

TESTE GRILĂ BAZELE CONTABILITĂȚII

1. *Procedeele specifice metodei contabilității sunt:*
 - a) documentarea, evaluarea, calculația și inventarierea;
 - b) inventarierea, contul, balanța de verificare;
 - c) bilanțul contabil, contul, balanța de verificare.

2. *Care ecuație bilanțieră corespunde acelei reguli de funcționare a conturilor, cu privire la înregistrarea majorărilor elementelor bilanțiere?*
 - a) $A + x - x = P$;
 - b) $A = P + x - x$;
 - c) $A + x = P + x$.

3. *Conform normelor legale din țara noastră principalele registre de contabilitate obligatorii sunt:*
 - a) Registrul-jurnal, Registrul-inventar, Registrul de încasări și plăți;
 - b) Registrul-jurnal, Registrul-inventar, Registrul de evidență a salariaților;
 - c) Registrul-jurnal, Registrul-inventar, Cartea mare.

4. *Analiza contabilă se efectuează:*
 - a) înainte ca operațiile economice să fie consemnate în documente;
 - b) după înregistrarea operațiilor în conturi, pentru verificarea acestora;
 - c) înainte de înregistrarea operațiilor în conturi, în scopul stabilirii corecte a conturilor în care se înregistrează.

5. *A debita un cont înseamnă:*
 - a) a înscrie o sumă în partea stângă a contului;
 - b) a înregistra operații de majorare a elementelor de activ;
 - c) a înregistra operații de micșorare a activelor.

6. *După felul conturilor pe care le cuprind, balanțele de verificare sunt:*
 - a) balanțe de verificare sintetice și analitice;
 - b) balanțe de verificare totale și parțiale;
 - c) balanțe de verificare ordinare și extraordinare.

7. *Una dintre egalitățile specifice balanțelor de verificare sintetice este:*
 - a) egalitatea între totalul încasărilor și totalul plăților;
 - b) egalitatea între suma rulajelor debitoare și suma rulajelor creditoare;
 - c) egalitatea între conturile de cheltuieli și cele de venituri.

8. *Care din următoarele afirmații este adevărată?*
 - a) balanțele de verificare se întocmesc concomitent cu bilanțul;
 - b) balanțele de verificare sunt operații premergătoare întocmirii bilanțului;
 - c) balanțele de verificare sunt operații ulterioare întocmirii bilanțului.

9. *Pregătirea inventarierii necesită:*
 - a) realizarea unor măsuri cu caracter organizatoric și contabil;
 - b) întocmirea corectă a documentelor de gestiune;
 - c) întocmirea contului de profit și pierdere.

10. *Operația de inventariere se realizează:*

- a) în prezența tuturor membrilor comisiei și a gestionarului;
- b) numai în prezența unui expert contabil sau contabil autorizat;
- c) în prezența a cel puțin două persoane.

Răspunsuri: 1 – c; 2 – c; 3 – c; 4 – c; 5 – a; 6 – a; 7 – b; 8 – b; 9 – a; 10 – a.

TEMATICĂ

1. Obiectul și metoda contabilității.
2. Reprezentarea contabilă a poziției și performanței financiare a entității economice.
3. Documentele justificative, registrele de contabilitate și situațiile financiare de raportare periodică.
4. Contul și dubla înregistrare a operațiilor economice și financiare.
5. Balanța de verificare a conturilor.
6. Inventarierea activelor, datoriilor și capitalurilor proprii.

BIBLIOGRAFIE

1. Bușan, G., Ciurlău, L., *Bazele contabilității. Noțiuni teoretice. Aplicații rezolvate. Întrebări de control și teste grilă*, Editura Academica Brâncuși, Târgu Jiu, 2014.
2. Sandu, M., *Bazele contabilității, Noțiuni teoretice. Aplicații practice, Teste grilă pentru autoevaluare, Ediția a III-a*, Editura Reprograph, Craiova, 2010.
3. *** *Legea contabilității nr. 82/1991*, cu modificările și completările ulterioare.
4. *** *Ordinul ministrului finanțelor publice nr. 1802/2014* pentru aprobarea Reglementărilor contabile privind situațiile financiare individuale și situațiile financiare anuale consolidate.
5. *** *Ordinul ministrului finanțelor publice nr. 2634/2015* privind documentele financiar – contabile.

TESTE GRILĂ INFORMATICĂ ECONOMICĂ

1. Termenul „e-banking” se referă la:
 - a) tranzacții bancare online;
 - b) licitații online;
 - c) proiectare electronică.

2. De ce este necesară actualizarea regulată a bazei de date a aplicației antivirus?
 - a) pentru a evita ștergerea accidentală a aplicației antivirus;
 - b) pentru a identifica, izola și elimina noii viruși;
 - c) pentru a completa drepturile de utilizare a aplicației antivirus.

