

**FACULTATEA DE MANAGEMENT TURISTIC
ȘI COMERCIAL - BUCUREȘTI**

TESTE – GRILĂ

pentru examenul de LICENȚĂ la specializarea

***„ECONOMIA COMERȚULUI, TURISMULUI
ȘI SERVICIILOR”***

CUPRINS

INTRODUCERE.....	7
I. TEMATICA EXAMENULUI DE LICENȚĂ LA SPECIALIZAREA „ECONOMIA COMERȚULUI, TURISMULUI ȘI SERVICIILOR”.....	11
II. BIBLIOGRAFIE RECOMANDATĂ PENTRU EXAMENUL DE LICENȚĂ LA SPECIALIZAREA: „ECONOMIA COMERȚULUI, TURISMULUI ȘI SERVICIILOR”	23
III. TESTE – GRILĂ PENTRU EXAMENUL DE LICENȚĂ LA SPECIALIZAREA „ECONOMIA COMERȚULUI, TURISMULUI ȘI SERVICIILOR”.....	25
IV. RĂSPUNSURILE TESTELOR GRILĂ.....	157
V. GHID DE ELABORARE A LUCRĂRII DE LICENȚĂ.....	163

I. TEMATICA EXAMENULUI DE LICENȚĂ LA SPECIALIZAREA „ECONOMIA COMERȚULUI, TURISMULUI ȘI SERVICIILOR”

ECONOMIA SERVICIILOR

1. Conținutul serviciilor

- Conceptul de servicii;
- Caracteristicile serviciilor;
- Tipologia serviciilor.

2. Aspecte ale gândirii economice și evoluția serviciilor

- Începuturile, gândirea clasică și contemporană privind serviciile;
- Evoluția și dimensiunile macroeconomice ale serviciilor.

3. Piața serviciilor

- Globalizarea piețelor și contextul internațional;
- Caracteristici și particularități ale pieței serviciilor;
- Cererea de servicii;
- Oferta de servicii;
- Conjunctura serviciilor.

4. Servicii de piață

- Servicii de piață pentru populație;
- Servicii de piață prestate în principal pentru întreprinderi.

5. Eficiența economică și socială a serviciilor

- Particularități privind eficiența în sectorul serviciilor;
- Criterii de evaluare și indicatori de exprimare a eficienței serviciilor;
- Rezultate și performanțe ale întreprinderilor de servicii de piață.

FUNDAMENTELE ȘTIINȚEI MĂRFURILOR

1. Metode de cercetare a calității mărfurilor

- Principii de bază ale metodologiei de cercetare a calității mărfurilor;
- Clasificarea și caracterizarea principalelor metode de cercetare a calității mărfurilor.

2. Elemente de teoria calității mărfurilor

- Conceptul de calitate;
- Caracterul complex și dinamic al calității;
- Ipostazele calității;
- Relația: calitate – utilitate (valoare de întrebuințare) – nevoi;
- Elementele componente ale calității: cerințe, proprietăți, caracteristici, funcții;
- Modalități de exprimare a calității: parametri, indici și indicatori;
- Factori care determină și influențează calitatea produselor.

3. Standardizarea la nivel național, european și internațional

- Asigurarea și îmbunătățirea calității produselor/serviciilor-obiectiv principal al standardizării.

4. Marcarea

- Marca de calitate.

5. Calitatea și protecția consumatorilor

- Drepturile fundamentale ale consumatorilor.

6. Calitatea și protecția consumatorilor

- Îmbunătățirea calității produselor din punct de vedere ecologic.

ECONOMIE COMERCIALĂ

1. Locul, rolul și importanța comerțului în economia națională

- Comerțul: definire, istoric, conținut, funcții, condiții, rol, importanță;
- Actele de comerț – actele aferente unei exploatare comerciale;
- Comerciantul – profesionist al întreprinderii comerciale;
- Importanța comerțului în economia națională.

