

UNIVERSITATEA DIN CRAIOVA

FACULTATEA DE ECONOMIE ȘI ADMINISTRAREA AFACERILOR

SPECIALIZAREA: ECONOMIE ȘI AFACERI INTERNAȚIONALE

**CUNOȘTINȚE ECONOMICE DE
SPECIALITATE**

TESTE DE VERIFICARE

EXAMEN DE LICENȚĂ

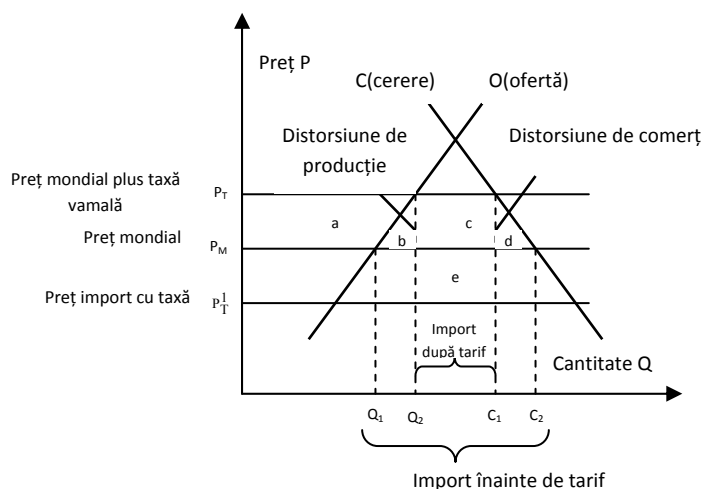
2015

Contribuția autorilor pe module:

Modulul I	– Comerț internațional	- Conf.univ.dr. Luminița VOCHIȚĂ
Modulul II	– Politici Comerciale	- Conf.univ.dr. Elena TOBĂ
Modulul III	– Economie Internațională	- Conf.univ.dr. George CIOBANU
Modulul IV	– Tehnica Operațiunilor de Comerț Exterior	- Prof.univ.dr. Ion ROȘU HAMZESCU - Conf.univ.dr. Cosmin FRATOȘTIȚEANU
Modulul V	– Turism Internațional	- Conf.univ.dr. Ramona PÎRVU

MODULUL I
COMERȚ INTERNAȚIONAL

1. Incidența (efectul) impunerii unei taxe vamale este reprezentat în figura de mai jos, unde valoarea distorsiunii de producție este de 25 mil. euro, valoarea distorsiunii de comerț este de 19 mil. euro, iar câștigul pentru raportul de schimb ca urmare a posibilității influențării în sensul scăderii prețului de import este de 16 milioane euro. Costul net al tarifului este în acest caz:



- a) 60 mil. euro;
- b) este vorba de fapt despre un venit net de 60 mil. euro;
- c) 22 mil. euro;
- d) 10 mil. euro;
- e) 28 mil. euro.

2. Există două țări A și B care produc fiecare produsele x și y așa cum se vede din tabelul de mai jos. În urma creării unei economii internaționale integrate și specializării, care va fi producția totală (producția mondială) din bunul x și respectiv bunul y ?

ȚARA	Produse (unități de produs / unitatea de timp) în absența comerțului și specializării	
	X	Y
A	10	5
B	5	10
Total	15	15

- a) 15 unități din x și 15 unități din y ;
- b) 15 unități din x și 10 unități din y ;
- c) 20 unități din x și 20 unități din y ;
- d) 20 unități din x și 10 unități din y ;
- e) 15 unități din x și 20 unități din y .

3. Țările A și B prezintă următoarele niveluri de productivitate (ore de muncă cheltuite pentru realizarea unei unități de produs) la cele două produse pe care ele le realizează. Care este costul oportun al produsului x față de y în cele două țări A și B?

ȚARA	Productivitate (ore / unitate de produs)	
	X	Y
A	2	4
B	12	6

- a) 0,5 respectiv 2;
- b) 2 respectiv 0,5;
- c) 0,33 respectiv 0,67;
- d) 0,67 respectiv 0,33;
- e) 0,5 respectiv 0,5.

4. Există două țări A și B care produc fiecare produsele x și y așa cum se vede din tabelul de mai jos. Cu câte procente crește producția și consumul mondial după specializare și comerț?

ȚARA	Produse (unități de produs / unitatea de timp) în absența comerțului și specializării	
	X	Y
A	4	2
B	2	4
Total	6	6

- a) cu 50%;
- b) cu 20%;
- c) rămân neschimbate;
- d) cu 33,33%;
- e) cu 100%.

5. Țările A și B produc două tipuri de produse x și y așa cum rezultă din tabelul de mai jos. Cu cât crește producția și consumul mondial după specializare și comerț față de situația existentă înainte de specializare și comerț?

ȚARA	Produse (unități de produs / unitatea de timp) în absența comerțului și specializării	
	X	Y
A	12	4
B	3	6

- a) pentru produsul x producția și consumul cresc cu 12 unități în urma specializării și comerțului iar pentru y cu 6 unități;
- b) pentru produsul x producția și consumul cresc cu 2 unități în urma specializării și comerțului iar pentru y cu 9 unități;
- c) pentru produsul x producția și consumul cresc cu 9 unități în urma specializării și comerțului iar pentru y rămân neschimbate;
- d) pentru produsul x producția și consumul cresc cu 3 unități în urma specializării și comerțului iar pentru y cu 6 unități;
- e) pentru produsul x producția și consumul cresc cu 9 unități în urma specializării și comerțului iar pentru y cu 2 unități.

6. Țările A și B prezintă următoarele niveluri de productivitate (ore de muncă cheltuite pentru realizarea unei unități de produs) la cele două produse pe care ele le fabrică. În producția cărui produs se va specializa fiecare dintre țări și de ce?

ȚARA	Productivitate (ore / unitate de produs)	
	X	Y
A	1	4
B	10	5

- a) țara A se va specializa în realizarea produsului y deoarece costul oportunitate al acestuia față de x este mai mic în țara A decât în țara B, iar B se va specializa în producția lui x deoarece costul oportunitate al acestuia față de y este mai mic în țara B decât în țara A;

- b) țara A se va specializa în realizarea produsului x deoarece costul oportun al acestuia față de y este mai mic în țara A decât în țara B, iar B se va specializa în producția lui y deoarece costul oportun al acestuia față de x este mai mic în țara B decât în țara A;
- c) țara A se va specializa în realizarea produsului x deoarece costul oportun al acestuia față de y este mai mare în țara A decât în țara B, iar B se va specializa în producția lui y deoarece costul oportun al acestuia față de x este mai mare în țara B decât în țara A;
- d) țara A se va specializa în realizarea produsului x deoarece costul oportun al acestuia față de y este mai mic în țara A decât în țara B, iar B se va specializa în producția lui y deoarece costul oportun al acestuia față de x este mai mare în țara B decât în țara A;
- e) țara A se va specializa în realizarea produsului x deoarece costul oportun al acestuia față de y este mai mare în țara A decât în țara B, iar B se va specializa în producția lui y deoarece costul oportun al acestuia față de x este mai mic în țara B decât în țara A.

