



Facultatea de BUSINESS ȘI TURISM

1. Sub aspect organizatoric, instituirea unor specificații tehnice pentru materii prime și materiale, controlul exporturilor și menținerea standardelor pentru obținerea calității reprezintă efectul activității:
 - a) breslelor;
 - b) familiilor;
 - c) cultelor religioase;
 - d) monarhiilor.
2. Încă din perioada medievală, reputația produselor, implicit a producătorilor, se clădea prin:
 - a) publicitate;
 - b) calitate;
 - c) preț;
 - d) disponibilitate.
3. Momentul de început al fabricației pe scară industrială este considerat a fi:
 - a) realizarea și furnizarea a 10.000 de flinte, în anul 1798;
 - b) construirea a 20 de nave de luptă, în anul 1845;
 - c) construirea a 50 de tancuri, în 1914;
 - d) realizarea a 500 uniforme din postav, în anul 1525.
4. A doua perioadă parcursă în dezvoltarea și consolidarea conceptului "calitate" a fost etapa:
 - a) managementul calității;
 - b) inspecția;
 - c) controlul calității;
 - d) asigurarea calității.
5. Perioada cuprinsă între anii '50 - '70, caracterizată prin consolidarea obiectivului dublu al fiabilității, respectiv al controlului costurilor, a fost cunoscută sub denumirea de etapa:
 - a) asigurarea calității;
 - b) inspecția calității;
 - c) managementul calității;
 - d) controlul calității.
6. Conceptul "Zero defecte", menit ameliorării calității, este rodul gândirii lui:
 - a) Juran;
 - b) Deming;
 - c) Crosby;
 - d) Ishikawa.
7. Avântul important al economiei japoneze, după al doilea război mondial, are la bază aplicarea cu succes a principiilor conținute în conceptul de:
 - a) control al calității totale;
 - b) zero defecte;
 - c) costuri ale calității;
 - d) niciuna dintre variantele prezentate.
8. Conform statisticilor curente, în multe state europene s-au instituit premii naționale pentru calitate, prin care se recunoaște efortul unor organizații de a atinge și menține nivelul excelenței în toată activitatea lor. Se apreciază că aproximativ 75% dintre aceste premii au la bază modelul și algoritmul utilizate în cadrul:
 - a) premiului Deming;
 - b) premiului Juran;
 - c) premiului Baldrige;
 - d) premiului european al calității (EFQM).
9. Agenții de desfacere:
 - a) nu pot influența prețul de vânzare al produselor;
 - b) pot influența prețul de vânzare al produselor;
 - c) nu pot influența condițiile de livrare;
 - d) nicio variantă nu este corectă.



Facultatea de BUSINESS ȘI TURISM

10. Printre principalele funcții tranzacționale îndeplinite de comercianții de gros, **nu** se numără:
 - a) cumpărarea mărfurilor;
 - b) contactarea clienților în vederea vânzării bunurilor;
 - c) depozitarea mărfurilor;
 - d) asumarea de riscuri, ca urmare a preluării mărfurilor în proprietate.
11. Hipermagazinul este o structură de vânzare cu amănuntul, cu o suprafață de:
 - a) 400 mp;
 - b) între 401-1000 mp;
 - c) între 1001-2500 mp;
 - d) peste 2500 mp.
12. Centrul comercial regional:
 - a) este localizat de-a lungul străzilor foarte circulante;
 - b) are între 5 și 20 de magazine;
 - c) aprovizionează clienții dintr-o anumită zonă;
 - d) nicio variantă nu este corectă.
13. „e-Business” semnifică:
 - a) comerț electronic;
 - b) afaceri electronice;
 - c) teleshopping;
 - d) distribuția de bunuri prin mijloace electronice.
14. Marele magazin se încadrează în categoria:
 - a) comerțului integrat;
 - b) comerțului asociat,
 - c) comerțului independent;
 - d) cooperativelor de consum.
15. Printre avantajele francizatului se numără:
 - a) distribuirea unor produse și servicii recunoscute și de calitate standard;
 - b) modalitate relativ rapidă de extindere;
 - c) sporirea renumelui mărcii;
 - d) obținerea unor venituri sigure.
16. Cea mai externalizată activitate a întreprinderii este:
 - a) consultanța logistică;
 - b) depozitarea;
 - c) transportul;
 - d) prelucrarea mărfurilor.
17. Integrarea, ca pilon al Supply Chain Management, include:
 - a) planificarea avansată;
 - b) folosirea informațiilor și a tehnologiei comunicării;
 - c) orientarea procesului;
 - d) leadership.
18. Activitățile externalizate cu incidență în domeniul logistic sunt:
 - a) operațiuni de transport și auxiliare transportului;
 - b) operațiuni informatice;
 - c) pregătirea comenzilor;
 - d) toate cele 3 variante de răspuns.
19. Modelul SCOR (Supply Chain Operations Reference) este elaborat de:
 - a) Consiliul Supply Chain;
 - b) Supply Chain Management Association;
 - c) Forumul Global al Lanțului Logistic;
 - d) European Logistics Association.
20. Printre fluxurile importante din întreprindere se numără:
 - a) fluxul de bunuri și servicii dinspre piața de desfacere spre cea de aprovizionare;
 - b) fluxul de atragere a capitalului de pe piața de desfacere;
 - c) fluxul banilor dinspre piața de desfacere spre cea de aprovizionare;
 - d) fluxul taxelor și impozitelor dinspre stat spre întreprindere.



