

Etapa județeană/sectoarelor municipiului București a olimpiadelor naționale școlare - 2019

Probă scrisă

Profilul: Servicii

Domeniul: Economic, Administrativ, Comerț

Clasa: a XI-a

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

SUBIECTUL I

(20 de puncte)

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

1. Unul dintre obiectivele economice ale activității de marketing la nivelul întreprinderii este:

- a. creșterea sau menținerea cotei de piață;
- b. creșterea gradului de satisfacere a clientului;
- c. realizarea unei imagini favorabile pentru întreprindere;
- d. maximizarea consumului.

2. Funcțiile obiectiv ale marketingului sunt:

- a. cercetarea pieței și maximizarea profitului;
- b. creșterea capacității de adaptare și cercetarea pieței;
- c. satisfacerea superioară a nevoilor consumatorilor și cercetarea pieței;
- d. maximizarea profitului și satisfacerea superioară a nevoilor consumatorilor.

3. Analiza SWOT definește:

- a. obiectivele activității de marketing;
- b. punctele tari și punctele slabe ale propriei oferte;
- c. strategiile concurențiale;
- d. modalitățile de maximizare a eficienței economice.

4. O întreprindere cu 260 de salariați este:

- a. microîntreprindere;
- b. întreprindere mică;
- c. întreprindere mijlocie;
- d. întreprindere mare.

5. Sunt factori de influență a tipurilor de structuri organizatorice:

- a. capacitatea și experiența conducerii;
- b. raportul dintre cerere și ofertă;
- c. calificarea personalului;
- d. amplasarea întreprinderii.

6. Funcțiunea de cercetare-dezvoltare cuprinde:

- a. activitățile de studiere, concepere și elaborare a cadrului tehnic și tehnologic;
- b. totalitatea activităților care vizează relațiile întreprinderii cu exteriorul;
- c. un ansamblu de activități care urmăresc procesele la care se supun resursele umane;
- d. activitățile de obținere și folosire rațională a disponibilităților bănești, controlul operațiilor în care s-au investit fonduri bănești.

7. Producția individuală se caracterizează prin:

- a. fabricarea unei nomenclaturi foarte mare de produse și volum de fabricație foarte mare;
- b. fabricarea unei nomenclaturi reduse de produse în cantități mari sau foarte mari;

- c. fabricarea unei nomenclaturi relativ largă de produse, în loturi de fabricație de mărime mare, mică sau mijlocie;
- d. fabricarea unei nomenclaturi foarte largi de produse, în cantități reduse, uneori chiar unicate.

8. Structura ierarhică a unei întreprinderi prezintă aplicabilitate în:

- a. organizațiile de dimensiuni mici, sau aflate la începutul activității;
- b. pe măsură ce dimensiunile organizațiilor cresc;
- c. organizațiile de dimensiuni mari;
- d. organizațiile de dimensiuni mari, cu o mare diversitate a nomenclatorului de produs.

9. Fidelizarea clienților și gradul de cunoaștere a produselor întreprinderii, sunt obiective:

- a. economice;
- b. psihologice;
- c. comerciale;
- d. promoționale.

10. După tipul de producție întreprinderile se grupează în:

- a. întreprinderi producătoare de mijloace de producție, producătoare de bunuri de consum;
- b. întreprinderi de energie electrică și termică, din ramuri extractive;
- c. întreprinderi cu producție de masă, cu producție de serie, cu producție individuală;
- d. întreprinderi cu producție de masă, cu producție individuală.

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

5 puncte

- 1. Creșterea sau menținerea cotei de piață este un obiectiv economic al activității de marketing.
- 2. Obiectivele activității de marketing la nivelul întreprinderii se împart în două categorii.
- 3. Cercetarea pieței, a nevoilor de utilizare sau de consum, constituie funcție mijloc.
- 4. Organizarea procesuală a întreprinderii constă în determinarea unor activități identice care au loc într-o organizație.
- 5. Funcțiunea de producție se referă la activitățile care vizează relațiile întreprinderii cu exteriorul, respectiv activitățile de aprovizionare și desfacere.

I.C. În coloana A sunt enumerate criteriile de clasificare a întreprinderilor, iar în coloana B sunt tipurile de întreprinderi. Scrieți pe foaia de concurs asocierile corespunzătoare:
5 puncte

A- Criteriul de clasificare	B – Tipuri de întreprinderi
1. După natura juridică	a) întreprinderi cu producție de masă, întreprinderi cu producție de serie, întreprinderi cu producție individuală
2. După forma de proprietate	b) societăți comerciale, regii autonome și companii naționale
3. După natura activității întreprinderii	c) întreprinderi din sectorul primar, întreprinderi din sectorul secundar, întreprinderi din sectorul terțiar
4. După sectorul economic în care poate fi încadrată întreprinderea	d) private, publice și mixte
5. După gradul de specializare	e) întreprinderi de producție, întreprinderi de comerț, întreprinderi de prestări servicii
	f) strict specializate, specializate, generale (nespecializate)

SUBIECTUL al II-lea (30 de puncte)

II.A. Completați, pe foaia de concurs, spațiile libere cu termenii corespunzători:

7 puncte

1. Structura ierarhic-funcțională permite atât respectarea unității de1....., cât și folosirea cunoștințelor de specialitate din cadrul diferitelor2..... funcționale.
2. Constituirea unor compartimente funcționale specializate pe diferite3..... caracterizează structura.....4.....
3. Obiectivele activității de marketing se împart în două categorii: obiective5..... și obiective6.....
4. Relațiile organizatorice reprezintă totalitatea7..... stabilite între subdiviziunile organizatorice.

