

Tematica, bibliografia și teste de pregătire pentru proba scrisă la concursul de admitere
Studii universitare master
iulie 2025

TEMATICĂ

ECONOMIE

1. Economia și știința economică
2. Cererea
3. Oferta
4. Comportamentul consumatorului. Utilitatea economică
5. Factorii de producție
6. Veniturile factorilor de producție
7. Costurile de producție
8. Tipuri de piețe și mecanismul de formare a prețului
9. Externalități și bunuri publice

MARKETING

1. Politica de produs
2. Politica de preț
3. Politica de distribuție
4. Politica promoțională

CONTABILITATE FINANCIARĂ

1. Contabilitatea capitalului.
2. Contabilitatea activelor imobilizate.
3. Contabilitatea stocurilor și producției în curs de execuție.
4. Contabilitatea terților.
5. Contabilitatea trezoreriei.
6. Contabilitatea cheltuielilor, veniturilor și a rezultatului exercițiului financiar.
7. Forma și conținutul situațiilor financiare anuale. Aprobarea, semnarea și publicarea situațiilor financiare anuale. Lucrările contabile de închidere a exercițiului financiar.

FINANȚE

1. Finanțele firmei. Structura capitalurilor și echilibrul bilanțier
2. Decizia de finanțare a firmei
3. Politica de investire la nivel de firmă
4. Rentabilitatea firmei
5. Riscurile fundamentale în organizațiile actuale

MANAGEMENT

1. Fundamente teoretice ale managementului
2. Firma, întreprinzătorul și mediul ambiant
3. Strategia și managementul strategic al firmei
4. Sistemul decizional
5. Sistemul informațional-managerial
6. Sistemul organizatoric
7. Sistemul metodologic managerial
8. Sistemul managementului resurselor umane
9. Cultura organizațională
10. Managerii, leaderii și leadershipul
11. Competitivitate, eficacitate, eficiență și benchmarking in managementul firmei

BIBLIOGRAFIE:

1. Balteș N., Ciuhureanu A., **Contabilitate financiară**, Editura Universității “Lucian Blaga” din Sibiu, ISBN 978- 606-12-1133-3, 2015;
2. Kotler P., Keller K.L., **Managementul marketingului**, Editura Teora, București, 2008;
3. Nicolescu, O., Verboncu, I. **Managementul organizației**, Ed. Economică, București, 2007;
4. **Ordinul ministrului finanțelor publice nr. 1802/2014** pentru aprobarea Reglementărilor contabile privind situațiile financiare anuale individuale și situațiile financiare anuale consolidate, Monitorul Oficial al României nr. 963/30 decembrie 2014;
5. Popescu D., coord.- **Microeconomie**, Sibiu, 2016;
6. Stan Oprean C. - **Finanțe - suport de curs**, Sibiu 2015.

TESTE GRILĂ MICROECONOMIE

1. Presupunem că oferta pentru produsul A este perfect elastică. Dacă cererea pentru acest produs crește:
 - A. prețul și cantitatea de echilibru vor crește;
 - B. prețul și cantitatea de echilibru vor scădea;
 - C. cantitatea de echilibru va crește dar prețul nu se va modifica;
 - D. prețul de echilibru va crește dar cantitatea nu se va modifica.
2. În condițiile în care coeficientul elasticității cererii în funcție de venit este mai mare decât 1 și venitul crește, ponderea cheltuielilor pentru marfa X în cheltuielile totale:
 - A. va crește;
 - B. se va reduce;
 - C. rămâne constantă;
 - D. nu se poate determina.
3. În situația în care cererea pentru produsele agricole este inelastică:
 - A. reducerea prețurilor determină o creștere a veniturilor încasate de producători;
 - B. reducerea prețurilor determină o reducere a veniturilor producătorilor;
 - C. creșterea prețurilor nu conduce la diferențieri în veniturile producătorilor;
 - D. procentul de reducere a prețurilor este mai mic decât cel de creștere a cererii.
4. Pentru un consumator rațional care are de ales între două bunuri în condițiile constrângerii bugetare, modificarea prețului unuia dintre bunuri, caeteris paribus, va determina:
 - A. deplasarea paralelă a liniei bugetului
 - B. modificarea pantei liniei bugetului
 - C. nu va modifica linia bugetului
 - D. deplasarea paralelă a liniei bugetului la dreapta.
5. Prețul produsului A s-a redus de la 100 la 90 lei și, ca urmare, cantitatea cerută a crescut de la 70 la 75 unități. Cererea este:
 - A. inelastică;
 - B. elastică;
 - C. cu elasticitate unitară;
 - D. nu poate fi determinată din informația dată.
6. Alegeți afirmația falsă :
 - A. În general, cererea pentru bunurile de strictă 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 bunului A imprimă ofertei un caracter elastic.

