

**Etapa județeană/a sectoarelor municipiului București a olimpiadelor naționale școlare
- 2023 -**

Probă scrisă

Profilul: Servicii

Domeniul: Turism și alimentație

Clasa: a XII-a

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

SUBIECTUL I. (20 de puncte)

I.1. Pentru fiecare din cerințele de mai jos (1-10), scrieți pe foaia de concurs litera corespunzătoare răspunsului corect: 10 puncte

1. Variabila mixului de marketing care trebuie să corespundă valorii percepute de cumpărător este:

- a) plasamentul;
- b) prețul;
- c) produsul;
- d) promovarea.

2. Conopida face parte din grupa legumelor:

- a) bulbifere;
- b) frunzoase;
- c) rădăcinoase;
- d) vărzoase.

3. Marmelada se obține prin:

- a) fierberea fructelor;
- b) gelificarea siropurilor;
- c) presarea la rece;
- d) stoarcerea fructelor.

4. Produsele alimentare în care lipidele se găsesc într-o proporție mare sunt:

- a) fructele;
- b) legumele;
- c) mierea;
- d) uleiurile.

5. Negocierea comercială:

- a) este un proces orientat către o finalitate precisă;
- b) este un proces în care unul dintre parteneri pierde;
- c) presupune argumentarea în vederea obținerii de profit;
- d) reprezintă dorința de a ajunge la un avantaj material.

6. În negocierea distributivă:

- a) orice atac reușit apare ca un semn de slăbiciune;
- b) orice concesie apare ca un semn de slăbiciune;
- c) negociatorii își definesc clar interesele mutuale;
- d) sunt ocolite și evitate stările conflictuale.

7. Rezultatul exercițiului:

- a) are caracter avansabil;
- b) este sub formă de profit / pierdere;
- c) este surplus din rezerve de reevaluare;
- d) reprezintă plusuri în urma reevaluării.

8. Categoria surselor proprii de finanțare include:
- amortizarea;
 - datoriile;
 - împrumuturile;
 - provizioanele.
9. Caracteristica serviciilor de a nu putea fi stocate și păstrate în vederea unui consum ulterior, se numește:
- inseparabilitatea;
 - intangibilitatea;
 - perisabilitatea;
 - variabilitatea.
10. Dintre caracteristicile de calitate ale produselor, fiabilitatea reprezintă:
- aptitudinea produsului de a-și îndeplini funcția specificată;
 - aptitudinea unui produs defect de a fi repus în stare de funcționare;
 - gradul de perfecțiune a produselor;
 - probabilitatea ca produsul să funcționeze fără defecțiuni.

I.2. Transcrieți, pe foaia de concurs, litera corespunzătoare fiecărui enunț (a, b, c, d, e) și notați în dreptul ei litera A, dacă apreciați că enunțul este adevărat sau litera F, dacă apreciați că răspunsul este fals. 5 puncte

- Informațiile pe care le conține eticheta permit identificarea produsului, caracteristicilor sale și a condițiilor de utilizare.
- În mixul de marketing facilitățile sunt variabile specifice factorului preț.
- În negocierea rațională, ambianța presupune suspiciune și sfidare.
- Prima de capital este o sursă pusă la dispoziția agentului economic de către proprietar la înființare.
- Capitalul propriu reprezintă dreptul de proprietate pe care îl au asociații asupra capitalului investit într-o firmă.

I.3. În coloana A sunt indicate activități desfășurate de angajații din sectorul hoteluri și restaurante, iar în coloana B măsuri de reducere a solicitărilor. Scrieți pe foaia de concurs asocierile corecte dintre cifrele din coloana A și literele corespunzătoare din coloana B. 5 puncte

Coloana A Activități desfășurate de angajații din sectorul hoteluri și restaurante	Coloana B Măsuri de reducere a solicitărilor
1. conversații cu glas ridicat 2. lipsa de sprijin din partea colegilor 3. ridicarea somierei/saltelei 4. utilizarea/manipularea cărucioarelor 5. volum de muncă ridicat și munca sub presiune	a) evitarea supraaglomerării unității b) reducerea surselor de zgomot c) încetinirea ritmului de lucru d) deprinderea tehnicilor de ridicare e) aprofundarea lucrului în echipă f) utilizarea corectă a echipamentelor

SUBIECTUL II. (30 de puncte)

II.1. Scrieți, pe foaia de concurs, informația corespunzătoare fiecărei cifre (1-10), astfel încât enunțul să fie corect din punct de vedere științific. 10 puncte

- Produsul, elementul de(1)..... al mixului de marketing, reprezintă oferta tangibilă a unei firme și include calitatea, aspectul,(2)....., adoptarea mărcilor și modul de ambalare.
- Cei patru P reprezintă punctul de vedere al(3)..... asupra instrumentelor de marketing de care dispune pentru(4)..... cumpărătorilor.

- c. Specificul activității desfășurate în cadrul sectorului hoteluri și restaurante implică o serie de solicitări de natură(5)....., ortostatică,(6)....., termică.
- d. Ca document de(7)....., bilanțul este o parte componentă a unui set de modele numit situații(8)..... anuale.
- e. Mălaiul este o(9)..... care se obține prin măcinarea boabelor de(10)..... în mori.

II.2. Răspundeți, pe foaia de concurs, următoarelor cerințe: 20 de puncte

- a. Precizați patru variabile specifice factorului plasament, element component al mixului de marketing.
- b. Enumerați cinci elemente pe care poate să le cuprindă eticheta produselor alimentare.
- c. Menționați cinci produse industrializate obținute prin conservarea fructelor.
- d. Enumerați trei categorii de brânzeturi și menționați, pentru fiecare categorie, câte un exemplu de produs.

SUBIECTUL III. (40 de puncte)

Realizați un eseu cu tema „**Calitatea, o variabilă continuă**”, respectând următoarea structură:

- a. Caracterizați ipostazele calității din punct de vedere al producătorului și al consumatorului;
- b. Enumerați factorii principali și factorii secundari care influențează calitatea produselor și serviciilor;
- c. Precizați factorii care influențează calitatea unui serviciu, menționând pentru fiecare, câte o caracteristică;
- d. Prezentați condițiile de calitate ale pâinii, principalul produs de panificație.