

**CONCURSUL NAȚIONAL DE OCUPARE A POSTURILOR DIDACTICE/CATEDRELOR
VACANTE/REZERVATE DIN ÎNVĂȚĂMÂNTUL PREUNIVERSITAR
21 iulie 2026**

**Probă scrisă
COMERȚ
PROFESORI**

BAREM DE EVALUARE ȘI DE NOTARE

Varianta 1

- Se punctează orice modalitate de rezolvare corectă a cerințelor.
- Nu se acordă punctaje intermediare, altele decât cele precizate explicit în barem. Nu se acordă fracțiuni de punct.
- Se acordă zece puncte din oficiu. Nota finală se calculează prin împărțirea la zece a punctajului total acordat pentru lucrare.

SUBIECTUL I

(30 de puncte)

1. (15 puncte)

- Câte **1 punct** pentru numirea **oricăror două** componente care definesc un produs în accepțiunea marketingului (**exemple:** corporale; acorporale; imaginea produsului etc)
2x1 punct=2 puncte
- Câte **2 puncte** pentru descrierea **oricăror două** coordonate ale dimensiunilor gamei de produse (lărgimea gamei; profunzimea gamei; lungimea gamei.) **De exemplu:** lungimea gamei – numărul de linii de produse ce o compun.
2x2 puncte=4 puncte
- Câte **2 puncte** pentru prezentarea **oricăror trei** avantaje ale realizării unei game înguste de produse, pentru o firmă (**exemple:** gestionarea stocurilor este simplificată; organizarea service-ului este mai eficientă; există o concentrare mai mare pe comunicare etc)
3x2 puncte=6 puncte
- Câte **1 punct** pentru precizarea **oricăror trei** obiective ale firmei, pornind de la alternativele strategice ale politicii de produs (**exemple:** creșterea gradului de pătrundere în consum a unui produs; creșterea cotei de piață a produsului; consolidarea poziției pe piață în rândul consumatorilor etc)
3x1 punct=3 puncte

2. (15 puncte)

- Se acordă **3 puncte** pentru prezentarea noțiunii de higroscopicitate a mărfurilor, care se distribuie astfel:
 - câte **1 punct** pentru menționarea **oricăror două** forme de manifestare a higroscopicității (**exemple:** absorbție – primirea apei din mediu în toată masa produsului; adsorbție – primirea apei din mediu în stratul superior; desorbție – cedarea apei în mediu)
2x1 punct=2 puncte
 - menționarea oricărui factor de influență asupra higroscopicității (**exemple:** temperatura și umiditatea relativă a aerului)
1 punct
- Se acordă **5 puncte** pentru descrierea aditivilor alimentari (substanțele aditive), care se distribuie astfel:
 - definirea aditivilor alimentari (substanțelor aditive)
2 puncte
 - câte **1 punct** pentru menționarea **oricăror trei** subgrupe de substanțe aditive clasificate după scopul urmărit (**exemple:** conservanți alimentari; antioxidanți alimentari; coloranți alimentari etc)
3x1 punct=3 puncte
- Câte **1 punct** pentru prezentarea **oricăror trei** caracteristici de calitate ale preparatelor din carne (mezeluri) proaspete, verificate organoleptic (**exemple:** aspect exterior; aspect în secțiune; consistență etc)
3x1 punct=3 puncte

- d. Câte 1 punct** pentru enumerarea **oricăror trei** caracteristici de calitate care pot fi verificate prin metode senzoriale la produsele din grupa încălțăminte (**exemple:** așezarea/centrarea tocului; funcționarea sistemelor de închidere; simetria cusăturilor; nuanța culorii și vopsirilor la perechea de încălțăminte etc) **3x1 punct=3 puncte**
- e. Menționarea oricărui document** întocmit de producător, în urma verificării calității unui produs prin metode de laborator (**exemple:** buletin de analiză; certificat de calitate) **1 punct**

SUBIECTUL al II-lea

(30 de puncte)