Facultatea de BUSINESS ȘI TURISM

21. Care din următoarele afirmații este adevărată?
 - a) serviciile sunt neproductive;
 - b) serviciile sunt omogene;
 - c) există și servicii cu efect material;
 - d) serviciile sunt stocabile.
22. Evaluarea serviciilor este mai dificilă și adesea subiectivă datorită caracteristicii lor de:
 - a) nestocabilitate;
 - b) imaterialitate;
 - c) perisabilitate;
 - d) niciun răspuns nu este corect.
23. Ce reprezintă „totalitatea actelor de vânzare-cumpărare al căror obiect îl constituie produsele turistice, privită în conexiune cu relațiile pe care le generează și spațiul geografic și chiar timpul în care se desfășoară”?
 - a) oferta turistică;
 - b) cererea turistică;
 - c) piața turistică;
 - d) producția turistică.
24. Care sunt caracteristicile pieței turistice?
 - a) Hipersensibilitate la variațiile micromediului
 - b) Mobilitate
 - c) Concentrare în timp și spațiu
 - d) Toate răspunsurile sunt corecte
25. Principalele forme de intervenție a statului în sectorul serviciilor sunt:
 - a) concesionarea;
 - b) naționalizarea;
 - c) reglementarea;
 - d) toate răspunsurile sunt corecte.
26. Care este relația dintre: (1) consumul turistic și (2) cererea turistică?
 - a) $(1) = (2)$;
 - b) $(1) > (2)$;
 - c) $(1) < (2)$;
 - d) nu există o relație între (1) și (2).
27. În sinteză, oferta turistică este constituită din:
 - a) potențialul turistic;
 - b) baza materială specifică;
 - c) servicii și forță de muncă;
 - d) toate răspunsurile sunt corecte.
28. Pentru firmele care realizează activități de intermediere, produsul global este reprezentat de:
 - a) adaosul comercial (sau comision);
 - b) valoarea adăugată;
 - c) consumul intermediar;
 - d) taxa pe valoarea adăugată.
29. Coeficientul de utilizare a capacității de cazare se determină ca:
 - a) raport procentual între numărul de înnoptări și capacitatea în funcțiune;
 - b) raport procentual între profit și capitalurile proprii;
 - c) raport procentual între încasările nete și cele totale;
 - d) raport procentual între profit și valoarea activelor totale.
30. Principalele criterii de evaluare a eficienței în domeniul serviciilor sunt:
 - a) nivelul costurilor;
 - b) eficiența investițiilor;
 - c) eficiența socială;
 - d) toate răspunsurile sunt corecte.

BAREM

Seria **BT 1** Data **28.07.2017** Nr.

			a	b	c	d
3		1	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3		2	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3		3	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3		4	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
3		5	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3		6	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
3		7	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3		8	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
3		9	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3		10	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
3		11	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
3		12	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
3		13	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3		14	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3		15	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3		16	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
3		17	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
3		18	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
3		19	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3		20	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
3		21	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
3		22	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3		23	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
3		24	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
3		25	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
3		26	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3		27	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
3		28	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3		29	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3		30	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

Codul variantei (1 - 6)

1 2 3 4 5 6

Modulul de specializare

