care exprimă acel nivel de activitate pentru care firma nu obține nici profit nici pierdere;**
- b) indicatorul financiar care exprimă acel nivel de activitate pentru care încasările firmei sunt mai mici decât costurile totale de producție;
- c) indicatorul financiar care exprimă acel nivel de activitate la care se obține o rată normală a profitului pentru sectorul respectiv.

274) Elasticitatea cererii de servicii turistice la preț măsoară reacția consumatorilor la variațiile de preț și se calculează prin:

- a) raportarea variației relative a cantității cumpărate la variația relativă corespunzătoare a costului de oportunitate;
- b) raportarea variației relative a cantității cumpărate la variația relativă corespunzătoare a venitului;
- c) **nici una din modalitățile enumerate.**

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

- a) **simultaneitatea execuției și consumului serviciilor;**
- b) tangibilitatea serviciilor;
- c) omogenitatea serviciilor.

276) Oferta dintr-un anumit serviciu va crește dacă:

- a) cresc costurile de producție;
- b) scade prețul bunului;
- c) **intra noi firme pe piață.**

277) Dacă cererea pentru produse turistice balneare este inelastică, care din următoarele afirmații sunt adevărate:

- a) **reducerea prețurilor va duce la o scădere a veniturilor furnizorilor de servicii balneare;**
- b) reducerea prețurilor va duce la creșterea veniturilor furnizorilor de servicii balneare;
- c) reducerea prețurilor nu va afecta veniturile furnizorilor de servicii balneare.

278) Atunci când veniturile populației cresc, serviciile turistice de cazare devin mai accesibile iar curba cererii:

- a) se deplasează spre stânga;
- b) **se deplasează spre dreapta;**
- c) nu are loc nici o deplasare a curbei cererii, ci o deplasare de-a lungul curbei cererii.

279) Ce fel de cerere va fi pe o piață unde prețul unei camere de cazare crește de la 200 u.m. la 240, iar cererea zilnică se reduce de la 50 la 40 buc. ?

- a) elastică;
- b) inelastică;
- c) **cerere cu elasticitate unitară.**

280) Dacă curba cererii pentru un anumit produs turistic se deplasează spre stânga la creșterea veniturilor consumatorilor, avem de-a face cu un:

- a) produs normal;
- b) produs inferior;**
- c) produs superior.

COSTURI, PRETURI SI TARIFE ÎN AGRICULTURĂ

281) 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.

282) 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.

283) Care este prima categorie de preț care a apărut în istorie?

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

284) 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.

285) 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.**

286) 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.

287) 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.**

288) 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.

289) 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.

290) 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.**

291) 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.

292) 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.

293) 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.

294) Sunteți un exportator român de ulei vegetal. Care din următoarele relații sunt corecte pentru uleiul exportat de dumneavoastră?

- a) prețul FOB Constanța < Preț CIF Londra;**
- b) prețul FOB Constanța > Preț CIF Londra;
- c) prețul FOB Constanța = Preț CIF Londra.

295) Care este corelația dintre preț și monedă?

- a) sunt invers proporționale;**
- b) sunt direct proporționale;
- c) prețul nu se stabilește în corelație cu un anumit etalon, precum moneda.

296) Care este corelația dintre preț și valoare?

- a) prețul este direct proporțional cu valoarea;**
- b) prețul este invers proporțional cu valoarea;
- c) prețul nu se stabilește în corelație cu valoarea produselor sau serviciilor.

297) 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.

298) 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 clientelei existente;**
- c) investițiile pentru instalarea unei imagini de marcă nu sunt foarte riscante.

299) 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.**

300) 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.**

301) O întreprindere aflată în situația de monopol poate să își propună ca strategie de stabilire a prețului:

- a) **stabilirea prețului pentru obținerea de profit maxim;**
- b) **stabilirea prețului pentru maximizarea cifrei de afaceri;**
- c) **stabilirea prețului pentru maximizarea cantității produse și comercializată.**

302) 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 masivă a cererii pe termen scurt.**

303) 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**

304) Elasticitatea cererii în funcție de preț exprimă:

- a) **variația relativă a cantității cerute dintr-un produs raportată la modificarea relativă a prețului acelui produs;**
- b) variația relativă a cantității cerute dintr-un produs într-o anumită perioadă de timp;
- c) modificarea relativă a prețului unui produs în funcție de raportul cerere/ofertă pe piață.

305) Elasticitatea încrucișată permite:

- a) **măsurarea variației relative a cererii unui produs în raport cu variația relativă a prețului altui produs;**

- b) măsurarea variației relative a cererii unui produs în raport cu variația relativă a ofertei altui produs;
- c) măsurarea elasticității produselor nesubstituibile.

306) 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.**

307) 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.

308) 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.

309) Costul total pentru obținerea unei unități de produs este de 370 lei. Prin producerea unei unități suplimentare din același produs, costul total pentru cele două unități produse va crește cu 150 de lei.