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

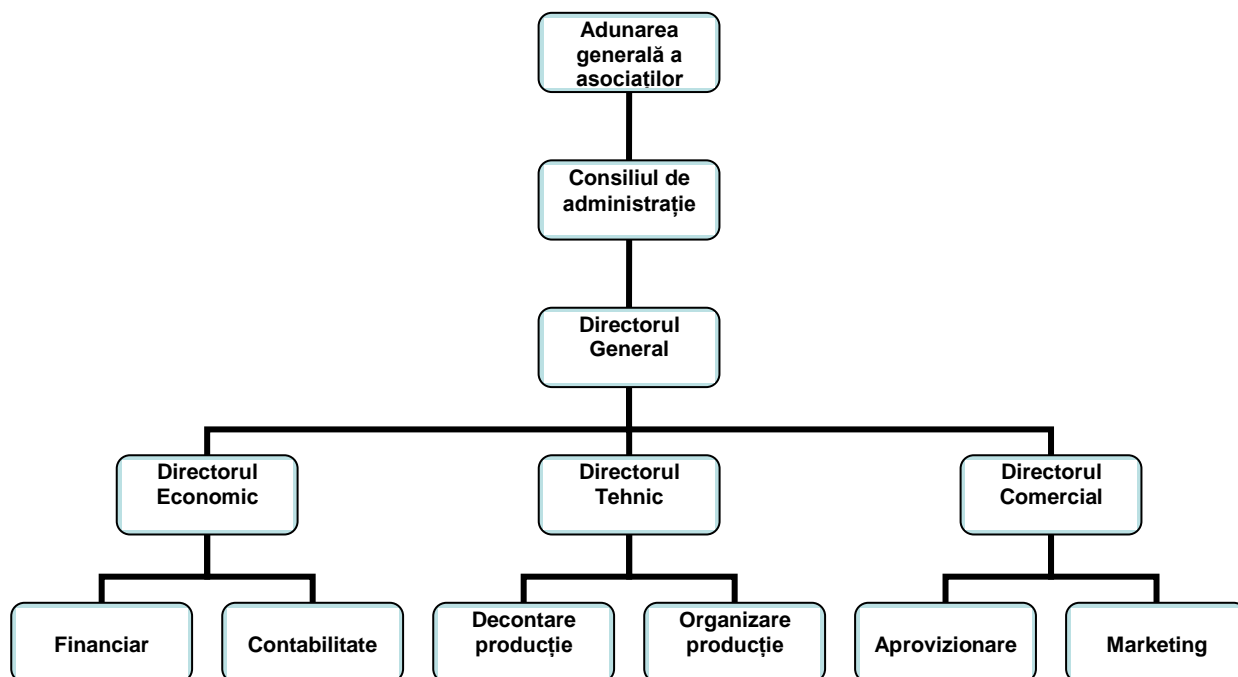
15 puncte

- a. Prezentați noțiunea de structură organizatorică a întreprinderii. **3 puncte**
- b. Prezentați noțiunea de organigramă. **3 puncte**
- c. Descrieți nivelul ierarhic. **3 puncte**
- d. Prezentați noțiunea de piața produsului. **3 puncte**
- e. Enumerați trei atribute ale punctelor slabe din oferta proprie. **3 puncte**

II.C. Analizați organigrama și precizați:

8 puncte

- a. tipul organigramei după modul de reprezentare grafică;
- b. numărul nivelurilor ierarhice;
- c. tipul de relații existent între Director economic, Director tehnic și Director comercial;
- d. tipul de relații existent între Director comercial și Biroul Marketing.



SUBIECTUL al III-lea

(40 de puncte)

La SC. „A” SA în cursul lunii ianuarie 2019, au loc următoarele operații economico-financiare:

1. La data de 10.01.2019 se achiziționează materii prime conform Facturii fiscale nr. 42, în valoare de 2000 lei, TVA 19%.
2. În data de 21.01.2019 se emit 1000 de acțiuni cu valoarea nominală 10 lei/acțiune, iar valoarea de emisiune 11 lei/acțiune. Toate acțiunile emise au fost subscrise și încasate prin cont la bancă, conform extrasului de cont nr. 8.
3. În data de 26.01.2019 se înregistrează vânzarea unui program informatic conform facturii fiscale nr. 123, pentru care se cunosc următoarele: preț de vânzare 1000 lei, TVA 19%, valoarea de intrare de 1200 lei, amortizarea de 720 lei.
4. În data de 28.01.2019 se înregistrează consumul de materii prime în valoare de 1000 lei, conform bonului de consum nr 45.
5. În data de 29.01.2019 se achiziționează un mijloc de transport în valoare de 50000 lei, TVA 19%, conform facturii fiscale nr 145.
6. În baza registrului asociaților se consemnează retragerea aportului unui acționar prin virament bancar în valoare de 1000 lei, conform ordinului de plată nr.15.
7. În data de 30.01.2019 se închid conturile de venituri și cheltuieli utilizate conform notei contabile nr 8.

Cerințe:

- a. efectuați analiza contabilă a operațiilor de mai sus și întocmiți formulele contabile;
- b. înregistrați sistematic operațiile de mai sus (T-uri 5121, 404, 208, 1012, 301), cunoscând SID 5121=25000 lei, SID 208=1200 lei, SIC 1012=30000 lei.