7. Țările A și B produc două tipuri de produse x și y așa cum rezultă din tabelul de mai jos. Arătați ce se întâmplă cu producția mondială și consumul după specializare și comerț:

ȚARA	Produse (unități de produs / unitatea de timp) în absența comerțului și specializării	
	X	Y
A	25	10
B	3	12

- a) producția mondială și consumul rămân neschimbate la ambele produse x și y ;
- b) producția mondială și consumul cresc cu 22 de unități la produsul x , dar scad cu 2 unități la produsul y ;
- c) producția mondială și consumul scad cu 22 de unități la produsul x , dar cresc cu 2 unități la produsul y ;
- d) producția mondială și consumul scad cu 25 de unități la produsul x și cu 10 unități la produsul y ;
- e) producția mondială și consumul cresc cu 22 de unități la produsul x și cu 2 unități la produsul y .

8. Două țări, Anglia și Portugalia prezintă următoarele niveluri de productivitate (ore de muncă cheltuite pentru realizarea unei unități de produs) la cele două produse, vin și țesături pe care ele le fabrică. Cu câte unități de vin produce Anglia mai mult prin metoda producției indirecte, după specializare și comerț, față de situația de autarhie, dacă prețul pe piața mondială este stabilit de 1 unitate de țesături la 1 unitate de vin?

ȚARA	Productivitate (ore / unitate de produs)	
	Țesături	Vin
Portugalia	90	80
Anglia	100	120

- a) cu 0,292 unități de vin;
- b) cu 1,125 unități de vin;
- c) cu 0,833 unități de vin;
- d) cu 1 unitate de vin;
- e) cu 0,167 unități de vin.

9. Două țări, Anglia și Portugalia prezintă următoarele niveluri de productivitate (ore de muncă cheltuite pentru realizarea unei unități de produs) la cele două produse, vin și țesături pe care ele le fabrică. Care sunt limitele posibile al schimbului internațional (limitele între care se stabilește prețul mondial, unități de țesături contra unități de vin) după specializare?

ȚARA	Productivitate (ore /
------	-----------------------

	unitate de produs)	
	Țesături	Vin
Portugalia	1	2
Anglia	6	3

- a) $0,5 < \text{pre}\ultra{ț}ul \text{ mondial} < 1$;
- b) $1 < \text{pre}\ultra{ț}ul \text{ mondial} < 2$;
- c) $1 < \text{pre}\ultra{ț}ul \text{ mondial} < 6$;
- d) $2 < \text{pre}\ultra{ț}ul \text{ mondial} < 3$;
- e) $0,5 < \text{pre}\ultra{ț}ul \text{ mondial} < 2$.

10. În Statele Unite ale Americii, costul oportun al unei tone de porumb este de 50 de biciclete. În China, costul oportun al unei biciclete este de 0,01 tone de porumb. Determinați la care dintre produse deține fiecare țară avantaj comparativ.

- a) China are avantaj comparativ la producția de porumb, iar SUA la nici unul din produse;
- b) SUA au avantaj comparativ la producția de biciclete și China are avantaj comparativ la producția de porumb;
- c) China are avantaj comparativ la producția de biciclete și SUA au avantaj comparativ la producția de porumb;
- d) SUA au avantaj comparativ la producția de biciclete, iar China la nici unul din produse;
- e) SUA au avantaj comparativ la ambele produse.

11. Sunt reprezentanți ai mercantilismului dezvoltat:

- a) Antoine de Montchretien și Thomas Mun;
- b) Bertil Ohlin și A. de Rojas;
- c) Adam Smith și Luiz Ortiz;
- d) David Ricardo și Gonzales de Cellorigo;
- e) Michael Porter și Wiliam Stafford.

12. Autorul modelului de comerț bazat pe avantaj absolut este:

- a) Antoine de Monchretien;
- b) Thomas Mun;
- c) Adam Smith;
- d) William Petty;
- e) David Ricardo.

13. Autorul modelului de comerț bazat pe avantaj comparativ este:

- a) Antoine de Monchretien;
- b) Adam Smith;
- c) William Petty;
- d) David Ricardo;
- e) Thomas Mun.

14. Adepții mercantilismului au situat în centrul atenției sfera circulației mărfurilor, în special banii și:

- a) biletele la ordin;
- b) bancnotele de hartie;
- c) aurul și argintul;
- d) moneda fiduciară;
- e) schimbul marfă contra marfă.

15. Avantajul absolut reprezintă posibilitatea de a produce un bun cu:

- a) o cantitate mai mică de factori (input) decât oriunde altundeva în lume;

- b) o cantitate egală de factori (input) ca în alte țări din lume;
- c) o cantitate mai mare de factori (output) decât oriunde altundeva în lume;
- d) o cantitate mai mică de factori (output) decât oriunde altundeva în lume;
- e) o cantitate mai mare de factori (input) decât oriunde altundeva în lume.

16. Între etapele (perioadele) parcurse de evoluția mercantilismului identificăm:

- a) mercantilismul timpuriu (sistemul balanței comerciale), care se baza pe acumularea metalelor prețioase în interiorul unui stat prin orice metodă (mercantilismul spaniol și portughez);
- b) mercantilismul timpuriu, care se baza pe derularea unor fluxuri comerciale astfel încât volumul și valoarea exportului să fie mai mari decât volumul și valoarea importului;
- c) mercantilismul dezvoltat (sistemul monetar), care se baza pe derularea unor fluxuri comerciale astfel încât volumul și valoarea exportului să fie mai mari decât volumul și valoarea importului;
- d) mercantilismul dezvoltat (sistemul balanței comerciale), care se baza pe acumularea metalelor prețioase în interiorul unui stat prin orice metodă (mercantilismul spaniol și portughez);
- e) mercantilismul dezvoltat (sistemul balanței comerciale), care se baza pe derularea unor fluxuri comerciale astfel încât volumul și valoarea exportului să fie mai mari decât volumul și valoarea importului.