In condițiile în care costul fix total este de 200 lei,

- a) CVT va crește prin producerea unei unități suplimentare cu 80 de lei;
- b) CVT va fi același;
- c) CVT va crește prin producerea unei unități suplimentare cu 150 de lei DA.**

310) Costul total pentru obținerea unei unități de produs este de 370 lei. Prin producerea unei unități suplimentare din același produs, costul total pentru cele două unități produse va crește cu 150 de lei. In condițiile în care costul fix total este de 200 lei,

- a) CFM pentru 2 unități produse va fi de 50 de lei;
- b) CFM va fi egal cu CFT;
- c) CFM pentru 2 unități produse va fi de 100 de lei.**

311) Costul total pentru obținerea a 5 unități de produs este de 810 lei. Prin producerea unei unități suplimentare din același produs, costul total pentru cele două unități produse va crește cu 70 de lei. In condițiile în care costul fix total este de 200 lei, iar Costul marginal pentru producerea a 5 unități de produs a fost de 70 de lei,

- a) Costul marginal în cazul producerii a 6 unități de produs va fi mai mic decât pentru producerea a 5 unități de produs;
- b) Costul marginal se va mentine identic;**
- c) Costul marginal în cazul producerii a 6 unități de produs va fi mai mare decât pentru producerea a 5 unități de produs.

312) Costul total pentru obținerea a 5 unități de produs este de 810 lei. Prin producerea unei unități suplimentare din același produs, costul total pentru cele 6 unități produse va crește cu 70 de lei. In condițiile în care costul fix total este de 200 lei, pentru șase unități produse:

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

313) 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 mică.**

MARKETING

314) 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.

315) Distribuția exclusivă a produsului turistic presupune folosirea:

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

316) Segmentul de piață reprezintă:

- a) un grup de consumatori cu caracteristici și nevoi cât mai diversificate;
- b) piața (în întregime);
- c) **un grup de consumatori cu caracteristici și nevoi comune sau cât mai apropiate.**

317) Între factorii pieței care influențează, în principal, oferta de produse turistice se înscriu:

- a) **gradul de amenajare turistică a unui spațiu geografic;**
- b) nivelul veniturilor populației;
- c) nivelul prețurilor și tarifelor practicate de prestatorii de servicii turistice.

318) 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.

319) 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.

320) După tipul de turism practicat, zonele de interes turistic pot fi clasificate în:

- a) climaterice și peisagistice, de pescuit și de vânătoare, etnografice și folclorice;
- b) **de sejur, odihnă și tratament, cultural, etnografic-folcloric, muzeistic, montan, sportiv, itinerant;**

c) Munții Carpați, Marea Neagră și Delta Dunării.

321) 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.**

322) În domeniul agroturismului și în cel al alimentației publice, impactul cel mai mare îl are promovarea:

- a) realizată online (site-uri de profil, rețele de socializare);**
- b) prin materiale scrise (broșuri, pliante);
- c) prin intermediul mass-media (radio, TV).

323) Mediul de marketing reprezintă un concept:

- a) sinonim mediului extern;
- b) care include deopotrivă mediul extern, mediul intern și relațiile dintre acestea;**
- c) inexistent.

324) Concurența este total absentă în situația de:

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

325) În raport cu rolul activității de comunicare de marketing, există strategii:

- a) ofensive;**
- b) concentrate;
- c) diferențiate.

326) 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.

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

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

328) Componente ale mix-ului de marketing care au impact asupra turiștilor sunt:

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

329) 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.

330) Principalele instrumente de comunicare folosite de către organizațiile turistice în cadrul campaniilor de publicitate exterioară sunt:

- a) spoturile radio și clipurile TV;
- b) afișele publicitare;**
- c) bannerele publicitare.**

331) Primul pas al analizei mediului de marketing al organizației turistice este reprezentat de:

- a) identificarea punctelor tari ale organizației;
- b) identificarea oportunităților prezente;**
- c) evaluarea oportunităților prezente.**

332) Particularitățile 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) legarea directă de factorul timp (sezonalitate).**

333) 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.**

334) 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.**

335) Subiecții relațiilor turistice pot fi considerați a fi:

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

MODELAREA SI SIMULAREA SISTEMELOR AGRICOLE

336) Printre avantajele modelelor economice se numără și:

- a. oferă o reprezentare intuitivă și totuși riguroasă a fenomenului analizat;**
- b. contribuie la verificarea corectitudinii procesului de gândire, care duce la luarea unor decizii mai riguroase științific,**
- c. ajută la structurarea mai bună a problemei investigate.**

337) 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.**

338) In funcție de sfera de reflectare a problematicii economice, modelele economico-matematice sunt:

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

339) In funcție de caracterul variabilelor, modelele economico-matematice sunt:

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

340) In funcție de factorul timp, modelele economico-matematice sunt:

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

341) In funcție de structura proceselor reflectate, modelele economico-matematice sunt:

- a. cu profil tehnologic, informațional decizionale, informatice, ale relațiilor umane,**
- b. deterministe și stochastice,
- c. statice și dinamice.