2. Aspecte privind organizarea comerțului interior

- Principii de organizare a comerțului;
- Comerțul cu ridicata: conținutul activității și rolul economic al comerțului cu ridicata, funcțiile comerțului cu ridicata, tipologia

activității comerciale cu ridicata și baza tehnico-materială a comerțului cu ridicata;

- Comerțul cu amănuntul: conținutul activității, rolul economic și funcțiile comerțului cu amănuntul, tipologia activității comerciale cu amănuntul, baza tehnico-materială a comerțului cu amănuntul (stabilirea numărului caselor de marcat);
- Comerțul electronic: conceptul de comerț electronic, comerțul electronic versus comerțul tradițional, modele de succes pe piața virtuală.

3. Modalități de organizare a aparatului comercial

- Comerțul independent;
- Comerțul asociat;
- Comerțul integrat;
- Sistemul acordului de franciză: definire, avantaje, dezavantaje.

4. Locul pieței bunurilor și serviciilor în cadrul economiei de piață

- Conținutul și structura pieței bunurilor și serviciilor;
- Factori de influență ai dinamicii pieței bunurilor și serviciilor;
- Globalizarea pieței.

5. Structura consumului și legile sale economice

- Noțiunea de consum;
- Structura și particularitățile consumului de mărfuri și servicii;
- Limitele consumului;
- Legile economice ale consumului. Propensiunea consumului;
- Legile Engel sau legitățile dinamicii și modificării în timp a structurii consumului.

6. Cererea de mărfuri

- Cadrul conceptual de definire a cererii de mărfuri;
- Conținutul cererii de mărfuri și formele ei de manifestare;
- Factorii care influențează cererea de mărfuri;
- Elasticitatea cererii.

7. Oferta de mărfuri

- Conținutul ofertei de mărfuri și sursele de formare ale acesteia;
- Structura ofertei de mărfuri;
- Înnoirea produselor și diversificarea ofertei de mărfuri;
- Elasticitatea ofertei.

- 8. Relațiile de piață generate de către structurile comerciale**
 - Relațiile comercianților cu producătorii (negocierea, contractele comerciale, derularea tranzacțiilor comerciale);
 - Relația cumpărător-vânzător. Personalul comercial;
 - Rolul și importanța parteneriatelor în cadrul structurilor comerciale;
 - Necesitatea dezvoltării unor relații etice în domeniul comerțului.
- 9. Elemente de politică comercială la nivel macro și microeconomic**
 - Politica comercială la nivel macroeconomic – definire, obiective, funcții;
 - Instrumente de politică comercială la nivel macroeconomic.
- 10. Elemente de eficiență a activității comerciale**
 - Conținutul eficienței activității comerciale;
 - Elemente de calcul și apreciere a eficienței activității comerciale;
 - Căi de sporire a eficienței activității comerciale.

ECONOMIA TURISMULUI ȘI RESURSE ȘI DESTINAȚII TURISTICE

- 1. Elemente introductive în turism**
 - Concepte și definiții;
 - Principalii factori de influență asupra turismului.
- 2. Locul și rolul turismului în economie**
 - Contribuția turismului la creșterea economică;
 - Importanța economico-socială, culturală și ecologică a turismului;
 - Rolul turismului în intensificarea legăturilor dintre națiuni;
 - Indicatori de măsurare a aportului turismului la dezvoltarea economiei naționale.
- 3. Formele de turism**
 - Criterii de clasificare și particularități ale formelor de turism;
 - Modalități de cuantificare a circulației turistice.
- 4. Piața turistică**
 - Coordonate conceptuale;
 - Cererea și consumul turistic;
 - Metode de înregistrare a circulației turistice;
 - Oferta turistică: caracterizare conceptuală; resursele turistice-naturale și antropice - ale României. Siturile din România aflate pe Lista Patrimoniului Mondial UNESCO. Patrimoniul cultural

imaterial al umanității UNESCO-România. Principalele stațiuni turistice din România (balneare, montane, de litoral).

5. Baza materială a turismului

- Componentele bazei materiale a turismului.

6. Serviciile turistice

- Caracteristicile serviciilor turistice;
- Clasificarea serviciilor turistice.

7. Sezonalitatea serviciilor turistice

- Variațiile sezoniere ale fenomenului turistic;
- Ciclurile de sezonality în activitatea turistică;
- Implicațiile sezonality și posibilitățile de diminuare a efectelor economice în industria turistică.

