

OLIMPIADA – ARIA CURRICULARĂ "TEHNOLOGII"
DOMENIUL/DISCIPLINA: TURISM ȘI ALIMENTAȚIE
Etapa NAȚIONALĂ - 2024

Profilul: Servicii

Clasa: a XI-a

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

Subiectul. I.

TOTAL: 20 puncte

I.A. Scrieți pe foaia de concurs litera corespunzătoare răspunsului corect: (10 puncte)

1. Brezarea (fierberea lentă brună) se realizează în intervalul de temperatură :

- a. 100 -150⁰C;
- b. 180- 240⁰C;
- c. 70 -100⁰C;
- d. 98 – 100⁰C.

2. Documentul contabil de înregistrare cronologică este:

- a. factura;
- b. registrul jurnal;
- c. bon de consum;
- d. fișă de cont.

3. Soteuza este o dotare specifică a spațiilor de producție din:

- a. bucătăria rece;
- b. cofetărie;
- c. bucătăria caldă;
- d. laborator patiserie.

4. Farfuria întinsă mare are diametrul cuprins între:

- a. 24 - 28 cm;
- b. 26 - 34 cm;
- c. 25 - 28 cm;
- d. 28 - 32 cm;

5. Flambarea este operația de:

- a. îndepărtarea pufului;
- b. îndepărtarea capului;
- c. îndepărtarea cheagurilor;
- d. îndepărtarea intestinelor.

6. Antricotul este sortul de carne din categoria:

- a. carne calitate superioară;
- b. specialități;
- c. carne calitate I;
- d. carne calitate a II-a.



7. Consola este destinată:
- operațiilor de prezentare a preparatelor;
 - operațiilor de încălzire a farfuriilor;
 - păstrării rezervei de obiecte de inventar;
 - servirii preparatelor flambate.
8. Eviscerarea este operația de prelucrare primară a:
- cărnii de bovine;
 - legumelor congelate;
 - peștelui;
 - cărnii de ovine.
9. Restaurantul familial oferă clienților:
- meniuri din vânat și pește;
 - meniuri complete la preț accesibil;
 - meniuri complete la prețuri ridicate;
 - meniuri semi-complete la prețuri accesibile.
10. Elementul de bază al Campingului este:
- parcele de campare;
 - căsuțele;
 - bungalow-urile;
 - rețeaua de alei.

I.B. Stabiliți valoarea de adevăr pentru fiecare enunț și notați pe foaia de examen litera A dacă apreciați că enunțul este adevărat și litera F dacă apreciați că enunțul este fals. (6 puncte)

- Făina este o pulbere obținută prin măcinarea cerealelor panificabile.
- Bonul de consum este un document specific operațiilor de aprovizionare și desfacerea mărfurilor.
- Dizertația este o formă de comunicare verbală.

I.C. Asociați tipurile spațiilor de cazare din coloana A cu caracteristicile acestora din coloana B. (4 puncte)

A - Tip spațiu de cazare	B - Caracteristici
1. Cameră cu pat individual (single)	a. Spațiu destinat folosirii de maxim 5 persoane
2. Cameră cu pat matrimonial	b. Spațiu destinat folosirii de către 1 persoană (max. 90cm)
3. Cameră cu pat dublu	c. Spațiu destinat folosirii de către 2 persoane (max.160cm)
4. Cameră cu priciuri	d. Spațiu destinat folosirii de către 1-2 persoane (max. 140 cm)
	e. Spațiu destinat folosirii de către mai multe persoane (min. 100cm/turist)

Subiectul. II.

TOTAL: 30 puncte

II.1. Completați spațiile libere cu termenii potriviți:

(12 puncte)

- a. Temperatura și(1)..... aerului nu trebuie să distragă(2)..... de la experiența(3)..... mesei.
- b. Cântărirea,(4)....., măsurarea în conformitate cu(5)..... de fabricație se realizează prin(6).....

II.2. Scrieți pe foaia de concurs răspunsul pentru următoarea cerință: (2puncte)

Motelul este folosit pentru un sejur de.....

II.3. Prezentați pentru structura de primire cu funcțiuni de alimentație "Grădina de vară" următoarele: (16 puncte)

- Caracteristicile pentru "Grădina de vară";
- Sortimentul de preparate și băuturi;
- Ambientul/decorul.

Subiectul. III.

TOTAL: 40 puncte

III.1. Problema concurenței prezintă interes pentru actorii pieței. Fiecare firmă este preocupată de a-și crește competitivitatea, iar câștigul net să fie optim. Acțiunile unei firme nu depind exclusiv de aceasta, ci de acțiunile concurenților ei. După o analiză riguroasă a concurenților, întreprinderile de turism care vor să aibă succes trebuie să își reconsidere modul de gândire.