- D. Pentru o firmă al cărei proces de producție presupune realizarea a două bunuri, unul principal și altul secundar, dacă prețul pentru bunul principal crește, - caeteris paribus - oferta de pe piața bunului secundar va spori (și invers).
7. În cazul în care curba cererii pentru produsul A se deplasează la dreapta, iar prețul pentru produsul B scade, se poate concluziona că:
- A. A și B sunt substituibile;
 - B. A și B sunt bunuri complementare;
 - C. A este un bun inferior, iar B este un bun superior;
 - D. Ambele bunuri A și B sunt inferioare.
8. 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 scad;
 - B. veniturile încasate de producători cresc;
 - C. veniturile nu sunt influențate în nici un fel;
 - D. cheltuielile firmei cresc.
9. Dacă o creștere a prețului cu 50% antrenează o creștere a cantității oferite dintr-un bun economic de la 10 la 20 bucăți. Să se calculeze coeficientul de elasticitate al ofertei.
- A. $\frac{1}{4}$.
 - B. $\frac{1}{2}$;
 - C. 1;
 - D. 2.
10. Utilitatea totală coincide cu cea marginală:
- A. pentru prima unitate consumată;
 - B. numai în cazul consumatorului irațional;
 - C. la nivelul ultimei unități consumate;
 - D. la nivelul pragului de saturație.
11. Curba de indiferență semnifică:
- A. consum egal a două bunuri;
 - B. utilitate egală din consumul a două combinații de bunuri;
 - C. venit egal al consumatorului;
 - D. prețuri egale ale bunurilor consumate.
12. Punctele la intersecția liniei bugetului cu axele coordonatelor semnifică:
- A. Consumatorul nu-și cheltuiește tot venitul
 - B. Consumatorul își cheltuiește tot venitul doar pentru un bun
 - C. Consumatorul nu cheltuiește absolut nimic
 - D. Sunt puncte imposibil de atins de către consumator.
13. Un agent economic contractează un împrumut de 15000 lei pe care îl va rambursa în trei tranșe anuale egale. Care va fi dobânda totală plătită, știind că rata anuală a dobânzii este de 12% pe an?
- A. 3.600 lei

- B. 1.800 lei
- C. 5.400 lei
- D. 1.500 lei

14. Un agent economic depune la o bancă o sumă de 10.000 lei cu o rată a dobânzii de 5 %. Care va fi suma existentă în bancă după 2 ani dacă agentul economic nu execută retrageri din contul creat în această perioadă?

- A. 11.000 lei
- B. 1.000 lei
- C. 11.025 lei
- D. 500 lei

15. Care dintre următoarele afirmații sunt false?

- A. Informația, abilitatea întreprinzătorului, progresul tehnic sunt neofactori de producție.
- B. Corespunzător stadiilor fluxului circular al capitalului firmei, acesta îmbracă trei forme: bani, bunuri-capital și respectiv marfă.
- C. Deprecierea capitalului fix se datorează numai uzurii fizice.
- D. Factorii de producție reprezintă resurse atrase și folosite în activitatea economică.

16. 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)

17. La o societate comercială se dau următoarele date: costuri materiale 89 mil.; capital circulant 45 mil.; salarii indirecte 10 mil.; costuri fixe 90 mil.; costuri variabile 52 mil. Să se calculeze costurile materiale fixe și amortizarea:

- A. 60 și 64;
- B. 70 și 56;
- C. 80 și 44;
- D. 89 și 45.

18. În componența costului fix se includ:

- a. cheltuielile cu salariile personalului administrativ;
- b. cheltuielile cu amortizarea capitalului fix;
- c. costurile cu energia pentru fabricație;
- d. cheltuielile cu iluminatul general.