3. WWW reprezintă:
 - a) un set de documente ce ajută la pregătirea asistată de calculator;
 - b) un set de documente multimedia care pot fi citite de oricine are acces la Internet;
 - c) o rețea globală de calculatoare.

4. Conceptul de economie digitală reflectă:
 - a) campanie publicitară pe Internet;
 - b) transformările actuale ale activităților economice ca rezultat al utilizării tehnologiilor digitale;
 - c) un sistem informatic integrat de gestiune economică.

5. Care dintre următoarele trăsături nu sunt specifice economiei digitale?
 - a) rolul consumatorului scade;
 - b) modalitate eficientă și facilă de comunicare cu clienții;
 - c) posibilitatea monitorizării competitorilor.

6. E-commerce reprezintă:
 - a) comerțul electronic;
 - b) firme virtuale;
 - c) tranzacții bancare online.

7. Site-ul este un instrument strategic de marketing în mediul on-line deoarece:
 - a) oferă un ridicat grad de confort vizitatorului;
 - b) vinde și aduce consumatorul cât mai aproape de decizia de cumpărare, prin comunicarea ofertei complete și instrumente utile;
 - c) concurența este mai redusă.

8. Ce presupune promovarea unui site?
 - a) traficul site-ului;
 - b) toate acțiunile promoționale online de maximizare a vizibilității site-ului;
 - c) optimizarea imaginii produselor sau serviciilor oferite prin intermediul site-ului.

9. Ce presupune optimizarea unui site?
 - a) promovarea site-ului prin motoarele de căutare;
 - b) afișarea unei liste;
 - c) traficul site-ului.

10. Ce reprezintă CRM (*Customer Relationship Management*)?

- a) software specializat utilizat în scopul atragerii de noi clienți și întărirea legăturilor cu clienții vechi;
- b) tehnici care descriu cel mai bine serviciile și produsele oferite de un site;
- c) tehnici de construire a unui index.

Răspunsuri: 1 – a; 2 – b; 3 – b; 4 – b; 5 – a; 6 – a; 7 – b; 8 – b; 9 – a; 10 – a.

TEMATICĂ

- 1. Aspecte ale afacerilor în economia digitală.
- 2. Sisteme informatice integrate de afaceri – caracteristici generale.
- 3. Promovarea și optimizarea unui site – definiție și caracteristici generale.

BIBLIOGRAFIE

- 1. Bălăcescu, A., *Bazele informaticii economice*, Editura Academica Brâncuși, Târgu Jiu, 2011.
- 2. Bologa, R., Lupu, A.R., *Sisteme Enterprise Resource Planning (ERP). Elemente introductive*, Editura ASE, București, 2012.
- 3. Muntean, M., Bologa, A.R., *Business intelligence: teorie și practică*, Editura ASE, București, 2015.

TESTE GRILĂ MANAGEMENT

1. *Principalele școli ale managementului:*

- a) școala clasică, tradițională, behavioristă, cantitativă și sistemică;
- b) școala clasică, tradițională, cantitativă, calitativă, sistemică și japoneză.
- c) școala tradițională, calitativă, sistemică și metodică.

2. *Care sunt principalele caracteristici ale organizației ca sistem?*

- a) integritate, structurare, complexitate, adaptabilitate și exemplificare;
- b) integralitate, ierarhizare, dinamism, finalitate, adaptabilitate și stabilitate;
- c) complementaritate, ierarhizare și antrenare.

3. *În cadrul unei organizații se pot realiza procese manageriale precum:*

- a) procese de management și de execuție;
- b) procese de management și operaționale;
- c) procese de implementare a proiectelor.

4. *Care sunt funcțiile procesului de management?*

- a) previziune, implementare, organizare, antrenare, planificare și control;
- b) monitorizare, implementare, organizare, prognoză și planificare;
- c) previziune, organizare, coordonare, antrenare și evaluare-control.

5. *Previziunea constă în:*

- a) stabilirea obiectivelor organizației și ale subdiviziunilor organizatorice ale acesteia;
- b) precizarea modalităților de motivare a salariaților;
- c) stabilirea componentelor procesuale și structurale.

6. *Care sunt factorii mediului ambiant?*

- a) economici, de management, demografici; ecologici, juridici, politici, socio-culturali, tehnici și tehnologici;
- b) economici, management, statistici, juridici, politici, culturali și tehnologici;
- c) de management, demografici, juridici, ecologici, sociali, culturali și tehnici.

7. *Rolul managerilor, într-o organizație constă în:*

- a) angajarea celor mai potriviți oameni în cadrul organizației conduse;
- b) conducerea organizației astfel încât să obțină un profit cât mai ridicat;
- c) conducerea organizației spre atingerea obiectivelor.