17. Teoria avantajelor relative sau comparative - David Ricardo (1817) susține că:

- a) fiecare țară se va specializa în producerea acelor bunuri pentru care este cea mai avantajată;
- b) fiecare țară se va specializa în producerea acelor bunuri ale căror costuri comparative sunt cel mai puțin ridicate;
- c) fiecare țară se va specializa în producerea acelor bunuri pentru care este cel mai puțin dezavantajată;
- d) fiecare țară se va specializa în producerea acelor bunuri ale căror costuri comparative sunt cele mai scăzute;
- e) toate variantele sunt corecte.

18. J.S. Mill, prin teoria valorii internaționale a ajuns la concluzia că:

- a) raportul de schimb al unei țări ar fi cu atât mai avantajos cu cât cererea pentru mărfurile ei este mai mare, iar cererea proprie pentru mărfurile străine este mai mică;
- b) raportul de schimb al unei țări ar fi cu atât mai avantajos cu cât cererea proprie pentru mărfurile de proveniență străină se menține constantă;
- c) raportul de schimb al unei țări ar fi cu atât mai avantajos cu cât cererea proprie pentru mărfurile de proveniență străină este mai mare;
- d) raportul de schimb al unei țări ar fi cu atât mai avantajos cu cât cererea pentru mărfurile ei este mai mică, iar cererea proprie pentru mărfurile străine este mai mare;
- e) raportul de schimb al unei țări ar fi cu atât mai avantajos cu cât cererea pentru mărfurile ei se menține constantă, iar cererea proprie pentru mărfurile străine este mai mare.

19. „Diamantul” lui Michael Porter nu cuprinde următorul determinant:

- a) nivelul dezvoltării economice;
- b) dotarea cu factori interni;
- c) specificul pieței interne;
- d) legăturile dintre ramuri;
- e) mediul concurențial intern.

20. Mercantilismul pune accentul pe:

- a) interesul colectiv;

- b) interesul consumatorului;
- c) import;
- d) puterea statului;
- e) concurență.

21. Adam Smith consideră că principiul care guvernează schimburile de mărfuri atât pe piața internă cât și pe piața mondială este:

- a) principiul subsidiarității;
- b) determinarea valorii mărfurilor prin capitalul încorporat în ele;
- c) determinarea valorii mărfurilor prin munca încorporată în ele;
- d) principiul echilibrului;
- e) principiul anualității.

22. Teoria dotării cu factori de producție (Modelul Heckscher – Ohlin – Samuelson) pornește de la premisa că:

- a) țările dispun de aceeași dotare relativă cu factori și au aceleași costuri relative de producție;
- b) țările nu dispun de aceeași dotare relativă cu factori și, deci, nu au aceleași costuri relative de producție;
- c) fiecare industrie depinde de alte industrii;
- d) factorii de producție sunt lipsiți de omogenitate;
- e) se are în vedere un singur factor de producție, munca.

23. În viziunea lui M. Porter, economiile naționale parcurg anumite stadii ale dezvoltării avantajelor competitive în cadrul creșterii economice:

- a) stadiul avantajelor competitive determinate de concurență;
- b) stadiul avantajelor competitive determinate de producție;
- c) stadiul avantajelor competitive determinate de inovare;
- d) stadiul avantajelor competitive determinate de revoluția industrială;
- e) stadiul avantajelor competitive determinate de comerț.

24. Teoria rivalității strategice globale a economiștilor Paul Krugman și Kevin Lancaster cercetează influența pe care o au rivalitățile dintre marile companii transnaționale asupra comerțului internațional și

pleacă de la premisa că acestea au la dispoziție mijloace importante de obținere și menținere a unor avantaje competitive durabile:

- a) investițiile în capital;
- b) creșterea ramurilor mai puțin dezvoltate ale economiilor naționale;
- c) eliminarea economiilor de scară și de gamă;
- d) deținerea unor drepturi de proprietate imobiliară;
- e) valorificarea curbei de experiență.

25. În viziunea lui Kravis, autor al teoriei disponibilității produselor pentru comerțul internațional, disponibilitățile de export depind de anumiți factori:

- a) politica industrială a statului respectiv;
- b) amploarea și semnificația similarității produselor;
- c) funcțiile de producție lineare și omogene;
- d) politica fiscală a statului respectiv;
- e) progresul tehnologic în decursul timpului.

26. Instrumentele Politicii Comerciale Comune Uniunii Europene sunt extrem de diverse și vizează:

- a) mai mult exporturile și mai puțin importurile;

- b) doar exporturile, nu și importurile;
- c) în egală măsură exporturile cât și importurile;
- d) mai mult importurile și mai puțin exporturile;
- e) doar importurile, nu și exporturile.

27. Politica Comercială Comună a Uniunii Europene este construită astfel încât comportă trei dimensiuni, între care:

- a) dimensiunea concurențială;
- b) dimensiunea preferențială;
- c) dimensiunea netarifară;
- d) dimensiunea tarifară;
- e) dimensiunea unilaterală.

28. Principalele instrumente ofensive utilizate de Politica Comercială Comună a Uniunii Europene sunt reprezentate de:

- a) măsurile anti-dumping;
- b) regulamentul privind obstacolele în calea comerțului;
- c) măsurile anti-subvenție;
- d) măsurile compensatorii;
- e) măsuri de salvagardare.

29. Tariful Vamal Comun a fost instituit în anul:

- a) 1968;
- b) 1989;
- c) 1953;
- d) 1987;
- e) 1992.

30. Marja de dumping reprezintă :

- a) diferența cu care valoarea normală a produsului depășește prețul de export;
- b) diferența cu care valoarea normală a produsului este sub prețul de export;
- c) suma prețului de export și a prețului de import al produsului;
- d) diferența cu care valoarea normală a produsului este sub prețul de import;
- e) raportul dintre prețul de export și prețul de import al produsului.

31. Tariful extern comun nu se caracterizează prin:

- a) taxe specifice la produsele agricole;
- b) taxe ad-valorem la produsele industriale;
- c) multitudinea pozițiilor tarifare la care nu se percep taxe vamale;
- d) excepții în ceea ce privește maximele tarifare aplicabile cu precădere unor produse agricole și unor produse industriale sensibile;
- e) existența escaladării tarifare, adică scăderea taxei vamale pe măsura ridicării gradului de prelucrare a produsului, pentru anumite produse (textile, cauciuc, tutun, etc.).

32. Politica antidumping a Uniunii Europene se bazează pe:

- a) prevederile Acordului GATT;
- b) prevederile Tratatului de la Maastricht;
- c) prevederile Acordului OCDE;
- d) prevederile Tratatului de la Lisabona;
- e) prevederile Acordului de la Cotonou.