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

19. Când volumul producției este zero:

- a. costul fix este 0;
- b. costul variabil este 0;
- c. costul fix este mai mare decât costul variabil;
- d. costul variabil este mai mare decât costul fix.

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

20. Să se calculeze CFM, pentru un nivel al producției $Q = 20$, știind că funcția costului total este: $CT = 200 + 3Q + 2Q^2$.
- A. 1060
B. 200
C. 20
D. 10
21. Care dintre următoarele afirmații este falsă:
- A. Concurența perfectă presupune mulți vânzători de produse standardizate;
B. Concurența monopolistică presupune mulți vânzători de produse omogene;
C. Oligopolul presupune câțiva producători de bunuri standardizate sau diferențiate;
D. Monopolul presupune un singur produs pentru care nu există substitute apropiate.
22. Pe piața cu concurență perfectă:
- A. Firma este un „price – taker”, adică preia prețul stabilit pe piață;
B. Firma este un „price – maker”, adică stabilește prețul pe piață;
C. Produsele firmelor sunt diferențiate;
D. Barierele de intrare sunt minime, iar cele de ieșire de pe piață sunt maxime.
23. Care dintre condițiile următoare indică faptul că un bun este produs în condiții de concurență perfectă:
- A. profiturile producătorilor sunt mari;
B. profiturile producătorilor sunt mici;
C. oferta totală este inelastică;
D. cererea individuală este perfect elastică.
24. 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.
25. Care dintre următoarele afirmații cu privire la monopol sunt adevărate:
- A. Există mai multe firme producătoare a unui produs specific;
B. Există o singură firmă producătoare, dar produsul are substitute apropiate;
C. Nu există competitori pe piața relevantă;
D. Barierele de intrare sunt reduse.
26. Între concurența monopolistică și cea perfectă există diferențe privind:
- A. intrarea pe piață;
B. numărul de vânzători și cumpărători;
C. puterea de piață a competitorilor;
D. omogenitatea produselor.

27. Care dintre următoarele pot fi considerate trăsăturile de bază ale bunurilor publice:
- A. se află în proprietatea statului;
 - B. se caracterizează prin non – excluziune și non - rivalitate;
 - C. se caracterizează prin rivalitate și excluziune;
 - D. pot fi pozitive sau negative.
28. Care dintre următoarele soluții nu fac parte dintre căile de internalizare a externalităților:
- A. practicarea unor amenzi plătite de producătorul de externalități negative;
 - B. introducerea de taxe și impozite care să aducă costurile private la nivelul celor sociale;
 - C. închiderea firmelor producătoare de externalități pozitive sau negative;
 - D. unirea producătorului de externalitate negativă cu receptorul unui asemenea efect.
29. În mod normal, economia naturală se caracterizează prin:
- A. formarea prețurilor prin mecanisme complexe;
 - B. concurența perfectă;
 - C. preponderența schimbului de produse;
 - D. satisfacerea nevoilor comunității și individului din producție proprie.
30. Care dintre trăsăturile de mai jos definesc trebuințele umane:
- A. nu sunt concurente;
 - B. nu se sting momentan prin satisfacere;
 - C. sunt nelimitate în capacitate;
 - D. sunt nelimitate ca număr.

RĂSPUNSURI CORECTE: MICROECONOMIE

1. C	11. B	21. B
2. A	12. B	22. A
3. B	13. A	23. D
4. B	14. C	24. A
5. A	15. C	25. C
6. B	16. C	26. D
7. B	17. C	27. B
8. B	18. B	28. C
9. D	19. C	29. D
10. A	20. D	30. D

