

Examen de Licență - Sesiunea Iulie 2023

1. Presupunem că prețul unui bun scade cu 10%, iar cantitatea cerută pentru o anumită perioadă de timp crește cu 15%. În aceste condiții:
 - A. veniturile încasate de producători scad;
 - B. veniturile încasate de producători cresc;**
 - C. veniturile producătorilor nu sunt influențate de modificarea prețului și a cantității cerute;
 - D. cheltuielile firmei cresc.

2. Alegeți afirmația falsă:
 - A. în general, cererea pentru bunurile de necesitate este mai puțin elastică decât cererea pentru bunurile de lux;
 - B. dacă prețul și venitul producătorilor sunt direct proporționale, cererea este elastică;**
 - C. o perioadă lungă de timp de la modificarea prețului unui bun imprimă ofertei un caracter elastic;
 - D. dacă prețul pentru un bun principal crește, caeteris paribus, oferta de pe piața bunului secundar va spori (și invers).

3. Care din următoarele aspecte delimitează capitalul fix de cel circulant:
 - a) numărul de cicluri de producție la care participă;**
 - b) locul de desfășurare a activității de producție;
 - c) perioada după care se înlocuiesc;**
 - d) modalitatea de transmitere a valorii sale asupra noului produs.**

A. (a,d) B. (c,d) **C. (a,c,d)** D. (b,c,d)

4. Într-o firmă producția înregistrată scade cu 40%. Cum se modifică CFM?
 - A. scade cu 60%;
 - B. scade cu 40%;
 - C. crește cu 66,66%;**
 - D. nu se modifică.

5. În situația în care costul fix mediu în perioada 0 al unei firme este 30.000 lei. La un spor al producției de 50%, costul fix mediu în perioada 1 devine:
 - A. 15.000 lei
 - B. 30.000 lei
 - C. 20.000 lei**
 - D. 45.000 lei

6. Condiția de maximizare a profitului în cazul unei firme pe o piață cu concurență monopolistică este următoarea (V_{mg} este venitul marginal, C_{mg} costul marginal, P este prețul, CTM costul mediu, VT veniturile totale):
 - A. $V_{mg} = C_{mg}$;**
 - B. $C_{mg} = P$;
 - C. $V_{mg} = CTM$;
 - D. VT să fie maxim.

7. Fiind dată relația $CTM = 20Q$ (CTM – costul total mediu, Q – producția), costul marginal al celei de-a cincea unități de producție este:
- A. **200;**
 - B. 100;
 - C. 4;
 - D. 6.
8. Atunci când costurile marginale sunt mai mici decât costurile totale medii:
- A. costurile fixe medii sunt în creștere
 - B. **costurile totale medii sunt în scădere**
 - C. costurile totale medii sunt în creștere
 - D. costurile totale medii sunt reduse la minimum
9. O companie produce și vinde 500 de unități ale unui produs la un preț de vânzare de 50 de lei pe unitate. În urma unei analize de piață, se constată un coeficient al elasticității cererii funcție de preț pentru acest produs egal cu zero. Ce se va întâmpla cu veniturile totale ale companiei dacă prețul este crescut cu 10%?
- A. Veniturile totale vor scădea cu 10%
 - B. Veniturile totale vor rămâne constante
 - C. **Veniturile totale vor crește cu 10%**
 - D. Nu se poate determina din informațiile furnizate
10. Volumul producției unei firme cu 250 de salariați este de 5000 de produse. Câți salariați trebuie să mai angajeze această firmă pentru a-și dubla producția, în condițiile în care productivitatea medie a muncii ar crește cu 25%?:
- A. 250;
 - B. 500;
 - C. **150;**
 - D. 400.
11. Dezvoltarea și multiplicarea serviciilor a condus la:
- A. dispariția unor categorii de servicii;
 - B. **aparitia sectorului cuaternar;**
 - C. dispariția unui sector economic;
 - D. nici un răspuns nu este corect.
12. Pe termen scurt costul marginal este egal cu:
- A. costul total unitar;
 - B. costul fix unitar;
 - C. **costul variabil unitar;**
 - D. costul fix total.
13. Între cererea efectivă de servicii și consumul de servicii există relația:
- A. sunt egale;
 - B. prima este mai mare decât al doilea;
 - C. **al doilea este mai mare;**
 - D. nu există legătură.
14. Ca indicator calitativ relevant al circulației turistice, durata medie a sejurului (DS) se exprimă ca raport între:
- A. numărul turiștilor și numărul populației;
 - B. numărul turiștilor înregistrați și numărul de zile din perioada analizată;
 - C. **numărul de zile-turist și numărul turiștilor;**
 - D. numărul de turiști spre o anumită destinație și totalul emisiunii turistice a zonei (țării) respective.