33. Tarifului Vamal Comun comportă două componente între care:

- a) taxele antidumping;
- b) instrumentele netarifare;
- c) nomenclatorul tarifar;
- d) accizele;
- e) impozitele pe venituri.

34. Scopul utilizării instrumentelor defensive de politică comercială de către Uniunea Europeană este:

- a) deschiderea piețelor;
- b) eliminarea obstacolelor din calea comerțului prin acțiuni multilaterale;
- c) asigurarea comerțului echitabil;
- d) eliminarea obstacolelor din calea comerțului prin acțiuni bilaterale;
- e) apărarea intereselor societăților din țările terțe mai puțin dezvoltate.

35. Prin prisma motivelor și repercusiunilor economice, există trei tipuri majore de dumping:

- a) dumping ciclic, dumping strategic, dumping tehnic;
- b) dumping ciclic, dumping strategic, dumping pe termen scurt;
- c) dumping pe termen lung, dumping ciclic, dumping pe termen scurt;
- d) dumping pe termen lung, dumping ciclic, dumping strategic;
- e) dumping tehnic, dumping pe termen scurt, dumping ciclic.

36. Anchetele antidumping privesc determinarea unui prejudiciu grav cauzat industriei europene sau amenințarea cu astfel de prejudiciu care trebuie să se bazeze pe dovezi clare și implică o examinare obiectivă cu privire la următoarele:

- a) volumul total al importurilor;
- b) impactul care rezultă din importurile de dumping asupra producătorilor europeni de produse similare;
- c) volumul total al exporturilor;
- d) impactul prețurilor de import asupra raportului de schimb;
- e) impactul prețurilor de export asupra raportului de schimb.

37. Samuelson, printr-o demonstrație extrem de complexă, a arătat că schimburile internaționale duc la egalizarea remunerării factorilor de producție, în următoarele condiții:

- a) factorii de producție sunt neomogeni și pot depăși frontierele naționale;
- b) sunt neglijate costurile de transport;
- c) concurența este imperfectă pe piețele naționale și internaționale;
- d) randamentele sunt crescătoare, prin urmare specializarea în cadrul fiecărei țări este parțială;
- e) funcțiile de producție sunt nelineare și neomogene pentru fiecare bun, ele fiind diferite pentru fiecare bun în diferite țări.

38. Steffan Linder, autorul teoriei similarității între țări, constată că piețele cele mai avantajoase există în țările în care:

- a) preferințele consumatorilor sunt asemănătoare cu cele ale consumatorilor din propria țară;
- b) forța concurențială a firmei este asigurată de politica industrială promovată de stat;
- c) există acces la tehnologii de vârf și dețin un potențial mare de cunoaștere;
- d) forța de muncă este slab calificată;
- e) preferințele consumatorilor sunt total diferite de cele ale consumatorilor din propria țară.

39. Între argumentele pro-protecționism utilizate în sensul eșecurilor de piață se numără:

- a) industriile mature;
- b) internalitățile;
- c) funcția bunăstării sociale;

- d) problema instabilității economice;
- e) economiile duale.

40. Țara A produce o unitate din produsele x și y în 7 și respectiv 3 ore. Țara B produce aceleași produse în 3 și respectiv 7 ore. În ce produs se va specializa fiecare țară?

- a) țara A se va specializa în producția bunului x , iar țara B se va specializa în producția bunului y ;
- b) ambele țări se specializează în producția bunului x ;
- c) ambele țări se specializează în producția bunului y ;
- d) nici A, nici B nu se specializează în producția niciunuia dintre produsele x și y , deoarece au productivități prea scăzute ;
- e) țara A se va specializa în producția bunului y , iar țara B se va specializa în producția bunului x .

41. Cel mai important importator mondial de produse agricole este:

- a) Statele Unite ale Americii;
- b) Uniunea Europeană;
- c) China;
- d) Japonia;
- e) Africa.

42. Comerțul cu produse agricole este unul din dosarele cele mai sensibile pentru Uniunea Europeană în negocierile comerciale multilaterale cuprinse în cadrul:

- a) Agendei de Dezvoltare Doha;
- b) Conferinței Ministeriale de la Singapore;
- c) Conferinței Ministeriale de la Seattle;
- d) Conferinței Ministeriale de la Cancun;
- e) Runderi Kennedy.

43. Integrarea României pe piața internă unică a Uniunii Europene a presupus îndeplinirea următoarelor priorități:

- a) liberalizarea totală a comerțului României cu partenerii UE;
- b) inițierea măsurilor necesare care să conducă la o creștere economică într-o economie bazată pe folosirea cunoștințelor;
- c) transformarea României în țară beneficiară a SGP din țară donatoare de preferințe vamale;
- d) inițierea măsurilor necesare care să conducă la o creștere economică într-o economie bazată pe folosirea capitalului;
- e) aderarea la acordul OMC privind comerțul cu servicii.

44. Unul din avantajele României rezultate din aplicarea Politicii Comerciale Comune a Uniunii Europene este:

- a) accesul liber al bunurilor și serviciilor pe piața comunitară;
- b) suprimarea totală a protecției producției autohtone față de concurența furnizorilor din UE;
- c) reglementările UE care pot atrage anumite costuri pentru România;
- d) exercitarea partajată cu ceilalți membri ai UE a suveranității naționale în domeniul politicii comerciale;
- e) reducerea birocrăției.

45. O restricție cantitativă (contingent de import) are pentru țara care o instituie, un efect:

- a) cu totul diferit de cel al unei taxe vamale;
- b) de creștere a importului cu o anumită cantitate sau valoare;
- c) asemănător în linii generale cu cel al unei taxe vamale;

- d) majorează producția și micșorează prețurile interne;
- e) de generare de costuri suplimentare pentru străinii care obțin dreptul de a exporta în țara care a introdus contingentul.

46. Uniunea Europeană acordă unui număr de 49 de țări clasificate de Organizația Națiunilor Unite ca fiind cel mai puțin dezvoltate acces fără taxe vamale importurilor tuturor produselor provenind din acestea, fără restricții cantitative, cu excepția importurilor de arme și muniții în cadrul:

- a) inițiativei „Totul în afara armelor”;
- b) conceptului “Europei extinse”;
- c) acordului GATT;
- d) Tratatului asupra Funcționării Uniunii Europene;
- e) Tratatului CEE.

47. Tratatul de la Lisabona, în urma căruia politica comercială comună a Uniunii Europene a intrat într-o nouă eră, a intrat în vigoare:

- a) 29 februarie 1988;
- b) 1 decembrie 2009;
- c) 1 mai 1999;
- d) 1 noiembrie 1993;
- e) 1 februarie 2003.