TESTE GRILĂ CONTABILITATE

1. Capitalul propriu al entității economice reprezintă:
 - A. principala sursă proprie de finanțare a elementelor de avere din activul patrimonial;
 - B. expresia bănească a valorilor economice investite de către proprietari;
 - C. interesul rezidual al proprietarilor în activele unei întreprinderi, după deducerea tuturor datoriilor;
 - D. echivalentul valoric al acelei părți din elementele de activ asupra cărora titularii de patrimoniu își exercită dreptul deplin de proprietate.
2. Activele entității economice sunt definite ca:
 - A. resurse controlate de către entitate, ca rezultat al unor evenimente prezente, de la care se așteaptă să genereze beneficii economice viitoare pentru entitate și al cărui cost poate fi evaluat în mod credibil;
 - B. resurse controlate de către entitate ca rezultat al unor evenimente trecute, de la care se așteaptă să genereze beneficii economice viitoare pentru entitate și al cărui cost poate fi evaluat în mod credibil;
 - C. resurse controlate de către entitate ca rezultat al unor evenimente trecute, de la care se așteaptă să genereze beneficii economice prezente pentru entitate și al cărui cost poate fi evaluat în mod credibil;
 - D. resurse controlate de către entitate, ca rezultat al unor evenimente prezente, de la care se așteaptă să genereze beneficii economice viitoare pentru entitate și al cărui cost nu poate fi evaluat în mod credibil.
3. Rezultatul contabil (brut) al exercițiului financiar se determină potrivit relației:
 - A. rezultat din exploatare + rezultat curent;
 - B. rezultat financiar + rezultat curent;
 - C. rezultat din exploatare + rezultat financiar;
 - D. rezultat net + cheltuieli nedeductibile fiscal – venituri neimpozabile.
4. Costul de producție al unei imobilizări corporale realizate în cadrul entității economice, cuprinde:
 - A. costurile directe de producție, cheltuielile indirecte de producție angajate, cheltuielile generale de administrație;
 - B. costul de achiziție al materiilor prime și materialelor directe consumate, celelalte cheltuieli directe de producție, cota cheltuielilor indirecte alocată rațional ca fiind legate de fabricația bunului respectiv;
 - C. costurile directe de producție, costurile indirecte de producție, costurile de distribuție;
 - D. costurile directe de producție, costurile indirecte de producție angajate, costurile cu dobânzile.
5. Prețul de vânzare cu amănuntul al mărfurilor (PAM) se determină astfel :
 - A. $PAM = \text{cost de achiziție} + \text{adaos comercial} + \text{TVA neexigibilă}$;
 - B. $PAM = \text{preț cumpărare} + \text{comision} + \text{TVA neexigibilă}$;
 - C. $PAM = \text{preț cu ridicata} + \text{adaos comercial} + \text{TVA colectată}$;
 - D. nici un răspuns nu este corect.

6. Contabilizarea stocurilor conform metodei inventarului permanent, presupune:
- A. contabilizarea variației stocurilor la finele perioadei de gestiune;
 - B. necontabilizarea ieșirilor de stocuri în cursul perioadei;
 - C. contabilizarea achizițiilor de stocuri drept cheltuieli cu stocurile;
 - D. contabilizarea tuturor operațiilor de intrare și de ieșire de stocuri, utilizând conturile de stocuri.
7. Veniturile constatate sunt cele la care momentul înregistrării lor în contabilitate:
- A. coincide cu momentul încasării acestora;
 - B. diferă de momentul încasării efective a acestora;
 - C. nu presupun o încasare;
 - D. nici un răspuns nu este corect.
8. Referitor la contul „Clienți”, pentru luna ianuarie N, se cunosc următoarele informații: total sume debitoare 250.000 lei, din care sold inițial 50.000 lei. Soldul final este de 20.000 lei. Determinați valoarea vânzărilor către clienți și valoarea sumelor încasate de la clienți în cursul lunii ianuarie N.
- A. Vânzări = 320.000 lei, Încasări = 300.000 lei;
 - B. Vânzări = 300.000 lei, Încasări = 320.000 lei;
 - C. Vânzări = 230.000 lei, Încasări = 200.000 lei;
 - D. Vânzări = 200.000 lei, Încasări = 230.000 lei.
9. O societate a achiziționat o instalație de producție în următoarele condiții: preț de cumpărare 30.000 lei, TVA 19%; cheltuieli cu transportul instalației de la furnizor până la locul amplasării 900 lei; cheltuieli cu pregătirea locului în care va fi amplasată instalația (instalația trebuie să fie amplasată pe un suport din beton cu o înclinație de 12 grade) 2.000 lei; onorariul plătit inginerului care s-a ocupat de proiectarea și măsurarea locului de amplasare a instalației 1.500 lei. Societatea este plătitoare de TVA și primește din partea furnizorului un rabat de 10%. Costul de achiziție al instalației de producție este de:
- A. 36.530 lei;
 - B. 31.400 lei;
 - C. 34.530 lei;
 - D. 33.030 lei.
10. Care din pozițiile de venituri enumerate în continuare se includ în totalitate în cifra de afaceri netă a întreprinderii:
- A. producția vândută, venituri din vânzarea mărfurilor, venituri din subvenții de exploatare aferente cifrei de afaceri, venituri din dobânzi înregistrate de entitățile radiate din Registrul general și care mai au în derulare contracte de leasing;
 - B. venituri din vânzarea mărfurilor, venituri din vânzarea produselor finite, variația stocurilor, venituri din vânzarea produselor finite, venituri din subvenții de exploatare aferente cifrei de afaceri, venituri din lucrări și servicii prestate, venituri din dobânzi înregistrate de entitățile radiate din Registrul general și care mai au în derulare contracte de leasing;
 - C. venituri din vânzarea mărfurilor, variația stocurilor, venituri din vânzarea semifabricatelor, venituri din subvenții de exploatare aferente cifrei de afaceri, venituri din dobânzi înregistrate de entitățile radiate din Registrul general și care mai au în derulare contracte de leasing;
 - D. producția vândută, venituri din vânzarea mărfurilor, venituri din subvenții de exploatare aferente cifrei de afaceri, venituri din dobânzi înregistrate de entitățile radiate din Registrul general și care

