



TEST-GRILĂ

1. Ponderea ierarhică exprimă : (4p)

- a. proporția dintre posturile de vârf și cele de bază dintr-o organigramă ;
- b. numărul persoanelor conduse direct de un manager ;
- c. numărul celor care ocupă poziții manageriale într-o organizație;
- d. proporția celor antrenați în procesul decizional dintr-o organizație;
- e. raporturile de putere dintr-o organizație.

2. Reprezentanții managementului de bază dintr-o organizație se orientează mai mult spre: (4p)

- a. procese tehnologice;
- b. angajați ;
- c. decizii strategice;
- d. performanță individuală;
- e. obiective strategice.

3. Eficiența managerilor reprezintă : (4p)

- a. gradul în care organizația se consolidează în raport cu concurența;
- b. capacitatea de a produce profit ;
- c. gradul de creștere înregistrat de companie în perioada contractului managerial;
- d. gradul de valorificare a resurselor organizației;
- e. gradul de îndeplinire a angajamentelor asumate prin contractul managerial .

4. În evoluția managementului reținem contribuția extrem de importantă a lui F. Taylor care a permis delimitarea activităților : (3p)

- a. de conducere și de execuție ;
- b. operaționale și strategice ;
- c. de producție și de execuție ;
- d. tehnice și administrative ;
- e. complexe de cele curente.



5. Sistemul lui Taylor :

(3p)

- a. promova managementul participativ;
- b. nu lăsa loc pentru inițiativele sau creativitatea angajaților;
- c. necesita manageri cu competență economică;
- d. stimula creativitatea angajaților;
- e. era orientat către piață .

6. În cartea sa Administration industrielle et générale, Henry Fayol a formulat următoarele funcții ale managementului : (3p)

- a. previziune, organizare, coordonare și evaluare;
- b. planificare, conducere, administrare și control;
- c. planificare, organizare, coordonare, comandă și control;
- d. anticipare, antrenare, organizare și control;
- e. previziune, motivare, evaluare și informare.

7. Conform modelului inteligenței emoționale al lui D. Goleman, competența socială este determinată: (3p)

- a. de inteligența socială și de relațiile contractuale;
- b. de abilitățile sociale și de capacitatea de argumentare;
- c. de empatie și de capacitatea de negociere;
- d. de empatie și de abilitățile sociale;
- e. de inteligența emoțională și de cea cognitivă.

8. Managementul operativ caută să răspundă la întrebarea: (3p)

- a. cine trebuie să facă un lucru?
- b. cum trebuie făcut un lucru?
- c. care sunt prioritățile organizaționale?
- d. cum se repartizează resursele?
- e. unde trebuie acționat?

9. M. Porter clasifică activitățile care adaugă valoare în activități:

(3p)

- a. primare și suport;
- b. directe și indirecte;



- c. de rangul I și de rangul II;
- d. temporale și atemporale;
- e. simple și complexe.

10. Modelul lui M. Porter evidențiază cinci forțe competitive: (3p)

- a. stakeholderii, shareholderii, consumatorii, acționarii și creditorii;
- b. clienții, investitorii, acționarii, concurenții și legislația;
- c. concurenții noi, concurenții domeniului, clienții, produsele de substituție și furnizorii;
- d. competiția, acționarii, investitorii, creditorii și furnizorii;
- e. cererea, oferta, băncile, acționarii și angajații.

11. În opinia lui M. Porter grupul de furnizori deține avantaje în cazul în care: (3p)

- a. produsul furnizat este unic;
- b. are o producție diversificată;
- c. produsul furnizat este ieftin;
- d. își organizează activitatea pe bugete;
- e. produsul furnizat este scump.

12. Modelul lui Porter a fost îmbogățit de Grant și Nippa. În opinia lor, cea de a șasea putere competitivă era reprezentată de: (2p)

- a. criza economică;
- b. piață;
- c. produsele complementare;
- d. dispersia geografică;
- e. inteligența socială.

13. Tehnica scenariului ca instrument de analiză și prognoză a mediului și a întreprinderii poate fi folosită pentru: (2p)

- a. optimizarea ciclurilor tehnologice;
- b. raționalizarea proceselor de producție;
- c. identificarea vulnerabilității și a amenințărilor;
- d. accelerarea ciclurilor economico-financiare;
- e. elaborarea politicii societății, pentru planificare strategică și planificare operativă.



14. Unul dintre motivele esențiale pentru extinderea puternică a alianțelor strategice este: (2p)

- a. decalajul economic;
- b. crearea spațiului european comun;
- c. diversificarea cererii;
- d. concentrarea industriilor;
- e. ciclul de viață scurt al produselor.

15. Strategia de neutralitate poate fi adoptată atunci când: (2p)

- a. întreprinderea face schimbări majore;
- b. mediul extern este stabil;
- c. compania dispune de resurse de creștere;
- d. compania nu dispune de piață;
- e. întreprinderea are perspective concrete de creștere.

