

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

21 iulie 2026

Probă scrisă

COMERȚ

PROFESORI

Varianta 1

- Toate subiectele sunt obligatorii. Se acordă zece puncte din oficiu.
- Timpul de lucru efectiv este de patru ore.

SUBIECTUL I

(30 de puncte)

1. Politica de produs este comparată cu “inima marketingului” deoarece dezvoltă produse, servicii și idei, de-a lungul unui ciclu de viață. **15 puncte**
 - a. Numiți două componente care definesc un produs în accepțiunea marketingului.
 - b. Descrieți două coordonate ale dimensiunilor gamei de produse.
 - c. Prezentați trei avantaje ale realizării unei game înguste de produse, pentru o firmă.
 - d. Precizați trei obiective ale firmei, pornind de la alternativele strategice ale politicii de produs.
2. Calitatea unui produs este dată de gradul în care acesta satisface cerințele consumatorului, fiind influențată de valoarea de întrebuințare. **15 puncte**
 - a. Prezentați noțiunea de higroscopicitate a mărfurilor, menționând două modalități de manifestare și un factor de influență asupra acesteia.
 - b. Descrieți aditivii alimentari (substanțele aditive), având în vedere definiția și menționarea a trei subgrupe de substanțe aditive, clasificate după scopul urmărit.
 - c. Prezentați trei caracteristici de calitate ale preparatelor din carne (mezeluri) proaspete, verificate organoleptic.
 - d. Enumerați trei caracteristici de calitate care pot fi verificate prin metode senzoriale la produsele din grupa încălțăminte.
 - e. Menționați un document întocmit de producător, în urma verificării calității unui produs prin metode de laborator.

SUBIECTUL al II-lea

(30 de puncte)

Elaborați un eseu cu titlul “*Politica de preț - componentă a mixului de marketing*”, după următoarea structură:

- a. Precizarea a patru obiective specifice politicii de preț a firmei.
- b. Descrierea a două situații în care este adoptată strategia prețului de penetrare pe piață.
- c. Prezentarea a trei avantaje ale aplicării strategiei prețului înalt.
- d. Enumerarea a doi factori endogeni și a doi factori exogeni care influențează stabilirea strategiilor de preț și diminuarea riscurilor firmei.
- e. Prezentarea particularităților ciclului de viață al produsului, care influențează strategia de preț pentru un produs sau serviciu.

SUBIECTUL al III-lea

(30 de puncte)

III.1. Secvența de instruire de mai jos face parte din curriculumul pentru clasa a XI-a, ciclul superior al liceului - filiera tehnologică, calificarea profesională Tehnician în activități de comerț, Anexa nr.1 la O.M.E.N nr. 3501 din 29.03.2018.

URÎ 8. EVALUAREA OPORTUNITĂȚILOR DE PIAȚĂ			Conținuturile învățării
Rezultate ale învățării (codificate conform SPP)			
Cunoștințe	Abilități	Atitudini	
8.1.14.	8.2.15.	[...]	Strategia de piață – nucleul politicii de marketing Definirea conceptelor de politică, strategie, tactică de marketing

			• Tipologia strategiilor de piață • Fundamentarea strategiilor de piață
--	--	--	---

Cunoștințe:

8.1.14. Prezentarea strategiilor de piață pe baza factorilor endogeni și exogeni

Abilități:

8.2.15. Alegerea strategiilor de piață în funcție de poziția agentului economic față de dinamică și trăsăturile pieței, utilizând raționamente logice

Referatul, metodă complementară de evaluare, este o modalitate de apreciere nuanțată a învățării, bazată pe identificarea unor elemente de performanță individuală a elevului, care își au originea în motivația lui pentru activitatea desfășurată.

Se diferențiază două tipuri de referate: *referatul de investigație științifică independentă*, bazat pe descrierea demersului unei activități desfășurate în clasă (sau în alte medii de instruire) și pe analiza rezultatelor obținute și *referatul bibliografic*, bazat pe informarea documentară.

Utilizând ca suport secvența din curriculum, proiectați o activitate didactică de evaluare, în care se utilizează metoda referatului, având în vedere următoarele cerințe:

21 de puncte

- a. Menționați tipul de referat utilizat, precum și titlul acestuia;
- b. Precizați ipoteza/ipotezele de lucru, menționând, totodată, planul de lucru;
- c. Prezentați modul de organizare a informațiilor incluse în referat în urma redactării propriu-zise (introducere, cuprins, concluzii, bibliografie);
- d. Formulați trei criterii de evaluare ale referatului;
- e. Enumerați două avantaje/oportunități și două dezavantaje/amenințări ale utilizării metodei referatului, prin comparație cu o metodă tradițională de evaluare.

III.2. Prezentați *itemii obiectivi*, menționând tipurile de itemi obiectivi, două caracteristici ale itemilor obiectivi, precum și două avantaje și două dezavantaje/limite ale utilizării acestora.

9 puncte