mai au în derulare contracte de leasing, reducerile comerciale.

RĂSPUNSURI CORECTE: CONTABILITATE

1. C	6. D
2. B	7. A
3. C	8. D
4. B	9. B
5. A	10. A

TESTE GRILĂ BAZELE MARKETINGULUI

1. Întreprinderea “A” dorește să intre pe o piață nouă, cu un produs nou. Concurența pe piață este extrem de puternică, iar piața este atractivă. Ce strategie de marketing adoptă pentru lansarea pe piață a produsului său?
 - A. strategia de “smântânire” lentă;
 - B. strategia de “penetrare” rapidă;
 - C. strategia de “smântânire” rapidă;
 - D. strategia de “penetrare” lentă.
2. Întreprinderea “A” dorește ca pentru anul curent să introducă în fabricație un nou produs pentru a crește profunzimea gamei sale de produse. În același timp își propune o diferențiere prin calitate față de competitorii săi. Ce strategie de produs va adopta?
 - A. strategia diversificării orizontale, a diferențierii calitative față de oferta competitorilor și de perfecționare a produselor;
 - B. strategia diversificării laterale, a diferențierii calitative față de oferta competitorilor și de asimilare de noi produse;
 - C. strategia diversificării verticale, a diferențierii calitative față de oferta competitorilor și de asimilare de noi produse;
 - D. strategia de selecție, de diferențiere calitativă față de oferta competitorilor și de perfecționare a produselor.
3. Obiectivul fundamental al strategiei de preț a întreprinderii este:
 - A. creșterea vânzărilor;
 - B. obținerea rentabilității;
 - C. fidelizarea clienților;
 - D. diferențierea față de concurență.
4. Ca participanți la procesul de distribuție, ofertanții de servicii funcționale:
 - A. au rolul de a facilita distribuția;
 - B. dețin proprietatea mărfurilor;
 - C. nu sunt implicați în vânzarea-cumpărarea mărfurilor;
 - D. nu sunt implicați în logistica mărfurilor.
5. După tipul mesajului difuzat, publicitatea poate fi:
 - A. de marcă, emoțională;
 - B. factuală, instituțională;
 - C. emoțională, factuală;
 - D. de marcă, instituțională.
6. Strategia de îmbunătățire a calității produsului este specifică:
 - A. stadiului dezvoltării produsului pe piață;