Realizați un eseu structurat cu tema "Concurența – componentă a pieței", urmărind:

- Definirea concurenței – componentă a pieței. **(1 punct)**
- Prezentarea și descrierea tipurilor de concurență și a formelor acestora, după numărul de concurenți și gradul de diferențiere al produselor. **(7 puncte)**
- Enumerarea și prezentarea componentelor analizei SWOT. **(8 puncte)**
- Enumerarea a minim 3 elemente specifice pentru fiecare componentă a analizei SWOT. **(12 puncte)**

III.2. Marketingul este considerat într-o măsură tot mai mare drept funcție managerială, ceea ce îi oferă rolul de a asigura un mod sistematic de conducere a întreprinderii orientat spre piață. **(12 puncte)**

- Enumerați funcțiile marketingului; **(4 puncte)**
- Prezentați caracteristicile funcțiilor marketingului. **(8 puncte)**



OLIMPIADA – ARIA CURRICULARĂ "TEHNOLOGII"
DOMENIUL/DISCIPLINA: TURISM ȘI ALIMENTAȚIE
Etapa NAȚIONALĂ 2024

Profilul: Servicii
Clasa: a XI-a

Barem de corectare și notare

- ♦ **Toate subiectele sunt obligatorii. Se acordă 10 puncte din oficiu.**

Subiectul. I.

TOTAL: 20 puncte

A. (10 puncte)

1.a, 2.b, 3.c, 4.a, 5. a,
6.b, 7.c, 8.c, 9. b, 10 a,

Se acordă câte 1 punct pentru fiecare răspuns corect. (10 x 1 p = 10 p)
Se acordă 0 puncte pentru fiecare răspuns incorect sau lipsa acestuia.

B. (6 puncte)

1.A, 2.F, 3.A

Se acordă câte 2 puncte pentru fiecare răspuns corect. (3 x 2 p = 6 p)
Se acordă 0 puncte pentru fiecare răspuns incorect sau lipsa acestuia.

C. (4 puncte)

1. b, 2. d, 3. c, 4 e.

Se acordă câte 1 punct pentru fiecare răspuns corect. (4 x 1 p = 4 p)
Se acordă 0 puncte pentru fiecare răspuns incorect sau lipsa acestuia.

Subiectul. II.

TOTAL: 30 puncte

1. (12 puncte)

a. 1- calitatea, 2 -clienții, 3- servirii, 4.- numărarea, 5 – rețetele, 6 - dozare

Se acordă câte 2 puncte pentru fiecare răspuns corect. (6 x 2 p = 12 p)
Se acordă 0 puncte pentru fiecare răspuns incorect sau lipsa acestuia.

2. (2 puncte)

1-2 zile.

Se acordă câte 2 puncte pentru răspuns corect. (1 x 2 p = 2 p)
Se acordă 0 puncte pentru fiecare răspuns incorect sau lipsa acestuia.

3. (16 puncte)

Caracteristici: (4 puncte)

- amenajări în aer liber;
- dotate cu mobilier ușor.

Se acordă câte 2 puncte pentru fiecare răspuns corect și complet. (2 x 2 p = 4 p)
Se acordă 0 puncte pentru fiecare răspuns incorect sau lipsa acestuia.



Sortiment de preparate și băuturi: (10 puncte)

- minuturi, grătar, salate
- dulciuri de bucătărie și cofetărie-patiserie
- băuturi alcoolice și nealcoolice
- cafea, fructe
- produse de tutun.

Se acordă câte 1 punct pentru fiecare răspuns corect și complet. (10 x 1 p = 10 p)

Se acordă 0 puncte pentru fiecare răspuns incorect sau lipsa acestuia.

Ambient / decor: (2 puncte)

- dotată cu mobilier specific de grădină
- decorată în mod adecvat.

Se acordă câte 1 punct pentru răspuns corect și complet. (2 x 1 p = 2 p)

Se acordă 0 puncte pentru fiecare răspuns incorect sau lipsa acestuia

Subiectul. III.

TOTAL: 40 puncte

III.1. 28 puncte

a) 1 punct

Concurența este un mod de manifestare a economiei de piață, în care pentru un bun omogen și substitutele sale, existența unui singur producător devine practic imposibilă.

Se acordă 1 punct pentru răspuns corect și complet.

Se acordă 0 puncte pentru răspuns incorect sau lipsa acestuia.

b) 7 puncte

În funcție de numărul de concurenți și gradul de diferențiere al produselor există:

1. Concurența perfectă – un model al teoriei economice – descrie forma ipotetică a pieței în care niciun producător sau consumator nu are puterea de a influența prețurile de pe piață.
2. Concurența imperfectă – este situația de pe piață în care condițiile necesare pentru existența concurenței perfecte nu sunt satisfăcute.

Formele de concurență imperfectă:

- a) monopol – situație în care există un singur vânzător al unui bun economic;
- b) oligopol – situație în care există un număr redus de vânzători ai unui bun economic;
- c) concurența monopolistă – situație în care există mai mulți vânzători de bunuri total diferite;
- d) monopson – situație în care există un singur cumpărător al unui bun economic;
- e) oligopson – situație în care există un număr restrâns de cumpărători ai unui bun economic.