342) 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**

343) 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

344) Un sistem entropic este un sistem economic care :

- a. are proprietatea de a se autoregla,
- b. se naște, crește, ajunge la maturitate și moare**
- c. are proprietatea de a se autoregla și a se autodistruge.

345) Entropia organizatorică este mai pronunțată când:

- a. sistemele economice sunt mai complexe**
- b. sistemele economice sunt mai simple
- c. indiferent de complexitatea sistemelor economice.

346) 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

347) Se apreciază semnificația coeficientului de variație, știind că 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

348) Valoarea mediei se apreciază a fi foarte semnificativă dacă:

a. dacă în jurul mediei în limitele de: $y_m \pm 0,5 \sigma$, în care y_m = producția medie realizată pe perioada analizată, σ = abaterea standard a șirului, se găsesc cel puțin un număr de valori care au o pondere de 54,5 %.

b. dacă în jurul mediei în limitele de: $y_m \pm 0,5 \sigma$, în care y_m = producția medie realizată pe perioada analizată, σ = abaterea standard a șirului, se găsesc cel puțin un număr de valori care au o pondere de 64,5 %.

c. dacă în jurul mediei în limitele de: $y_m \pm 0,5 \sigma$, în care y_m = producția medie realizată pe perioada analizată, σ = abaterea standard a șirului, se găsesc cel puțin un număr de valori care au o pondere de 44,5 %.

349) Valoarea mediei se apreciază a fi distinct semnificativă dacă:

a. dacă în jurul mediei în limitele de: $y_m \pm \sigma$, în care y_m = producția medie realizată pe perioada analizată, σ = abaterea standard a șirului, se găsesc cel puțin un număr de valori care au o pondere de 68,27 %.

b. dacă în jurul mediei în limitele de: $y_m \pm \sigma$, în care y_m = producția medie realizată pe perioada analizată, σ = abaterea standard a șirului, se găsesc cel puțin un număr de valori care au o pondere de 64,5 %.

c. dacă în jurul mediei în limitele de: $y_m \pm \sigma$, în care y_m = producția medie realizată pe perioada analizată, σ = abaterea standard a șirului, se găsesc cel puțin un număr de valori care au o pondere de 58,27%.

350) 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.

351) Se calculează pentru anii 2014-2018, tendința cu ajutorul regresiei liniare pentru producția medie rezultată la cultura de porumb. În urma calculelor rezultă ecuația de tendință de forma $Y(t) = 4197,3 - 164,3t$. Să se calculeze producția ajustată pentru anul 2018, prin extrapolarea ecuației $Y(6)$.

a. 3211,5 kg/ha

b. 3500,5 kg/ha

c. 3305,2 kg/ha

352) 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

353) Valoarea mediei se apreciază a fi semnificativă dacă:

a. dacă în jurul mediei în limitele de: $y_m \pm 2\sigma$, în care y_m = producția medie realizată pe perioada analizată, σ = abaterea standard a șirului, se găsesc cel puțin un număr de valori care au o pondere de 54,5 %.

b. dacă în jurul mediei în limitele de: $y_m \pm 2\sigma$, în care y_m = producția medie realizată pe perioada analizată, σ = abaterea standard a șirului, se găsesc cel puțin un număr de valori care au o pondere de 95,45 %.

c. dacă în jurul mediei în limitele de: $y_m \pm 2\sigma$, în care y_m = producția medie realizată pe perioada analizată, σ = abaterea standard a șirului, se găsesc cel puțin un număr de valori care au o pondere de 68,27 %.

354) Principalii indicatori ce caracterizează producția medie sunt:

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

355) Pentru a verifica dacă ecuația calculată are semnificație statistică, se întrebuintează următoarele metode:

- a. coeficientul de determinație,
- b. coeficientul de regresie,
- c. proba F (Fischer-Snedecor).

356) În soluția duală a modelului matematic este prezentată:

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

357) 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.

358) Forma generală prin care se exprima o ecuație de regresie liniară este: $Y(t) = a + bt$, ce reprezintă a?

- a. este interceptul (locul pe ordonată unde dreapta de regresie se intersectează cu OY, valoarea lui $Y(t)$ pentru $x=t$);
- b. este panta de regresie (ne arată cu cât se modifică Y atunci când t crește (scade) cu o unitate;
- c. este variabila criteriu (cunoscută);

359) Utilizând metoda variantelor logice sau metoda constructivă se urmărește:

- a. stabilirea variantei care oferă cele mai bune oportunități fermei agroturistice
- b. stabilirea variantei din care rezultă cel mai mare profit
- c. stabilirea variantei cu cele mai mici cheltuieli

360) În modelarea unității, în afara regresiei și a calculului semnificațiilor, se mai folosesc și următoarele metode:

- a. Calculul integral și diferențial
- b. Balanțele input - output și programarea liniară
- c. Teoria jocurilor

361) Procesul de modelare prin regresie presupune:

- a. determinarea ecuației de regresie
- b. simularea ecuației de regresie
- c. calcularea derivatei ecuației de regresie