48. Principalele instrumente defensive utilizate de Politica Comercială Comună a Uniunii Europene sunt reprezentate de:

- a) prețurile prag;
- b) regulamentul privind obstacolele în calea comerțului;
- c) cotele de import;
- d) taxele de export;
- e) măsurile de salvagardare.

49. Dumpingul ciclic presupune:

- a) prețuri de export crescute pe o perioadă îndelungată de timp;
- b) prețuri de export reduse pentru subminarea producătorilor locali și distorsionarea concurenței pe piața unică;
- c) prețuri de export sub costurile medii în perioade de recesiune;
- d) prețuri de export scăzute pe o perioadă scurtă;
- e) prețuri de export crescute pe o perioadă scurtă.

50. Principalele direcții de reformă a Politicii Comerciale Comune, care determină formularea și punerea în aplicare a caracterului post-Lisabona al acesteia se referă la:

- a) reducerea rolului Parlamentului European în procesul de elaborare a politicii comerciale vis-à-vis de Comisia Europeană și Consiliul European de Miniștri;
- b) retragerea dreptului și autorității Parlamentului European de a aproba sau a respinge toate acordurile comerciale și de investiții și puterii de codecizie în adoptarea legislației-cadru;
- c) Tratatul asupra Funcționării Uniunii Europene impune revizuirea normelor de subsidiaritate, care sunt deosebit de importante pentru punerea în aplicare a Politicii Comerciale Comune;
- d) Tratatul de la Lisabona codifică integrarea comerțului și a politicii de investiții în domeniul acțiunii externe a Uniunii Europene și redă în mod oficial revenirea Politicii Comerciale Comune la principiile sale;
- e) creșterea rolului Consiliului European de Miniștri în procesul de elaborare a politicii comerciale vis-à-vis de Comisia Europeană și Parlamentul European.

51. Având în vedere reglementările privind importurile Uniunii Europene, măsurile de salvagardare pot fi aplicate:

- a) atunci când sunt îndeplinite condițiile prevăzute de Tratatul CECO;
- b) numai dacă se aplică și taxe vamale de import;
- c) atunci când protejează o firmă cu poziție de monopol pe piața comunitară;
- d) niciodată, fiind interzise de OMC;
- e) atunci când cantitățile de produse importate și condițiile de import pot cauza sau amenința să cauzeze prejudicii serioase producătorilor comunitari.

52. Care sunt avantajele suplimentare, pe lângă creșterea bunăstării, pe care le conferă un comerț liber?

- a) realizarea producției în unități mici, cu producție specializată;
- b) producătorii nu sunt obligați să facă față concurenței de pe piețele internaționale;
- c) guvernul are posibilitatea de a se distanța de interesele unor grupuri, promovând o politică cu șanse egale pentru toți;
- d) producătorii sunt protejați de concurența externă;
- e) nu se creează avantaje, ci pierderi, căci bugetul de stat pierde veniturile din taxele vamale.

53. În țara exportatoare, o subvenție de export are următoarele efecte asupra diferitelor grupuri sociale:

- a) consumatorii câștigă;
- b) producătorii pierd;
- c) guvernul câștigă;
- d) atât consumatorii, cât și producătorii pierd;
- e) guvernul pierde, întrucât cheltuiește bani pentru subvenție.

54. Chiar și atunci când ele sunt specifice, subvențiile nu pot fi supuse unor drepturi compensatorii, în cazul în care sunt date:

- a) pentru activități de cercetare, în conformitate cu un cadru general de dezvoltare regională;
- b) pentru a închide instalațiile existente adaptate la noile cerințe de mediu;
- c) atunci când există o contribuție financiară din partea unui guvern;
- d) pentru activități de cercetare, indiferent de situație;
- e) nicio variantă nu este corectă.

55. Susținătorii argumentului existenței economiei duale arată că:

- a) în țările în curs de dezvoltare există un surplus de forță de muncă în sectorul terțiar, cu productivitate marginală foarte ridicată;
- b) un tarif vamal poate facilita transferul de muncă din agricultură cu productivitate scăzută, chiar zero, spre industrie, rezultând un câștig social net de producție;
- c) tarifele vamale pot fi utilizate temporar, atât timp cât este necesar pentru ca o industrie nou stabilită să facă față concurenței firmelor străine adulte;
- d) în perioadele de vârf de recoltare productivitatea este pozitivă în agricultură;
- e) costurile transferului populației rurale spre oraș nu sunt de neglijat, fiind semnificative.

56. Efectul de redistribuire a veniturilor prin tariful vamal a fost susținut de:

- a) Harry Johnson;
- b) Event Hagen;
- c) Arthur Lewis;
- d) Friederich List și Alexander Hamilton ;
- e) Paul Samuelson și Ronald Jones.

57. Efectele unei subvenții de export asupra prețurilor sunt:

- a) direct proporționale cu cele ale taxei vamale;
- b) inverse față de cele ale taxei vamale;
- c) directe;
- d) indirecte;
- e) creșterea șomajului.

58. Subvenția de export este directă atunci când reprezintă:

- a) reducere scutire de impozit pe profit, aferent mărfurilor exportate;
- b) scutire de impozit pe profit, aferent mărfurilor exportate;
- c) reducere de contribuție la asigurări sociale, aferent mărfurilor exportate;
- d) o sumă dată exportatorului reprezentând diferența dintre costul de producție mai ridicat și prețul mondial mai mic;
- e) scutire de contribuție la asigurări sociale, aferent mărfurilor exportate.

59. Puterea argumentului „infant industry” (industrie tânără) constă în:

- a) utilizarea temporară a tarifelor vamale, atât timp cât o industrie nou stabilită necesită protecție față de concurența firmelor străine adulte;
- b) faptul că după maturizarea industriilor, tarifele nu mai pot fi eliminate;
- c) faptul că țara nu va dispune de o industrie cu avantaje comparative;
- d) nu toate țările vor avea de câștigat;
- e) faptul că tarifele instituite pentru industriile tinere pot fi utilizate permanent.

60. Atunci când redistribuirea veniturilor este un scop în sine, prima bună soluție adoptată prin politicile economice, constă în:

- a) impunerea unei taxe vamale;
- b) adoptarea unor măsuri de stimulare a exporturilor;
- c) impunerea unui contingent;
- d) adoptarea unor măsuri de promovare a exporturilor;
- e) adoptarea unor măsuri de politică fiscală și bugetară adecvate.