16. Obținerea avantajului competitiv se poate obține, în opinia lui M. Porter, prin: (2p)

- a. calitate ridicată și cost mic;
- b. producție de scală și calitate ridicată;
- c. costuri reduse și specializarea pe un anumit segment;
- d. cooperare și diversificare;
- e. inovare și integrare.

17. Curba de experiență evidențiază relația dintre: (1p)

- a. costurile unitare și volumul cumulat al producției;
- b. capital și profitabilitate;
- c. acționari și manageri;
- d. angajați și procese;
- e. tehnologie și concurență.

18. Target costing planifică costurile pentru produs din punct de vedere: (1p)

- a. al obiectivelor adoptate;
- b. al legislației în vigoare;
- c. al inflației;



- d. al normativelor fixate;
- e. al pieței și nu al companiei.

19. În teoria lui F. Herzberg despre satisfacția în muncă, relațiile șef-subordonat sunt: (1p)

- a. factor direct,
- b. factor indirect;
- c. factor de igienă;
- d. factori de randament;
- e. factor global.

20. Regula optimistă este un instrument folosit în: (1p)

- a. evaluarea rezultatelor economice;
- b. motivarea angajaților;
- c. adoptarea deciziei;
- d. fixarea obiectivelor derivate;
- e. analiza calitativă a pieței.

21. Choose the correct answer to complete the sentence: "When I took over the business I got more than I" (1p)

- a. bargained for
- b. ask for
- c. drew up
- d. carry out
- e. came in for

22. Choose the correct option to fill in the sentence: "To show recognition and motivate staff, managers can highlight staff efforts and contributions in meetings. They can also devise a judicious system of, such as housing allowances or extra holidays." (2p)

- a. prize
- b. perks
- c. praise
- d. awards
- e. loyalty

23. Which of the variants a) - e) best fills the gap in the following sentence: "Microcredit has proved an effective and popular measure in the ongoing struggle against poverty, enabling those without access to lending institutions to borrow at bank and start small businesses." (2p)

- a. fees
- b. premiums
- c. rates



- d. duties
- e. interests

24. Which of the variants a) - e) best fills the gap in the following sentence: "The management is determined to have all worldwide head offices equipped with computers by 2015." (2p)

- a. up-to-the-minute
- b. ahead of time
- c. state-of-the-art
- d. up and about
- e. up-and-coming

25. Choose the correct answer to fill in the sentence: "Our two companies are going to work together in a(n) to produce the new model." (2p)

- a. alliance
- b. merger
- c. joint venture
- d. union
- e. take-over

26. Choose the correct answer to fill in the sentence: "I'm afraid I haven't got ... in my office." (2p)

- a. a scissors
- b. any scissors
- c. a scissor
- d. scissor
- e. some scissors

27. Choose the correct answer to fill in the sentence: ".....you leave now, you the start of the meeting." (3p)

- a. Supposed; will miss
- b. When; miss
- c. Providing; won't miss
- d. Provide; won't miss
- e. Unless; won't miss

28. Which of the following sentences is not correct? (3p)

- a. I took my car to be serviced, so I go to work by bus.
- b. I got to work by bus, as my car was being serviced.
- c. My car was going to be serviced, so I take the bus to work these days.
- d. I had my car serviced, so I took the bus to work for a few days.
- e. I have taken the bus to work these days because my car is being serviced.



29. Choose the correct equivalent sentence a) - e) for: "Unfortunately, we didn't understand the potential impact of e-purchasing early enough, so we are lagging behind our competitors." (3p)

- a. If we understood the potential impact of e-purchasing early enough, we wouldn't be lagging behind our competitors now.
- b. We wouldn't be lagging behind our competitors, if we understand the potential impact of e-purchasing early enough.
- c. If we had understood the potential impact of e-purchasing early enough, we wouldn't be lagging behind our competitors now.
- d. Were we to have understood the potential impact of e-purchasing early enough, we would not have lagged behind.
- e. If we understood the potential impact of e-purchasing early enough, we wouldn't have been lagging behind our competitors now.

30. Choose the best way to complete the sentence: "By the end of the seminar on team building some people were still too shy to talk. The trainer" (3p)

- a. may encourage everyone to express themselves.
- b. must have encouraged everyone to express themselves.
- c. should have encouraged everyone to express themselves.
- d. has to encourage everyone to express themselves.
- e. needn't encourage everyone to express themselves.

31. It's time youdown to your revision programme. (3p)

- a. got; organizing
- b. get; organizing
- c. set; organizing
- d. sat; organize
- e. sit; organize

32. No sooner had he left the house, itsnowing. (3p)

- a. that; starts
- b. than; started
- c. and; started
- d. then; started
- e. when; starts

33. Which of the following is not correct? (3p)

- a. We'll know how the product has been received on the market at the beginning of October, when they have published the quarterly sales report.
- b. We'll know how the product has been received on the market at the beginning of October, when the quarterly sales report is published.