Se acordă câte 1 punct pentru fiecare tip de concurență și formă a sa identificat corect și complet

(7 x 1 p = 7 p)

Se acordă 0 puncte pentru răspuns incorect sau lipsa acestuia.

c) 8 puncte

Acronimul SWOT înseamnă:

- Strengths (Puncte tari) – atribute ale firmei care concură la realizarea obiectivelor
- Weaknesses (Puncte slabe) – atribute ale firmei care împiedică realizarea obiectivelor
- Opportunities (Oportunități) – factori externi care concură la realizarea obiectivelor
- Threats (Amenințări) – factori externi care împiedică realizarea obiectivelor

Se acordă câte 2 puncte pentru fiecare răspuns corect și complet. (4 x 2p = 8 p)

Se acordă 0 puncte pentru răspuns incorect sau lipsa acestuia.

d) 12 puncte

Exemple de atribute care pot constitui puncte tari:

- dispune de resurse financiare, umane, de amplasare
- servicii oferite clienților
- eficiența
- avantaje față de concurenți
- infrastructura
- calitatea
- personalul
- prețurile practicate
- aptitudini concurențiale bune
- o percepție pozitivă din partea clienților
- este un lider recunoscut pe piață
- deține strategii funcționale bine concepute
- are capacități de inovare
- conducerea este capabilă
- este proprietar de tehnologie
- este protejat de acțiuni concurențiale puternice

Se acordă câte 1 punct pentru oricare răspuns corect și complet. (3 x 1p = 3 p)
Se acordă 0 puncte pentru răspuns incorect sau lipsa acestuia.

Exemple de atribute care pot constitui puncte slabe:

- direcția strategică este neclară
- dispune de facilități învechite
- nivelul productivității este scăzut
- lipsă de viziune și talent managerial
- deficiențe în rezolvarea problemelor interne
- este vulnerabilă la presiunile concurenților
- slabă atenție acordată domeniului cercetare – dezvoltare
- linia de produse este limitată
- slabă imagine pe piață

Se acordă câte 1 punct pentru oricare răspuns corect și complet. (3 x 1p = 3 p)
Se acordă 0 puncte pentru răspuns incorect sau lipsa acestuia.

Exemple de atribute care pot constitui oportunități:

- deservirea unor categorii suplimentare de clienți
- cucerirea de noi segmente ale pieței
- extinderea liniei de produse
- diversificarea gamei de produse
- pătrunderea pe piețe noi
- integrarea verticală
- creștere rapidă a pieței pe care acționează
- politici guvernamentale favorabile

Se acordă câte 1 punct pentru oricare răspuns corect și complet. (3 x 1p = 3 p)
Se acordă 0 puncte pentru răspuns incorect sau lipsa acestuia.

Exemple de atribute care pot constitui amenințări:

- posibilitatea apariției unor noi concurenți
- creșterea vânzărilor de produse substituibile
- creștere lentă a pieței
- politici guvernamentale nefavorabile



- creșterea presiunilor concurențiale
- recesiune economică
- putere de negociere în creștere a furnizorilor sau clienților
- schimbări în nevoile și gusturile consumatorilor
- schimbări demografice

Se acordă câte 1 punct pentru oricare răspuns corect și complet. (3 x 1p = 3 p)
Se acordă 0 puncte pentru răspuns incorect sau lipsa acestuia.

III.1. 28 puncte

a) 4 puncte

1. Cercetarea pieței, a nevoilor de utilizare sau de consum constituie funcția premisă
2. Îmbunătățirea permanentă a capacității de adaptare a întreprinderii la cerințele mediului său de piață este considerată funcția mijloc
3. Satisfacerea în condiții superioare a necesităților de consum și utilizare este considerată funcția obiectiv sau scop
4. Maximizarea eficienței economice sau maximizarea profitului este tot funcție obiectiv.

Se acordă câte 1 punct pentru fiecare răspuns corect și complet.
Se acordă 0 puncte pentru răspuns incorect sau lipsa acestuia.

b) 8 puncte

1. Cercetarea pieței, a nevoilor de utilizare sau de consum constituie funcția premisă, prin a cărei exercitare se urmărește obținerea informațiilor cu privire la piețele efective și potențiale, la ansamblul necesităților de consum solvabile și insolvabile, dar și la comportamentul consumatorului.
2. Îmbunătățirea permanentă a capacității de adaptare a întreprinderii la cerințele mediului său de piață este considerată funcția mijloc, prin care se asigură îndeplinirea obiectivelor strategice ale agentului economic.
3. Satisfacerea în condiții superioare a necesităților de consum și utilizare reprezintă rațiunea de a fi a agentului economic, prin realizarea bunurilor și serviciilor. Este considerată funcția obiectiv sau scop prin care se vizează producerea și oferirea numai a acelor produse și servicii necesare consumului productiv și personal.
4. Maximizarea eficienței economice sau maximizarea profitului este tot funcție obiectiv, deoarece scopul final al activității economice a agentului economic este obținerea de profit, care îi asigură existența și dezvoltarea.

Se acordă câte 2 puncte pentru fiecare răspuns corect și complet.
Se acordă 0 puncte pentru răspuns incorect sau lipsa acestuia.