61. Americanii Paul Samuelson și Ronald Jones, care au susținut efectul de redistribuire a veniturilor prin tariful vamal, au concluzionat că:

- a) un tarif majorează venitul relativ al factorului de producție care este folosit în fabricarea produsului protejat;
- b) protecția unui produs intensiv în muncă duce la scăderea producției acelui produs;
- c) un tarif conduce la scăderea prețurilor pentru muncă chiar dacă bunăstarea țării respective a crescut;
- d) un tarif reduce venitul relativ al factorului de producție care este folosit în fabricarea produsului protejat;
- e) un tarif majorează venitul relativ al factorului de producție care este folosit în fabricarea produsului exportat.

62. Măsurile de politică comercială adoptate de Uniunea Europeană în domeniul comerțului cu produse textile prevăd:

- a) sisteme de dublă și unică supraveghere;
- b) limite cantitative la importul din SUA;
- c) sisteme de supraveghere temporare;
- d) sisteme de supraveghere permanente;
- e) limite cantitative la importul din Rusia.

63. În teoria prețului, eșecul de piață este definit ca fiind:

- a) impunerea unor taxe vamale la import;

- b) intervenția guvernamentală prin impunerea unor tarife vamale;
- c) procesul economic care cauzează alocarea eficientă a resurselor în economie;
- d) procesul de piață care cauzează alocarea ineficientă a resurselor în economie;
- e) scăderea bunăstării unor persoane cu venituri peste medii.

64. De-a lungul istoriei, taxele vamale temporare au fost utilizate ca:

- a) factori antrenați intensiv în producția produselor de export;
- b) un stimulent al exporturilor;
- c) un stimulent al importurilor;
- d) un complement sau un substitut pentru politicile monetare și fiscale destinate menținerii ocupării depline a forței de muncă;
- e) un stimulent în relațiile comerciale dintre diferite țări.

65. Cea mai importantă dezbateră referitoare la comerțul internațional, care s-a desfășurat de-a lungul timpului, este cea legată de:

- a) export și import;
- b) raportul de schimb;
- c) comerțul cu produse agricole;
- d) comerț liber și protecționism;
- e) drepturile de proprietate intelectuală.

66. Care sunt instituțiile comunitare cu responsabilități în elaborarea și punerea în aplicare a politicii comerciale comune?

- a) Consiliul European și Comitetele Consultative;
- b) Parlamentul European și Comitetele Consultative;
- c) Consiliul Uniunii Europene, Comisia Europeană și Parlamentul European;
- d) Comisia Europeană și Parlamentul European;
- e) Comitetele Consultative și Parlamentul European.

67. În cadrul dimensiunii unilaterale a politicii sale comerciale, Uniunea Europeană acționează prin intermediul:

- a) Fondului European de Orientare și Garantare Agricolă (FEOGA);
- b) Fondului European de Dezvoltare Regională (FEDR);
- c) Organizației Mondiale a Comerțului (OMC);
- d) Organizației Națiunilor Unite (ONU);
- e) Sistemului Generalizat de Preferințe (SGP).

68. În legătura cu poziția de monopol pe care o deține o țară cu o pondere importantă în comerțul mondial, se pun câteva probleme:

- a) cât de mare să fie cotingentul stabilit ca măsură de protecție;
- b) cât de mare să fie taxa și, în consecință, cât de mare poate să fie câștigul țării care a introdus tariful;
- c) existența unor economii duale;
- d) exportul unor produse rentabile pentru firme, dar în detrimentul raportului de schimb al țării;
- e) industriile tinere.

69. Este dezavantaj al aplicării politicii comerciale comune de către România:

- a) accesul liber al bunurilor și serviciilor pe piața comunitară;
- b) suprimarea totală a protecției producției autohtone față de concurența furnizorilor din UE;
- c) asistarea financiară și tehnică consistentă a UE în favoarea României, pentru reducerea și eliminarea decalajelor care o despart de țările avansate;

- d) anularea concesiilor vamale, preferențiale consimțite de România în cadrul acordurilor preferențiale între țările în curs de dezvoltare la care participă în prezent;
- e) încetarea statutului României de țară în curs de dezvoltare.

70. Existența unor economii duale este un argument din categoria eșecurilor de piață, elaborat de:

- a) Friederich List;
- b) Alexander Hamilton;
- c) Arthur Lewis;
- d) Lloyd Metzlar;
- e) Adam Smith.

71. Odată cu acordarea subvențiilor de către guverne, producătorii vor exporta produsele până la punctul în care:

- a) prețul intern depășește prețul extern cu volumul subvenției;
- b) prețul intern devine egal cu costul de producție;
- c) prețul extern devine egal cu costul de producție;
- d) prețul extern depășește prețul intern cu volumul subvenției;
- e) prețul extern devine egal cu prețul de cost plus volumul subvenției.

72. Cel mai utilizat argument în cazul protecționismului, atunci când există eșecuri de piață este:

- a) existența economiilor duale;
- b) externalitățile;
- c) redistribuirea veniturilor în economie;
- d) argumentul de “industrie tânără”(“infant industry”);
- e) abuzul poziției de monopol.

73. Determinanții cererii din cadrul diamantului lui Michael Porter se referă la:

- a) capacitatea unei industrii naționale de a prefigura cererea mondială;
- b) stimularea producătorilor de a concura;
- c) ramurile industriale din amonte care contribuie la creșterea competitivității internaționale a firmelor;
- d) strategia firmelor;
- e) metodele de management utilizate de firme.

74. Având în vedere argumentul pro protecționism referitor la instabilitatea economică, se pot trage următoarele concluzii:

- a) îmbunătățirea raportului de schimb al țării conduce la creșterea veniturilor factorilor ei de producție utilizați intensiv în produsul importat;
- b) îmbunătățirea raportului de schimb al țării conduce la scăderea veniturilor factorilor ei de producție utilizați intensiv în produsul importat;
- c) raportul de schimb al țării rămâne constant conducând la creșterea veniturilor factorilor ei de producție utilizați intensiv în produsul importat;
- d) raportul de schimb al țării rămâne constant conducând la scăderea veniturilor factorilor ei de producție utilizați intensiv în produsul importat;
- e) factorii de producție afectați vor tinde să se mute din sectoarele de export în cele de import.

75. Argumentul economiei duale este criticat deoarece:

- a) ia în considerare productivitatea pozitivă în agricultură în perioadele de recoltare;
- b) un tarif vamal poate majora producția industrială;
- c) un tarif vamal poate facilita transferul de muncă în agricultură cu productivitate zero;
- d) ia în considerare costul transferului populației rurale spre orașe;

e) nu ia în considerare productivitatea pozitivă în agricultură în perioadele de vârf de recoltare și pentru neglijarea costului transferului populației rurale spre orașe.