8. *Relații de management sunt:*

- a) ierarhice, funcționale, autoritate, stat-major, de cooperare și control.
- b) coordonare, manageriale, autoritate, stat-major și control;
- c) ierarhice, structurale, funcționale, autoritate, stat-major, de cooperare și control.

9. *Componentele (subsistemele) sistemului de management sunt:*

- a) subsistemele metodologic, informatic, organizatoric, motivațional;
- b) subsistemele metodologic, decizional, informațional, organizatoric;
- c) subsistemele metodologic, decizional, motivațional, organizatoric.

10. *După orizontul de timp deciziile sunt:*

- a) strategice, tactice și curente;
- c) strategice, funcționale și operative;
- d) curente, repetitive și operative.

Răspunsuri: 1 – a; 2 – b; 3 – a; 4 – c; 5 – a; 6 – a; 7 – c; 8 – a; 9 – b; 10 – a.

TEMATICĂ

1. Aspecte generale privind managementul – definirea și principalele școli.
2. Funcțiile și principiile managementului.
3. Generalități specifice managerilor – definire, caracteristici, rolul și evaluarea acestora.
4. Funcțiile organizației.
5. Procesul decizional în cadrul organizației.
6. Organizația și mediul ambiant.

BIBLIOGRAFIE

1. Burduș, E., *Tratat de management, Ediția a II-a*, Editura Pro Universitaria, București, 2013.
2. Niculescu, O., Verboncu, I., *Fundamentele managementului organizației*, Editura Economică, București, 2008.
3. Romanescu, M., Tănăsioiu, G., *Management*, Editura Universitaria, Craiova, 2006.
4. Romanescu, M., *Management general, pentru uzul studenților ID*, Editura Academică Brâncuși, Târgu Jiu, 2015.

TESTE GRILĂ MARKETING

1. *Nevoile se transformă în cerere dacă sunt dublate de:*
 - a) produse;
 - b) putere de cumpărare;
 - c) tranzacții pe piață.

2. *Orientarea activităților firmei se face pornind de la:*
 - a) consumator;
 - b) personalul firmei;
 - c) producători.

3. *În sfera studiilor de marketing domeniul prioritar îl constituie studiile:*
 - a) de piață;
 - b) de produs;
 - c) de firmă.

4. *Componentele mixului de marketing sunt:*
 - a) furnizorii, clienții și vânzătorii;
 - b) oferta, cererea și segmentele de piață;
 - c) produsul, prețul, plasamentul și promovarea.

5. *În ultimă instanță cel care decide dacă o firmă a stabilit prețul corect este:*
 - a) consumatorul;
 - b) distribuitorul;
 - c) agentul comercial.

6. *Specialistul din cadrul firmei care are ca obiect de activitate studiul pieței și promovarea ofertei este:*
 - a) managerul;
 - b) marketerul;
 - c) vânzătorul.

7. *Cumpărarea este:*
 - a) un proces complex;
 - b) o acțiune controlabilă;
 - c) un proces de creație.

8. *Mișcarea organizată a cetățenilor și organismelor guvernamentale, îndreptată în direcția lărgirii drepturilor consumatorilor și sporirii cumpărătorilor și raporturilor lor cu vânzătorii este:*
 - a) ecologismul;
 - b) consumerismul;
 - c) liberalismul.

9. *Reducerea problemelor de sănătate cauzate de calitatea slabă a aerului, poluarea apei și tratarea chimică a alimentelor, depozitarea deșeurilor toxice și a gunoiului, reducerea zonelor de recreere în aer liber, intră sub incidența:*
 - a) mișcării ecologiste;

- b) tranzacțiilor comerciale,
- c) mișcării consumeriste.

10. *Politica de promovare se referă la:*

- a) publicitate, vânzare personală, promovarea vânzărilor și relații publice;
- b) publicitate, producție, resurse umane și control preventiv;
- c) publicitate, producție, resurse umane și relații de protocol.

Răspunsuri: 1 – b; 2 – a; 3 – a; 4 – c; 5 – a; 6 – b; 7 – a; 8 – b; 9 – a; 10 – a.

TEMATICĂ

1. Noțiuni generale din domeniul marketingului.
2. Activități comerciale și de promovare.
3. Comportamentul uman și implicațiile sale în marketing.
4. Politica de promovare.

BIBLIOGRAFIE

1. Balaure, V., *Marketing*, Editura Uranus, București, 2006.
2. Diaconescu, M., *Marketing*, Editura Universitara, București, 2014.
3. Kotler, Ph., *Principiile marketingului*, Editura Teora, București, 2003.
4. Neamțu, A.C., *Marketing, Ediția a II-a*, Editura Economică, București, 2004.
5. Neamțu, A.C., *Marketing – Sisteme și abordări*, Editura Economică, București, 2005.
6. Neamțu, A.C., *Marketing – teste grilă*, Editura Economică, București, 2004.
7. Neamțu, A.C., *Marketing – curs universitar*, 2016.
8. Neamțu, A.C., Neamțu, L., *Afaceri internaționale*, Editura Academica Brâncuși, Târgu-Jiu, 2010.