- B. stadiului de maturitate al produsului;
 - C. stadiului de declin al produsului;
 - D. stadiului de introducere a produsului pe piață.
7. Principalul obiectiv de marketing pentru un produs aflat în faza de creștere a ciclului său de viață trebuie să fie:
- A. maximizarea cotei de piață;
 - B. maximizarea profitului;
 - C. reducerea cheltuielilor;
 - D. informarea consumatorilor.
8. Care dintre următoarele elemente nu reprezintă o componentă a micromediului întreprinderii:
- A. furnizorii forței de muncă;
 - B. legislația;
 - C. organismele publice;
 - D. furnizorii de mărfuri.
9. Funcția premisă a marketingului este:
- A. maximizarea eficienței economice;
 - B. satisfacerea în condiții superioare a nevoilor de consum;
 - C. conectarea dinamică a întreprinderii la mediul economico-social;
 - D. investigarea pieței, a necesităților de consum.
10. Concurența dintre două întreprinderi care oferă produse identice, destinate satisfacerii aceluiași nevoi se numește concurență:
- A. la nivel de întreprindere;
 - B. de marcă;
 - C. formală;
 - D. generică.

RĂSPUNSURI CORECTE: BAZELE MARKETINGULUI

1. B	6. A
2. C	7. A
3. B	8. B
4. A	9. D
5. C	10. B

TESTE GRILĂ FINANȚE

1. Cum se calculează valoarea prezentă a unei singure sume de bani?
 - a. $VP = VV * 1 / (1 + r)^n$;
 - b. $VP = VV * FA_{r,n}$;
 - c. $VP = VV * (1 + r)^n$;
 - d. $VP = VV * FC_{r,n}$.

A. (a, d) B. (a, b) C. (d) D. (c, d)
2. Sursele proprii interne ale unei firme (sau autofinanțarea) reprezintă capacități financiare constituite de însăși firma în cauză, pe seama:
 - a. profitului;
 - b. împrumuturilor pe termen lung;
 - c. provizioanelor;
 - d. majorărilor de capital;
 - e. amortizări;
 - f. împrumuturilor pe termen scurt.

A. (a, c, e) B. (b, c, d, f) C. (d, e, f) D. (a)
3. Ce elemente formează capitalul total al firmei?
 - a. Capitalul propriu și capitalul permanent
 - b. Capitalul permanent și datoriile pe termen scurt
 - c. Capitalul permanent și datoriile pe termen mediu și lung
 - d. Capitalul propriu, datoriile pe termen scurt și datoriile pe termen mediu și lung

A. (d) B. (a) C. (c) D. (b, d)
4. Creșterea capitalului social poate avea ca surse:
 - a. noi aporturi în numerar sau în natură ale acționarilor;
 - b. creșterea vânzărilor firmei;
 - c. încorporarea rezervelor;
 - d. creșterea profitului obținut de firmă;
 - e. conversiunea datoriilor în contribuții la capitalul social.

A. (a) B. (b, c) C. (d) D. (a, c, e)
5. Împrumutul obligatar este:
 - a. un credit acordat de o masă de debitori unui singur creditor;
 - b. un credit acordat de un debitor mai multor creditori;
 - c. un credit acordat de un creditor mai multor debitori;
 - d. un credit acordat de mai mulți creditori unui singur debitor.

A. (a) B. (b) C. (c) D. (d)
6. Ce reprezintă durata de viață economică a unei investiții?
 - a. durata protecției juridice asupra dreptului de proprietate asupra bunului de investiție;

- b. perioada de recuperare integrală a valorii inițiale a investiției pe calea amortizării;
- c. durata de timp determinată de caracteristicile tehnico-funcționale specifice fiecărui bun de investiție;
- d. durata de timp în care investiția produce efecte favorabile (cash-flow-uri).

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

7. Rentabilitatea economică este dată de:

- a. raportul între total active și datoriile din pasiv;
- b. raportul între beneficiu și total active;
- c. raportul între capitalul propriu și beneficii.
- d. raportul între beneficiu și capitalul permanent.

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

8. Rentabilitatea financiară reprezintă:

- a. randamentul capitalului propriu;
- b. raportul între beneficiu și total active;
- c. raportul între beneficiu și capitalul permanent.
- d. raportul între capitalul propriu și beneficii.