76. Măsurile de protecție prevăzute de politica comercială comună:

a) fac posibilă prevenirea sau remedierea unei situații critice cauzate de insuficiența unor produse;

b) nu permit îndeplinirea angajamentelor internaționale ale statelor membre sau Comunității;

c) permit îndeplinirea angajamentelor internaționale ale statelor membre sau Comunității, în special în domeniul comerțului cu produse industriale.

d) nu permit îndeplinirea angajamentelor internaționale ale statelor membre sau Comunității, în special în domeniul comerțului cu produse agricole;

e) permit îndeplinirea angajamentelor internaționale ale statelor membre sau Comunității, în special în domeniul comerțului cu produse textile.

77. Deși din punct de vedere teoretic argumentul “infant industry” este convingător, în lumea reală apar o serie de probleme:

a) redistribuirea veniturilor ar trebui realizată prin măsuri de politică fiscală și bugetară;

b) după maturizarea unei industrii este imposibil din punct de vedere social să se renunțe la protecție;

c) protecția unui produs intensiv în muncă duce la reducerea producției aceluși produs și, în consecință, la prețuri relativ mai mari pentru muncă;

d) costul social al protecției și câștigul din dezvoltarea industriei protejate sunt foarte dificil dacă nu imposibil de comensurat, pentru a determina avantajul net pentru economie;

e) este dificil a se identifica industriile cu potențial avantaj absolut care să fie protejate.

78. Odată cu aderarea României la Uniunea Europeană, s-a sistat și statutul României de țară în curs de dezvoltare, ceea ce comportă anumite dezavantaje:

a) sistarea beneficiilor de tratament special și diferențiat aplicat țărilor în curs de dezvoltare în cadrul OMC;

b) accesul liber al bunurilor și serviciilor pe piața comunitară;

c) asistarea financiară substanțială din partea UE;

d) aplicarea reglementărilor tehnice și standardelor UE;

e) retehnologizarea întreprinderilor românești care implică costuri importante.

79. Măsurile de salvagardare sunt luate de către Comisie, în termen de:

a) 2 zile lucrătoare de la cererea unui stat membru;

b) 1 zi lucrătoare de la cererea unui stat membru;

c) 5 zile lucrătoare de la cererea unui stat membru;

d) 7 zile lucrătoare de la cererea unui stat membru;

e) 3 zile lucrătoare de la cererea unui stat membru.

80. Economistul american Harry Johnson a demonstrat că:

a) taxa vamală impusă poate avea orice nivel;

b) introducerea unui tarif vamal mic este imposibil;

c) dacă taxa vamală este ridicată, exportatorii nu vor putea face concesii de preț la infinit, întrucât ar intra în stare de faliment;

d) o țară cu pondere mare în importul mondial nu-și poate îmbunătăți raportul de schimb;

e) un tarif vamal poate majora producția industrială.

MODULUL II
POLITICI COMERCIALE

81. Politica comercială presupune:
- reglementări legale în vederea promovării sau restrângerii relațiilor economice internaționale;
 - relații de cooperare economică a firmelor naționale cu subiecți de drept privat din alte state;
 - acte de vânzare-cumpărare între unități, din același stat național;
 - parteneriate între stat și firme;
 - parteneriate între firmele aceluiași stat.
82. Dimensionarea corectă a creditelor externe presupune:
- împrumuturi între firme de pe teritoriul național;
 - credite acordate fără garanții guvernamentale agenților economici naționali;
 - acordarea de credite financiare guvernamentale străinătății când statul dispune de resurse valutare;
 - angajarea de credite externe pentru investiții naționale sau alte scopuri de către stat pe cale guvernamentală;
 - neacordarea de credite propriilor producători angrenați în realizarea de produse pentru export.
83. În funcție de scopul urmărit există următoarele tipuri de politică comercială:
- politici comerciale unilaterale;
 - politici comerciale bilaterale;
 - autarhia;
 - neoprotecționismul;
 - regională sau subregională.
84. Dimensiunea microeconomică a colaborării economice internaționale se referă la:
- cadru juridic; al politicilor elaborate la nivel guvernamental;
 - operațiuni de împrumuturi valutare între state;
 - politici specifice ale firmelor, subiecte de drept privat;
 - politici bugetare și fiscale;
 - politica de mediu a statului.
85. În funcție de numărul partenerilor și felul acordurilor încheiate există:
- politici comerciale de export;
 - politici comerciale bilaterale;
 - politici comerciale de import;
 - politici comerciale unilaterale;
 - liberschimbismul și liberalizarea schimburilor.
86. Promovarea și încurajarea exportului are o fundamentare logică întrucât:
- asigură necesarul de produse naționale pe piețele externe;
 - contribuie la limitarea importurilor;
 - asigură valuta necesară importurilor;
 - îngrădește colaborarea internațională;
 - asigură economia națională cu produse competitive.
87. Ce presupune caracterul dinamic al politicii comerciale externe?
- obstrucționări la export;
 - sporirea importurilor;
 - modificarea cursului de schimb;
 - lărgirea sferei reglementărilor pe care statul le legiferează și pentru alte domenii;

- e. restrângerea rolului multinaționalelor în comerțul internațional.
88. Protecționismul și neprotecționismul are o fundamentare logică impusă de:
- a. necesitatea ocrotirii producției naționale de concurența străină;
 - b. din necesitatea promovării exportului;
 - c. sporirea veniturilor la buget;
 - d. generează măsuri de retorsiune;
 - e. duce inevitabil la politica autarhică camuflată.
89. După domeniul de aplicare și instrumentele folosite există următoarele tipuri de politici comerciale:
- a. politici comerciale bilaterale;
 - b. politici de export și de import;
 - c. politici comerciale regionale;
 - d. politici tarifare și netarifare;
 - e. politici comerciale unilaterale.
90. Obiective ale politicii comerciale pot fi considerate:
- a. promovarea și încurajarea importului;
 - b. coordonarea și controlul importului;
 - c. restricționarea exportului în general;
 - d. limitarea cooperării și integrării economice internaționale;
 - e. restrângerea rolului firmelor transnaționale în relațiile internaționale.
91. Precizați care sunt formele sub care poate fi aplicată clauza națiunii celei mai favorizate:
- a. clauza condiționată;
 - b. clauza regimului național;
 - c. clauza nediscriminării;
 - d. clauza unilaterală;
 - e. avantajul reciproc.
92. Menționați clauzele (principiile) care se pot aplica în relațiile comerciale dintre state, în sprijinul celor în curs de dezvoltare:
- a. principiul avantajului reciproc;
 - b. concesiile pe bază de nerez reciprocitate;
 - c. clauza unilaterală;
 - d. generalizarea sistemului preferențial în sensul extinderii lui la toate domeniile de activitate;
 - e. clauza condiționată.
93. Noțiunea de politică comercială include:
- a. relațiile de cooperare dintre firmele aceluiași stat;
 - b. acte de vânzare – cumpărare în firmele private și cele publice;
 - c. ansamblul de măsuri cu caracter administrativ, juridic, fiscal, valutar prin intermediul cărora statele promovează, în relațiile internaționale, interesele fundamentale ale țării;
 - d. stabilirea cursului valutar;
 - e. restricționarea exporturilor în general.
94. Ca o componentă a mecanismului economic, politica economică a unui stat, reprezintă:
- a. ansamblul de principii, norme, și reguli ce stau la baza activității economice a unui stat;
 - b. un ansamblu de legi economice;
 - c. raporturile comerciale dintre firme;

- d. modalități de stabilire a cursului de schimb;
- e. modalități de fixare a prețurilor de vânzare a bunurilor și serviciilor.