- a. Câte 1 punct** pentru precizarea **oricăror patru** obiective specifice politicii de preț a firmei (**exemple:** determinarea prețului produselor/serviciilor ținând cont de costuri și de introducerea profitului în ecuația prețului; corelarea prețului cu celelalte componente ale mixului de marketing; definirea prețului plecând de la identificarea consumatorilor potențiali și estimarea cererii acestora manifestată pe piață; stabilirea prețului ținând cont de mediul concurențial etc) **4x1 punct=4 puncte**
- b. Câte 2 puncte** pentru descrierea **oricăror două** situații în care este adoptată strategia prețului de penetrare pe piață (**exemple:** puterea de absorbție a pieței/puterea de cumpărare a populației este redusă; există concurenți puternici în piață; se preferă o producție de masă pentru reducerea substanțială a costurilor unitare de producție etc) **2x2 puncte=4 puncte**
- c. Câte 2 puncte** pentru prezentarea **oricăror trei** avantaje ale aplicării strategiei prețului înalt (**exemple:** prețurile ridicate la începutul prezenței pe piață a produsului generează venituri mari și, implicit, profit; un preț inițial mare, poate fi redus cu ușurință ulterior, dacă reacția pieței este nefavorabilă; prețurile ridicate pot conduce la segmentarea pieței după criterii economice – veniturile și puterea de cumpărare a consumatorilor etc). **3x2 puncte=6 puncte**
- d. Câte 1 punct** pentru enumerarea **oricăror doi factori endogeni** (**exemple:** obiectivele generale ale firmei; specificul produselor/serviciilor din ofertă; costurile produselor/serviciilor furnizate; rentabilitatea firmei etc), respectiv, **oricăror doi factori exogeni** (**exemple:** reacția concurenței; cadrul legal; veniturile consumatorilor etc), care influențează stabilirea strategiilor de preț și diminuarea riscurilor firmei. **2x2x1 punct=4 puncte**
- e. Se acordă 12 puncte** pentru prezentarea particularităților ciclului de viață al produsului, care influențează strategia de preț pentru un produs sau serviciu.
Punctajul se distribuie astfel:
- câte **1 punct** pentru precizarea fiecăreia dintre **cele patru** faze ale ciclului de viață al produsului (faza introducerii pe piață; faza de creștere; faza de maturitate; faza de declin) **4x1 punct=4 puncte**
 - câte **2 puncte** pentru descrierea particularităților ciclului de viață al produsului, în fiecare dintre **cele patru** faze (**exemple:** în faza de lansare pe piață a produsului, firma poate adopta o strategie a prețului de penetrare sau o strategie a prețului înalt în funcție de mediul extern; în faza de declin, firma adoptă o strategie de micșorare a prețului în vederea scoaterii de pe piață a acestuia etc.) **4x2 puncte=8 puncte**

SUBIECTUL al III-lea

(30 de puncte)

III.1. (21 de puncte)

a.	- Menționarea tipului de referat (oricare dintre cele două) - Menționarea titlului referatului în acord cu tematica din Conținuturile învățării	1 punct 2 puncte
b.	- Precizarea ipotezei/ipotezelor de lucru - Menționarea planului de lucru Notă: Punctajele se acordă numai în condițiile în care ipoteza/ipotezele de lucru sunt corelate cu planul de lucru	2 puncte 2 puncte
c.	- Prezentarea modului de organizare a informațiilor incluse în referat în urma redactării propriu-zise (cu referire la informațiile cuprinse în: introducere, cuprins, concluzii, bibliografie)	4x1 punct=4 puncte

d.	- Câte 2 puncte pentru formularea oricăror trei criterii de evaluare ale referatului (exemple: 1. stabilirea titlului referatului respectând tematica dată; 2. corelarea ipotezelor de lucru cu planul de lucru; 3. respectarea structurii unui referat (introducere, cuprins, concluzii, bibliografie); 4. respectarea regulilor de întocmire a referințelor bibliografice etc.)	3x2 puncte=6 puncte
e.	- Câte 1 punct pentru enumerarea oricăror două avantaje/opportunități ale utilizării metodei referatului, prin comparație cu o metodă tradițională de evaluare (exemple: angrenează diverse cunoștințe, abilități și priceperi; realizează conexiuni interdisciplinare și transdisciplinare etc.) - Câte 1 punct pentru enumerarea oricăror două dezavantaje/limite ale utilizării metodei referatului, prin comparație cu o metodă tradițională de evaluare (exemple: există riscul copierii conținuturilor fără un aport personal; este greu de standardizat etc.)	2x1 punct=2 puncte 2x1 punct=2 puncte

III.2. Se acordă **9 puncte** pentru prezentarea itemilor obiectivi, care se distribuie astfel:

- Câte **1 punct** pentru menționarea fiecăruia dintre **cele trei** tipuri de itemi obiectivi (itemi cu alegere multiplă; itemi cu alegere duală; itemi tip pereche) **3x1 punct=3 puncte**
- Câte **1 punct** pentru menționarea **oricăror două** caracteristici ale itemilor obiectivi (**exemple:** nu necesită scheme de notare detaliate; oferă obiectivitate ridicată în evaluarea rezultatelor învățării etc.) **2x1 punct=2 puncte**
- Câte **1 punct** pentru menționarea **oricăror două** avantaje ale utilizării acestora (**exemple:** sunt relativ ușor de administrat, corectat și notat; permit un feed-back rapid etc.) **2x1 punct=2 puncte**
- Câte **1 punct** pentru menționarea **oricăror două** dezavantaje/limite ale utilizării acestora (**exemple:** sunt ineficiente în evaluarea abilității elevului de a selecta, organiza și utiliza creativ informații și idei; nu creează contexte cognitive care să releve deprinderile de comunicare scrisă ale elevilor etc.) **2x1 punct=2 puncte**