- c. We'll know how the product has been received on the market at the beginning of October, when the quarterly sales report will be published.
- d. We'll know how the product has been received on the market at the beginning of October, when the quarterly sales report has been published.
- e. We'll know how the product has been received on the market at the beginning of October, when the quarterly sales report comes out.

34. Read the text below. (4p)

Pricing is the second of the four 'Ps' of the marketing mix. Much innovation and energy has been focused on the other three Ps – product, place or (distribution) and promotion. Yet marketers have neglected the innovative potential of pricing. For example, managers need to develop a keen sense of the value of their products relative to those of competitors. Lower-priced competitors can severely damage customers' perceptions of value in an industry by encouraging customers to make lower prices the priority rather than any product or service benefits.

The emergence of discount airlines is a prime example of this: Southeast Airlines, the highly successful low-cost US airline, increased its share of domestic flight revenue from 3.2 percent in 1990 to 12.9 percent in 2002. Ryanair and EasyJet have seen similar success in Europe. However, competitors can fight back. Jet Blue – launched in February 2000 in New York – does not offer the lowest fares on the market, yet succeeds via a benefit-led advertising message to consumers. It trades on such features as its in-flight comforts, 24 channels of DirecTV and industry-leading punctuality. In July 2004 Jet Blue delivered its 14th consecutive quarter of profit and a 14.1 percent operating margin. If companies offer genuine value to customers, such benefits allow producers to sustain or raise prices.

Misperceptions are particularly common in product launches, where managers often set the price of new products too low. Take a historical example. In August 1959, the British Motor Corporation lost its nerve on the eve of the original launch of the Mini, reducing the planned list price to just below the £500 level – the level of perceived psychological importance. The car was an instant sales success and demand outstripped supply. However, profitability was so low over the early years that it was hard for the company to invest in the car's subsequent development.

What is the key message of this article? Choose the best alternative.

- a. Marketers have thought hard about pricing for a long time.
- b. Pricing is a key element in the marketing mix, and one that has been studied intensively for a long time.
- c. Instead of competing on price, products can compete on perceived benefits.
- d. Price continues to be the factor by which most products are judged.
- e. Managers need to follow competing companies' policies.

35. Insert the appropriate sentence (a-e) in the text below: (4p)

The buying patterns of the Vietnamese suggest they find it hard to resist the temptation of foreign consumer brands. Take Vinamilk, a state-owned dairy company with the highest market share in its sector. Among its competitors are Unilever's Wall's brand and the Foremost Dairy Company of the Netherlands. Foremost, a subsidiary of Feisland, opened the competition when it began a few years ago operating a \$30m joint-venture dairy near Ho Chi Minh City, producing condensed and powdered milk and drinking yoghurt.

Rien de Groot, general Director of Vietnam Foremost Dairy, says Foremost has already taken a third of the market for tinned condensed milk in less than two years.



ACADEMIA DE STUDII ECONOMICE DIN BUCUREȘTI

Admitere: **Studii universitare de masterat - august 2013**

Facultatea: **ADMINISTRAREA AFACERILOR, CU PREDARE ÎN LIMBI STRĂINE**

AA 1 b2

- a. But the taste for foreign brands is not the only handicap facing the management team.
- b. Last year, Unilever began producing Wall's ice cream at a \$22m plant, also in Ho Chi Minh City.
- c. Vienamilk is regularly hailed in the official media as one of the state sector's few success stories.
- d. In addition, Foremost already claims roughly half the market for the two powdered milk products it produces in Vietnam.
- e. Average annual consumption of milk products per head in Vietnam stands at about three liters, up from less than a litre in the early 1990s.

BAREM

Seria.....Data.....

Nr. a b c d e

Admitere programe de masterat

2 august 2013

Facultatea FABIZ

Cod grilă: AA1 b2

4 p		1	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4 p		2	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4 p		3	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
3 p		4	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3 p		5	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3 p		6	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3 p		7	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
3 p		8	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3 p		9	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3 p		10	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3 p		11	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2 p		12	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2 p		13	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
2 p		14	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
2 p		15	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2 p		16	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
1 p		17	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
1 p		18	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
1 p		19	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
1 p		20	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
1 p	a	21	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2 p	b	22	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2 p	c	23	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2 p	c	24	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2 p	c	25	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2 p	b	26	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3 p	c	27	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3 p	c	28	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3 p	c	29	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3 p	c	30	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3 p	a	31	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3 p	b	32	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3 p	c	33	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4 p	c	34	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4 p	b	35	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Codul variantei (1 - 6)

1 2 3 4 5 6

Modulul de specializare



[Handwritten signature]