TESTE GRILĂ MICROECONOMIE / MACROECONOMIE

1. *Microeconomia este:*

- a) acea ramură a științei economice care studiază unitățile economice individuale (gospodăriile familiale, întreprinderi, bănci, administrații);
- b) acea ramură a științei care studiază aspectele minore din viața cotidiană;
- c) acea ramură a științei care studiază microelementele.

2. *Macroeconomia este:*

- a) acea ramură a științei economice care studiază mărimile globale dintr-o economie, numite agregate macroeconomice;
- b) acea ramură a științei care studiază aspectele majore din viața cotidiană;
- c) acea ramură a științei care studiază macroelementele.

3. *Nevoile umane constau din:*

- a) doleanțele, resimțirile, așteptările oamenilor de a avea, de a ști, de a crede, respectiv de a-și însuși bunuri;
- b) tot ceea ce-și poate dori orice ființă de pe planeta Pământ;
- c) doleanțele, resimțirile, așteptările persoanelor adulte.

4. *Resursele economice constau din:*

- a) totalitatea elementelor care sunt utilizabile, pot fi atrase în circuitul economic și sunt efectiv utilizate la producerea și obținerea de bunuri;
- b) totalitatea elementelor naturale;
- c) totalitatea însușirilor cu care natura l-a înzestrat pe om.

5. *În comparație cu resursele economice nevoile umane sunt:*

- a) nelimitate;
- b) limitate;
- c) nu pot fi comparate, nefiind legate unele de celelalte.

6. *Prin bani „gheață” („cash” sau lichizi) înțelegem:*

- a) disponibilitățile bănești propriu-zise care se caracterizează prin lichiditate perfectă;
- b) banii scoși din circulație și trimiși la topitorie;
- c) moneda scripturală.

7. *Prin dezvoltare durabilă înțelegem:*

- a) creștere economică în consonanță cu cerințele echilibrului ecologic și cu întreaga dezvoltare umană;
- b) reformarea sistemului de ajutor public pentru dezvoltare;
- c) creștere economică ce presupune stăpânirea „absolută” a naturii de către om.

8. *Consumul reprezintă:*

- a) folosirea bunurilor economice de către populație și administrație pentru satisfacerea trebuințelor personale și colective;

- b) o stare de presiune lăuntrică, o tensiune nervoasă pronunțată;
- c) orice proces care conduce la uzura fizică și/sau morală a mașinilor, utilajelor și a oamenilor.

9. *Investiția în capitalul uman reprezintă:*

- a) orice activitate menită să asigure o sporire a capacităților și calităților factorului uman;
- b) cheltuielile pentru căutarea unui nou loc de muncă;
- c) cheltuielile pentru masă și menținerea stării de sănătate.

10. *Acțiunea este:*

- a) un titlu de proprietate, prin care se dovedește participarea deținătorului la capitalul social al societății comerciale pe acțiuni emitente;
- b) opusul stării de repaus;
- c) o hârtie de valoare pe termen scurt, mediu, lung sau fără termen.

Răspunsuri: 1 – a; 2 – a; 3 – a; 4 – a; 5 – a; 6 – a; 7 – a; 8 – a; 9 – a; 10 – a.

TEMATICĂ

1. Obiectul de studiu al științei economice.
2. Raportul general nevoi-resurse; raritatea și alegerea.
3. Piața monetară.
4. Creșterea și dezvoltarea economică pe termen lung.
5. Consumul; dinamica cheltuielilor de consum.
6. Înzestrarea economiei cu capital; investiția în capitalul uman.
7. Piața financiară. Investițiile în active financiare.

BIBLIOGRAFIE

1. Bălăceanu, C., Benteoiu, C., *Microeconomie*, Editura CH Beck, București, 2007.
2. Ciucur, D., Gavrilă, I., Popescu, C., *Economie. Manual universitar*, Editura Economică, București, 1999.
3. Cîrnu, D., Boncea, A., *Fundamentele Teoriei Economice*, Editura Scrisul Românesc, Craiova, 2002.
4. Mungiu-Pupăzan, C., Băbăiță, I., *Microeconomie*, Editura Academica Brâncuși, Târgu Jiu, 2008.
5. Popescu, Gh., Ciurlău, F., *Macroeconomie*, Editura Economică, București, 2013.
6. Stancu, S., *Microeconomie. Comportamentul agenților economici*, Editura Economică, București, 2006.
7. A.S.E., *Economie, Ediția a VIII-a*, Catedra de Economie și Politici Economice, Editura Economică, București, 2009.