

**CONCURSUL PENTRU OCUPAREA POSTURILOR DIDACTICE/CATEDRELOR
DECLARATE VACANTE/REZERVATE ÎN UNITĂȚILE DE ÎNVĂȚĂMÂNT
PREUNIVERSITAR DE STAT
14 iulie 2010**

**Proba scrisă la COMERȚ
Profesori**

Varianta 2

- **Toate subiectele sunt obligatorii. Se acordă 10 puncte din oficiu.**
- **Timpul efectiv de lucru este de 4 ore.**

SUBIECTUL I (30 de puncte)

1. Adoptarea conceptului de marketing de către o întreprindere presupune utilizarea unui sistem de conducere prin intermediul căruia se urmărește sincronizarea permanentă cu mediul unde își desfășoară activitatea.

- a. Descrieți formele mediului extern după modul cum se modifică componentele sale.
- b. Precizați cine este creatorul conceptului de marketing – mix.
- c. Prezentați șase variante ale strategiei de piață în funcție de vectorul de creștere.

10puncte

2. Un rol important în cadrul sistemelor de distribuție a mărfurilor revine comerțului cu amănuntul, care, alături de comerțul cu ridicata, reprezintă o verigă intermediară în fluxul relațiilor producător-consumator.

- a. Precizați care sunt categoriile de operațiuni comerciale desfășurate în cadrul desfacerilor cu amănuntul.
- b. Prezentați care sunt cele trei funcții mai importante ale comerțului cu amănuntul, fie în calitate de verigă intermediară independentă, fie împreună cu comerțul cu ridicata.

10puncte

3. Din punct de vedere comercial prin carne se înțelege atât carcasa animalelor de măcelărie, a păsărilor de curte, a vânatului, cât și produsele obținute din acestea.

- a. Identificați sortimentul preparatelor tip prospături.
- b. Precizați caracteristicile de calitate ale cărnii proaspete urmărind: aspectul exterior și în secțiune, culoarea, consistența, mirosul și gustul acesteia.

10 puncte

SUBIECTUL al II-lea (30 puncte)

Realizați un eseu cu titlul „Caracteristicile de calitate ale cremelor cosmetice” în care să se evidențieze:

- a) sortimentul cremelor cosmetice în funcție de destinație; **4 puncte**
- b) descrierea principalelor caracteristici ale cremelor cosmetice; **6 puncte**
- c) promovarea vânzărilor ca mijloc de stimulare și creștere a vânzărilor de produse cosmetice; **10 puncte**
- d) formele structurale ale cadrului de dialogare cu consumatorii; **6 puncte**
- e) categoriile de acțiuni menite să concretizeze intervenția puterii publice în procesul de protecție a consumatorilor. **4 puncte**

SUBIECTUL al III-lea (30 puncte)

Realizați o comparație între metodele didactice expositive (explicația, expunerea, descrierea) și metodele de învățare prin cooperare (brainstorming-ul, tema/ proiectul în grup, mozaicul). În realizarea comparației veți prezenta: definiția celor două categorii de metode, clasificarea și descrierea lor, avantajele și dezavantajele acestora, cu exemple adecvate disciplinei de concurs.