

**CONCURSUL PENTRU OCUPAREA POSTURILOR DIDACTICE/ CATEDRELOR DECLARATE
VACANTE/ REZERVATE ÎN ÎNVĂȚĂMÂNTUL PREUNIVERSITAR**

13 iulie 2011

**Proba scrisă la COMERȚ
Profesori**

BAREM DE EVALUARE ȘI DE NOTARE

Varianta 2

- Se punctează oricare alte formulări/ modalități de rezolvare corectă a cerințelor.
- Nu se acordă punctaje intermediare, altele decât cele precizate explicit prin barem. Nu se acordă fracțiuni de punct.
- Se acordă 10 puncte din oficiu. Nota finală se calculează prin împărțirea punctajului total acordat pentru lucrare la 10.

SUBIECTUL I

(30 de puncte)

1.

- a) Pentru fiecare particularitate prezentată corect se acordă câte **un punct**; pentru răspuns incorect sau lipsa acestuia se acordă 0 puncte. **2 puncte**
- b) Pentru fiecare caracteristică a distribuției directe (în cazul bunurilor de consum), caracterizată corect se acordă câte **2 puncte**, pentru răspuns corect, dar parțial complet se acordă câte **un punct**, pentru răspuns incorect sau lipsa acestuia se acordă **0 puncte**. **6 puncte**
- c) Pentru oricare două produse care pot fi distribuite cu ajutorul internetului prin canale directe se acordă câte **un punct**, pentru răspuns incorect sau lipsa acestuia se acordă **0 puncte**. **2 puncte**

2.

- a) Pentru enumerarea corectă a modificărilor se acordă **6 puncte**; ; pentru răspuns corect, dar parțial complet se acordă câte **3 puncte**, pentru răspuns incorect sau lipsa acestuia 0 puncte.
- b) Pentru argumentarea corectă a modificărilor se acordă **4 puncte**; pentru răspuns corect, dar parțial complet se acordă câte **2 puncte**, pentru răspuns incorect sau lipsa acestuia 0 puncte.

3.

a) laptele de consum:

- normalizat, cu un conținut de grăsime de 3,6%, 3%, 2%
- lapte smântânit, cu un conținut de grăsime de 0,1 %
- lapte cu compoziție modificată: hiperproteic (5,4% proteine), vitaminizant (cu D₂, C), fluorizant (cu 3% fluoruri de sodiu)
- băuturi din lapte (cu adaosuri de zahăr, cacao, arome etc.)

Pentru fiecare sortiment de lapte corect identificat se acordă câte **1 punct**, pentru răspuns incorect sau lipsa acestuia se acordă **0 puncte**. **4 puncte**

b) caracteristicile de calitate ale laptelui de consum:

- aspect – lichid omogen, fără impurități, fără sediment, consistență fluidă
- culoare – albă, alb – gălbuie, uniformă în toată masa
- miros și gust – plăcut, dulceag, caracteristic de lapte proaspăt; se admite un ușor gust de fiert
- grăsime – 3,6%, 3%, 2%, pentru laptele normalizat și 0,1% pentru laptele smântânit
- aciditate (°T) – 15-20
- proteine minime % min – 3,2 la laptele normalizat, 3,3% la laptele smântânit

- reacția de control a pasteurizării – negativă

*Pentru oricare șase caracteristici de calitate ale laptelui de consum se acordă câte **1 punct**; pentru răspuns incorect sau lipsa acestuia se acordă **0 puncte**.*

6 puncte

SUBIECTUL al II-lea

(30 de puncte)

1. „Calitatea articolelor din sticlă pentru menaj”:

a) Clasificarea articolelor din sticlă pentru menaj și exemplificare pentru fiecare categorie.:

- după destinație:

piese detașate: de exemplu: pahare, căni, platouri.

servicii: de exemplu: de apă, lichior, vin, tort,.

*Pentru răspuns corect și complet se acordă **2 puncte**, pentru răspuns corect, dar parțial complet se acordă **un punct**, pentru răspuns incorect sau lipsa acestuia **0 puncte**.*

- după compoziția chimică a sticlei:

articole din sticlă comună

articole din sticlă cristal

*Pentru răspuns corect se acordă **2 puncte**; pentru răspuns corect, dar parțial complet se acordă **1 punct**, pentru răspuns incorect sau lipsa acestuia **0 puncte**.*

b) aspectul și culoarea mărfurilor din sticlă:

Articolele din sticlă comună pot fi incolore sau colorate, transparente sau opace; se admit slabe nuanțe de verzui sau roz.