15. În ansamblul serviciilor turistice complementare (suplimentare) pot fi incluse:
- A. cazare și transport;
 - B. telecomunicații și gospodărie comunală;
 - C. informare și intermediere;**
 - D. organizare și pregătire a consumului turistic.
16. Criteriul de bază al eficienței unei investiții îl reprezintă:
- A. rentabilitatea investiției;**
 - B. termenul de recuperare a investiției;
 - C. investiția specifică;
 - D. productivitatea investiției.
17. Conform Codului comercial, au calitatea de comerciant:
- A. persoanele care exercită profesii liberale;
 - B. agricultorii;
 - C. meseriașii;
 - D. persoanele fizice care săvârșesc fapte de comerț ca profesii obișnuite.**
18. Într-o firmă de comerț cu ridicata marja brută a afacerii este de 5 %. Știind că firma a avut o cifră de afaceri de 10.000 RON, iar costul total de achiziție al mărfurilor fără TVA a fost de 8.000 RON, determinați suma adaosului comercial:
- A. 300 RON;
 - B. 400 RON;**
 - C. 500 RON;
 - D. 600 RON.
19. Existența unor standarde inferioare ale infrastructurii de acces (piste de aeroport prea scurte pentru avioanele mari, de exemplu), insuficiența structurilor de primire cu funcțiune de cazare turistică, lipsa atracțiilor naturale sau culturale ș.a., reprezintă următorul tip de constrângeri pentru activitatea de turism:
- A. Constrângeri auto-impuse;
 - B. Limite ale resurselor de susținere;
 - C. Constrângeri tehnice și de mediu;
 - D. Constrângeri de primire: turistul și confortul său.**
20. Evidențele statistice oferă date despre:
- A. Dimensiunile cererii nesatisfăcute;
 - B. Motivația cererii;
 - C. Structura și repartizarea teritorială a cererii;**
 - D. Toate acestea.
21. Maître d'Hotel este:
- A. echivalentul șefului de sală;**
 - B. administratorul de hotel;
 - C. directorul de cazare;
 - D. pe nivelul ierarhic imediat inferior șefului de rang.
22. În hotelurile de categorie superioară, în medie, raportul între încasările din cazare și încasările din alimentație este:
- A. încasările din cazare sunt mai mari decât cele din alimentație;**
 - B. încasările din cazare sunt mai mici decât cele din alimentație;
 - C. nu poate fi stabilită o regulă;
 - D. încasările din cazare sunt egale cu cele din alimentație, ambele fiind servicii de bază.
23. Directorul de cazare face parte din:

- A. nivelul inferior al managementului;
 - B. nivelul superior al piramidei manageriale;
 - C. nivelul mediu al managementului;**
 - D. nici un răspuns corect.
24. Cel mai utilizat instrument de control în activitatea hotelieră este:
- A. cartea de onoare a hotelului;
 - B. inspectorul anonim;
 - C. chestionarul din camera de hotel;
 - D. check-list.**
25. Organizarea unei conferințe într-un hotel presupune din partea managerului, deținerea unor calități, în primul rând:
- A. conceptuale;
 - B. de diagnosticare;
 - C. analitice;
 - D. tehnice.**
26. În cazul contractului de franciză hotelieră, principalul inconvenient pentru francizor este:
- A. riscul alegerii partenerului;**
 - B. devine dependent din punct de vedere financiar;
 - C. este obligat la partea sa de participație financiară;
 - D. descurajarea creativității proprii.
27. Garanția contractuală este o sumă pe care agenția de turism se obligă să o plătească în schimbul punerii la dispoziție, în mod ferm, a unui contingent de locuri de cazare, de către:
- A. touroperator;
 - B. altă agenție de turism;
 - C. managerul hotelului;**
 - D. Autoritatea Națională de Turism.
28. Directorul unui hotel este condiționat să dețină următorul document specific activității turistice:
- A. Brevet de turism;**
 - B. Patent turistic;
 - C. Licență în turism;
 - D. Curs de calificare.
29. Contractul de management presupune administrarea hotelului de către:
- A. Locatar;
 - B. Proprietarul însuși;
 - C. Un administrator independent;
 - D. Grupul de societăți, printr-o societate de gestiune.**
30. Marile lanțuri hoteliere integrate cunosc următorul tip de organizare comercială:
- A. centralizată, de tip ierarhic;
 - B. globală, bidirecțională;
 - C. descentralizată, de tip piramidal;**
 - D. pe verticală.
31. În rândul strategiilor fundamentale de preț se numără:
- A. strategia prețului capcană;
 - B. strategia prețului umbrelă;
 - C. strategia prețului variabil;

D. strategia prețului înalt.

32. Strategia diferențierii calitative a gamei de produse este recomandată în situația:
- A. **unui produs actual prezent pe piața actuală;**
 - B. unui produs actual prezent pe o piață nouă;
 - C. unui produs nou lansat pe piața actuală;
 - D. unui produs nou lansat pe o piață nouă.
33. Schimbarea observabilă/neobservabilă în comportamentul unui consumator, datorită efectelor experienței, care conduce la creșterea probabilității ca un act comportamental să fie repetat reprezintă:
- A. percepția;
 - B. motivația;
 - C. **învățarea;**
 - D. personalitatea.
34. Factorii specifici mix-ului de marketing influențează comportamentul consumatorului, ei făcând parte din categoria influențelor:
- A. de natură exogenă;
 - B. de natură endogenă;
 - C. **direct observabile;**
 - D. economice.
35. Cercetarea de marketing al cărei scop principal este clarificarea și înțelegerea coordonatelor unei probleme are caracter:
- A. **exploratoriu;**
 - B. instrumental;
 - C. descriptiv;
 - D. predictiv.
36. Exemple de surse de informații secundare sunt următoarele:
- A. specialiștii firmelor de consultanță;
 - B. **rapoartele unor organisme internaționale;**
 - C. personalul din compartimentele organizației;
 - D. clienții actuali ai companiei.
37. Un hotel percepe prețuri diferențiate în funcție de sezon datorită:
- A. **perisabilității serviciilor sale;**
 - B. inseparabilității serviciilor sale;
 - C. intangibilității serviciilor sale;
 - D. niciuna din aceste variante.
38. Același brand al unei spălătorii auto, cu mai multe puncte de lucru în întreaga țară, se confruntă cu o percepție diferită a clienților săi față de calitatea serviciilor oferite datorită:
- A. intangibilității serviciilor;
 - B. inseparabilității serviciilor;
 - C. **variabilității serviciilor;**
 - D. niciuna din aceste variante.
39. Față de canalele de distribuție a bunurilor industriale, lățimea canalelor de distribuție pentru bunurile de consum este, de regulă:
- A. **mai mare;**
 - B. asemănătoare;
 - C. mai mică;
 - D. mult mai mică.

40. Un avantaj al observării este:

- A. Înregistrarea comportamentului efectiv;
- B. Înregistrarea comportamentului declarat;
- C. Determinarea relațiilor cauză-efect;
- D. Reprezentativitatea eșantionului;

Notă:

1. Timpul efectiv de lucru este de 2 ore (ECTS, MN, MK, BA) și 3 ore (FB, CIG);
2. Fiecare subiect are o singură variantă de răspuns corect; subiectele la care se dau mai multe răspunsuri nu vor fi luate în considerare;
3. Pentru fiecare subiect este obligatorie bifarea unui răspuns; grilele necompletate duc la anularea examenului.
4. Notarea este de 0,225 puncte pe răspuns corect și un punct din oficiu.

Decan,
Prof. univ. dr. habil. Cristina Tănăsescu