8. Transporturile turistice

- Rolul și importanța transporturilor turistice;
- Structurarea formelor de turism după mijlocul de turism folosit; avantajele și dezavantajele utilizării acestora;
- Transporturile turistice rutiere;
- Transporturile turistice aeriene;
- Transporturile turistice feroviare;
- Transporturile turistice navale (maritime și fluviale).

9. Forța de muncă din turism

- Caracteristicile (specificitatea) profesiunilor din turism;
- Indicatorii ocupării forței de muncă din turism.

10. Organizarea și conducerea turismului

- Scurt istoric al turismului românesc;
- Organisme internaționale de turism. Organizația Mondială a Turismului;
- Organizarea și coordonarea activităților turistice;
- Instituționalizarea organizării și coordonării turismului (perioada contemporană);
- Asociațiile profesionale de turism din România.

11. Eficiența economică și socială a activității de turism

- Conceptul de eficiență;
- Sistemul de indicatori ai eficienței economice în turism (indicatori generali și indicatori particulari: cazare, alimentație, transport, investiții);

- Căi de creștere a eficienței economice în turism;
- Eficiența socială a activității de turism.

12. Elemente introductive privind resursele și destinațiile turistice

- Potențialul turistic și resursele turistice;
- Destinația turistică: definire, conținut, tipologie;
- Imaginea și brand-ul destinației turistice.

13. Resursele și principalele destinații turistice din România

- Regiunea de Dezvoltare NORD-EST;
- Regiunea de Dezvoltare SUD-EST;
- Regiunea de Dezvoltare SUD-MUNTENIA;
- Regiunea de Dezvoltare SUD-VEST OLTENIA;
- Regiunea de Dezvoltare VEST;
- Regiunea de Dezvoltare NORD-VEST;
- Regiunea de Dezvoltare CENTRU;
- Regiunea de Dezvoltare BUCUREȘTI-ILFOV.

ECONOMIA ȘI GESTIUNEA ÎNTREPRINDERII

1. Întreprinderea ca unitate de bază în afaceri

- Conținutul economiei și gestiunii întreprinderii;
- Sarcinile fundamentale ale economiei și gestiunii întreprinderii;
- Complexitatea sistemului de gestiune a întreprinderii.

2. Sistemul de gestiune al întreprinderii

- Nivelele de gestiune a întreprinderii: gestiunea strategică și gestiunea operațională;
- Relația informație – decizie în cadrul ciclului de gestiune / management;
- Structuri specifice ale sistemului de gestiune.

3. Organizarea proceselor operaționale în cadrul întreprinderii

- Tipologia proceselor care susțin funcționarea întreprinderii;
- Procesele operaționale și fluxurile de comunicare / informații din cadrul întreprinderii;
- Reproiectarea proceselor operaționale în vederea creșterii eficienței economice a întreprinderii.

4. Structuri și echilibre patrimoniale, economice și financiare la nivelul întreprinderii

- Structura bilanțului contabil;

- Structura bilanțului financiar;
- Estimarea echilibrului financiar;
- Concepția funcțională asupra întreprinderii. Indicatori de echilibru;
- Ratele privind structura activului și pasivului. Bilanțul structural.

5. Performanțele economice ale întreprinderii

- Soldurile intermediare de gestiune;
- Ratele de rentabilitate;
- Ratele privind rotația stocurilor.

6. Riscurile economice ale întreprinderii

- Noțiunea de risc la nivel de întreprindere;
- Analiza pragului de rentabilitate;
- Analiza riscului de exploatare structural;
- Aprecierea riscurilor financiare pe baza indicatorilor privind îndatorarea, solvabilitatea și lichiditatea.

7. Ciclul de exploatare a întreprinderii

- Structura ciclului de exploatare;
- Gestiunea stocurilor întreprinderii;
- Dimensionarea nevoilor financiare ale ciclului de exploatare.

8. Gestiunea previzională a întreprinderii

- Bugetul exploatării;
- Bugetul numerarului;
- Bugetul de investiții sau bugetul capitalului.

9. Strategii de gestiune pe termen lung a întreprinderii

- Gestiunea investițiilor;
- Finanțarea întreprinderii pe termen lung;
- Capacitatea de autofinanțare.

MANAGEMENT, MANAGEMENTUL RESURSELOR UMANE ȘI MANAGEMENTUL CALITĂȚII TOTALE

1. Procesul de management și funcțiile sale

- Definire și componente;
- Funcțiile managementului;
- Caracteristicile procesului de management.