*Pentru răspuns corect se acordă **2 puncte**, pentru răspuns corect, dar parțial complet se acordă **un punct**, pentru răspuns incorect sau lipsa acestuia **0 puncte**.*

Articolele din sticlă cristal se caracterizează prin: omogenitate și transparența ridicată, luciu puternic, la lovire produc un sunet prelung cristalin.

*Pentru răspuns corect se acordă **2 puncte**, pentru răspuns corect, dar parțial complet se acordă **un punct**, pentru răspuns incorect sau lipsa acestuia **0 puncte**.*

La produsele care se comercializează sub formă de servicii, nu se admit diferențe de nuanță între produsele mari și cele mici, între părțile subțiri și cele groase.

*Pentru răspuns corect se acordă **2 puncte**, pentru răspuns corect, dar parțial complet se acordă **un punct**, pentru răspuns incorect sau lipsa acestuia **0 puncte**.*

c) avantajele strategiei de preț:

- valorifică unicitatea unor produse sau servicii a căror atractivitate pentru consumatori face ca cererea să fie puțin elastică, iar prețul perceput ca având o mică însemnătate

- poate conduce la segmentarea pieței în funcție de criterii strict economice și controlabile, respectiv veniturile consumatorilor și puterea lor de cumpărare. Segmentul cel mai important este cel al cumpărătorilor care, pe curba sensibilității la preț, se plasează pe ramura rigidă, adică insensibil la preț și cu reacție pozitivă la caracterul distinct și exclusiv al produsului sau serviciului. Ulterior recurgând la reducerea prețului inițial, devine posibilă și atragerea segmentelor de piață care sunt sensibile la preț.

- firma poate să reducă prețul inițial cu multă ușurință, dacă reacția pieței este nefavorabilă, deoarece a pornit de la un preț ridicat. Acest avantaj este notoriu, întrucât s-a dovedit că este mult mai dificil de mărit un preț inițial, care s-a dovedit prea mic pentru acoperirea costurilor și, eventual, obținerea de profit

- prețurile mai ridicate încă de la începutul prezenței pe piață a unui produs sau serviciu generează evident multe venituri, și, implicit, profit, comparativ cu practicarea unor prețuri mai scăzute

- prețurile inițiale ridicate pot fi folosite pentru echilibrarea cu eforturile de investiții ale întreprinderii în capacități de producție

*Pentru fiecare răspuns corect se acordă câte **2 puncte**, pentru fiecare răspuns corect, dar incomplet se acordă câte **un punct**, pentru răspuns incorect sau lipsa acestuia **0 puncte***

10 puncte

d) trăsăturile unei situații negociabile în comerț:

- existența a cel puțin doi parteneri cu interese divergente;
- cele două părți sunt angajate în relații voluntare privind vânzarea și cumpărarea unor cantități de bunuri, la prețuri care să exprime cât mai aproape condițiile pieței și să conducă la un consum de resurse avantajos pentru fiecare;
- derularea negocierilor este secvențială și nu simultană, o parte avansând propuneri, urmate de evaluarea lor de către cealaltă parte și formularea de contrapropuneri, care, succesiv conduc la o soluție acceptată de ambii parteneri.

Pentru fiecare trăsătură descrisă corect se acordă câte 2 puncte; pentru răspuns incorect sau lipsa acestuia 0 puncte **6 puncte**

e) rezultatele negocierii prin prisma schimbului de valori:

- monetare (tranzacții monetare) când o marfă se schimbă pe bani;
- în produse (troc, barter) echivalarea schimbului se face prin raport între acestea.

Pentru fiecare valoare caracterizată corect se acordă câte 2 puncte; pentru răspuns incorect sau lipsa acestuia 0 puncte. **4 puncte**

SUBIECTUL al III-lea

(30 de puncte)

- câte 1 punct pentru precizarea fiecăruia dintre cele patru elemente cerute **4x1p=4 puncte**
[Punctajul se acordă doar în situația în care candidatul a corelat elementele cerute cu conținutul testului proiectat pentru evaluarea sumativă la finalul anului școlar.]
- câte 2 puncte pentru proiectarea corectă metodico-științifică, adecvată evaluării sumative la finalul anului școlar, a fiecăruia dintre cei șase itemi construiți **6x2p=12 puncte**
- calitatea structurării testului **2 puncte**
- câte 2 puncte pentru proiectarea corectă a baremului de evaluare și de notare a fiecăruia dintre cei șase itemi construiți **6x2p=12 puncte**