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

9. Care dintre următoarele este formula de calcul a valorii adăugate?

- a. Marja comercială + Producția exercițiului – Consumuri de la terți (intermediare)
- b. EBE + Subvenții de exploatare – Impozite, taxe și vărsăminte asimilate – Cheltuieli cu personalul
- c. EBE + Alte venituri de exploatare – Alte cheltuieli de exploatare – (Amortizări + Provizioane)
- d. Vânzări de mărfuri – Costul mărfurilor vândute

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

10. Care dintre următoarele este formula de calcul a excedentului brut de exploatare?

- a. Marja comercială + Producția exercițiului – Consumuri de la terți (intermediare)
- b. VA + Subvenții de exploatare – Impozite, taxe și vărsăminte asimilate – Cheltuieli cu personalul
- c. VA + Alte venituri de exploatare – Alte cheltuieli de exploatare – (Amortizări + Provizioane)
- d. Vânzări de mărfuri – Costul mărfurilor vândute

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

RĂSPUNSURI CORECTE: FINANȚE

1. B	6. C
2. D	7. B
3. D	8. A
4. D	9. A
5. D	10. D

TESTE GRILĂ MANAGEMENT

1. Ansamblul elementelor cu caracter decizional, organizatoric, informațional, motivațional, etc. din cadrul firmei, prin intermediul cărora se exercită ansamblul proceselor și relațiilor de management, în vederea obținerii unei eficacități și eficiențe cât mai mari – definește:
 - A. sistemul de management al firmei;
 - B. arta managementului;
 - C. managementul științific;
 - D. știința managementului.
2. Decizia care are urmări nemijlocite asupra deciziilor, acțiunilor și comportamentelor a cel puțin unei alte persoane – este o decizie:
 - A. operațională;
 - B. managerială;
 - C. strategică;
 - D. tactică.
3. Elementele constitutive cheie ale situației decizionale sunt:
 - A. decidentul și mediul ambiant decizional;
 - B. sistemul de management al firmei;
 - C. calitatea informației disponibile;
 - D. caracteristicile procesul de luare a deciziilor în firma.
4. Triunghiul de aur al organizării are în vedere corelarea judicioasă a:
a. sarcinilor; b. activităților; c. atribuțiilor; d. competențelor; e. responsabilităților.
 - A. a, b, c;
 - B. b, c, d;
 - C. c, d, e;
 - D. a, d, e.
5. Funcțiunile firmei sunt:
a. cercetare-dezvoltare; b. financiar-contabilă; c. comercială; d. organizare; e. previziune; f. antrenare; g. control-evaluare; h. resurse umane; i. coordonare; j. producție/operații.
 - A. a, b, c, d, e;
 - B. a, b, c, h, j;
 - C. f, g, h, i, j;
 - D. d, e, f, g, i.
6. Numărul de salariați conduși nemijlocit de un manager reprezintă:
 - A. ponderea ierarhică;
 - B. funcția;
 - C. compartimentul;
 - D. nivelul ierarhic.

7. Traiectul pe care-l parcurge o informație sau o categorie de informații între emițător și destinatar – definește:
- A. procedura informațională;
 - B. fluxul informațional;
 - C. circuitul informațional;
 - D. mijloacele de tratare a informațiilor.
8. Metoda folosită în management, al cărei conținut principal constă în identificarea punctelor forte și, respectiv, slabe, ale domeniului analizat, cu evidențierea cauzelor care le generează, finalizată în recomandări cu caracter corectiv sau de dezvoltare – poartă numele de:
- A. diagnosticare;
 - B. brainstorming;
 - C. Delphi;
 - D. tablou de bord.
9. Metoda intreprenorial-managerială de proiectare și promovare a unei afaceri noi sau de dezvoltare semnificativă a unei afaceri existente, pornind de la identificarea unei oportunități economice, prin care se determină obiectivele de realizat, se dimensionează și se structurează principalele resurse și activități necesare, demonstrând că aceasta este profitabilă, că merită să fie sprijinită de potențialii stakeholderi – este:
- A. tabloul de bord;
 - B. planul de afaceri;
 - C. matricea descoperirilor;
 - D. managementul pe baza de proiecte.
10. Deficiențele majore în procesul de comunicare (barierele comunicaționale cele mai semnificative) pot fi: **a.** de limbaj, exprimare; **b.** de recepție; **c.** contextuale; **d.** mixte.
- A. a, b, c, d;
 - B. a, b, c;
 - C. b, c, d;
 - D. a, b, d.

RĂSPUNSURI CORECTE: MANAGEMENT

1. A	6. A
2. B	7. C
3. A	8. A
4. D	9. B
5. B	10. A