2. **Managerii și stilul de management**
 - Definiție, caracteristici, clasificare;
 - Competențe, calități, aptitudini;
 - Stilul de management.
3. **Lider și leadership**
 - Lider: definire, trăsături, clasificare;
 - Relația dintre manager și lider;
 - Leadership: concept, conținut, tipologie, influența asupra performanțelor organizației.
4. **Cultura organizațională**
 - Concept și componente;
 - Factori ai apariției și evoluției culturii organizaționale;
 - Tipuri de culturi.
5. **Decizia de management**
 - Conceptul de decizie de management;
 - Tipologia deciziilor;
 - Structura procesului decizional.
6. **Strategia organizației**
 - Strategia, instrument central al managementului strategic;
 - Componentele strategiei;
 - Asemănări și deosebiri între strategia afacerilor și strategia militară;
 - Tipuri de strategii.
7. **Structura organizatorică**
 - Definirea și componentele structurii organizatorice;
 - Parametrii de caracterizare ai structurii organizatorice formale;
 - Tipuri de structuri organizatorice formale;
 - Structura informală – definire, componente, cauze ale apariției;
 - Influențe reciproce ale structurii organizatorice formale și informale.
8. **Sistemul informațional**
 - Cadrul conceptual al sistemului informațional;
 - Parametrii sistemului informațional;
 - Influențe exercitate și suportate de sistemul informațional;
 - Cerințe de raționalitate privind sistemul informațional;
 - Deficiențe ale sistemului informațional și influențele lor asupra individului și organizației.

9. Cadrul conceptual al managementului resurselor umane

Definirea managementului resurselor umane;

- Scopuri și obiective specifice managementului resurselor umane;
- Conținutul managementului resurselor umane.

10. Planificarea strategică și organizarea resurselor umane

- Definirea, importanța și particularitățile planificării strategice a resurselor umane;
- Etapele planificării strategice a resurselor umane;
- Metode și tehnici utilizate în planificarea strategică a resurselor umane;
- Analiza și definirea postului;
- Proiectarea postului;
- Evaluarea postului.

11. Recrutarea, selecția și inserția profesională

- Recrutarea resurselor umane: definire, premise, conținut;
- Selecția resurselor umane: definire, conținut, metode;
- Inserția profesională și socială.

12. Formarea și dezvoltarea profesională a resurselor umane

- Cadrul conceptual specific al formării profesionale a personalului;
- Etapele programului de formare profesională a personalului;
- Dezvoltarea profesională a personalului.

13. Managementul carierei

- Conceptul de carieră;
- Tipuri de cariere și ancore în carieră;
- Managementul carierei.

14. Managementul calității totale (TQM)

- Elemente teoretice cu privire la managementul calității
- Sistemul de management al calității
- Calitatea totală;
- Managementul calității totale (TQM);
- Auditul calității;
- Dezvoltarea unui sistem de management al calității.

MARKETING, CERCETĂRI DE MARKETING ȘI TEHNICI PROMOȚIONALE

1. **Fundamente ale marketingului**
 - Conceptul și funcțiile marketingului;
2. **Specializarea marketingului în activitățile economice și în domenii noneconomice;**
 - Mediul de marketing;
 - Piața întreprinderii;
3. **Coordonate ale politicii de marketing**
 - Strategia de piață și mixul de marketing;
 - Politica de produs;
 - Politica de preț;
 - Politica de distribuție;
 - Politica promoțională.
4. **Conducerea activității de marketing**
 - Organizarea activității de marketing;
 - Sistemul informațional de marketing;
 - Planificarea și planul de marketing.
5. **Cercetări de marketing**
 - Tipologia și procesul cercetărilor de marketing;
 - Măsurarea fenomenelor în cercetarea de marketing;
 - Cercetări calitative de marketing;
 - Sondajul și proiectarea chestionarului.
6. **Sistemul comunicațiilor de marketing**
 - Alcătuirea sistemului comunicațiilor de marketing al organizației;
 - Procesul de comunicare.
7. **Tehnici utilizate în procesul comunicării de marketing**
 - Tehnici de comunicare de natură promoțională;
 - Tehnici de comunicare de natură continuă.