95. În desfășurarea relațiilor economice internaționale politica comercială îndeplinește următoarele funcții:

- a. orientează și stimulează dezvoltarea producției pentru intern;
- b. protejează și promovează relațiile economice internaționale;
- c. stopează activitatea de comerț exterior;
- d. realizează un grad mai mare de restricționare la frontierele vamale;
- e. contribuie la determinarea cursului valutar.

96. Cu care din următoarele politici economice, politica comercială nu se interferează:

- a. politica valutară;
- b. politica de marketing;
- c. politica de piață;
- d. politica externă;
- e. politica socială.

97. Obiectivele politicii comerciale ale unui stat nu sunt influențate de:

- a. potențialul economic de care dispune;
- b. mărimea teritoriului și numărul de locuitori;
- c. politica socială a unui stat;
- d. poziția geografică;
- e. conjunctura pieței internaționale.

98. Funcția principală a politicii comerciale de export constă în:

- a. asigurarea și lărgirea accesului pe piețele externe a produselor naționale;
- b. sporirea importurilor cu produse de calitate;
- c. restricționarea produselor naționale pe piețele externe;
- d. sporirea taxelor vamale;
- e. restricționarea produselor manufacturiere.

99. Principalele obiective ale politicii comerciale nu se referă la:

- a. coordonarea și controlul importului;
- b. interzicerea cooperării și integrării economice internaționale;
- c. promovarea și încurajarea exportului;
- d. dimensionarea corectă a creditelor externe;
- e. echilibrarea balanței de plăți externe prin balanța comercială.

100. În funcție de activitatea pentru care se aplică anumite instrumente de politică comercială există:

- a. politică tarifară;
- b. politică de stimulare a exportului;
- c. politică de export și import;
- d. politică regională;
- e. politică netarifară.

101. În funcție de instrumentele folosite în politica comercială există:

- a. politică de export;
- b. politică de tranzit;
- c. politică tarifară;
- d. politică multilaterală;

e. politică interregională.

102. Principiile de politică comercială ce nu se găsesc stipulate în documentele organizațiilor cu vocație internațională se referă la:

- a. clauza regimului național;
- b. concesiile pe bază de reciprocitate;
- c. nediscriminarea;
- d. avantajul reciproc;
- e. protejarea în fața concurenței neloiale.

103. Politica comercială tarifară (vamală) nu presupune:

- a. controlul mărfurilor și mijloacelor de transport la frontieră;
- b. îndeplinirea formalităților vamale;
- c. impunerea vamală și plata drepturilor;
- d. limitări cantitative directe;
- e. alte formalități specifice, reglementate prin acte normative.

104. Taxa vamală, prin structură și nivel, reprezintă:

- a. instrument de politică economică și comercială;
- b. instrument de politică netarifară;
- c. instrument de formare a prețurilor de comerț exterior;
- d. instrument reglementat prin acordurile comerciale;
- e. instrumente de restricționare a exporturilor.

105. Stabilirea certificării și controlul originii mărfurilor importate se efectuează:

- a. după criteriul prevăzut în acordurile comerciale;
- b. după criteriul transformărilor substanțiale atunci când la producerea bunurilor participă două sau mai multe state;
- c. după criteriul impunerii vamale;
- d. după criteriul determinării și percepției taxei vamale;
- e. după criteriul fitosanitar.

106. Principalele forme de restrângere a teritoriului vamal se referă la:

- a. regimuri vamale definitive;
- b. zone vamale libere;
- c. regiuni vamale suspensive;
- d. antrepozite vamale;
- e. taxele vamale de tranzit.

107. Ca instrumente de politică comercială tarifară nu sunt folosite:

- a. legile, codurile și reglementările vamale;
- b. limitările indirecte prin mecanismul prețurilor;
- c. tariful vamal;
- d. nomenclatorul mărfurilor;
- e. regimul vamal și legislația vamală.

108. Nivelul taxei vamale depinde de:

- a. nevoia de protecție a producției interne;
- b. decalajul de competitivitate comercială a produselor de origini diferite;
- c. de zona de comerț liber în care circulă mărfurile;
- d. costul de producție;
- e. limitările voluntare la export.

109. Taxele vamale ad-valorem se calculează:
- taxă fixă pe unitatea de măsură fizică a mărfurilor;
 - taxa calculată ca o contramăsură la taxele prohibitoare;
 - taxa calculată în funcție de înțelegerile dintre state;
 - taxă calculată ca procent din valoarea mărfurilor;
 - taxa vamală convențională.
110. Regimul vamal este instrumentul care transpune în practică politica vamală și include:
- vămuirea bunurilor;
 - aplicarea tarifului vamal;
 - antrepozitele vamale;
 - zonele de tranzit;
 - zonele libere de comerț.
111. Ca instrumente guvernamentale de înfăptuire a politicii comerciale acordurile nu cuprind:
- principiile generale și speciale;
 - acordarea de facilități reciproce;
 - modul de soluționare a litigiilor;
 - cantitățile și standardele de calitate pentru produsele importate;
 - valabilitatea și modalitatea de intrare în vigoare a tratatului.
112. Tariful vamal reprezintă:
- mijlocul direct prin care este protejată economia națională;
 - mijlocul indirect prin care este protejată economia națională;
 - principalul instrument pentru stimularea exportului;
 - principalul instrument de politică tarifară;
 - principalul instrument de politică comercială netarifară.
113. După modul de fixare a taxei vamale există:
- taxe vamale autonome (unilaterale);
 - taxe vamale compensatorii;
 - taxe vamale prohibitive;
 - taxe vamale specifice;
 - taxe de retorsiune.
114. După tipul de operațiuni pe care le reglementează, regimurile vamale sunt:
- regimuri vamale specifice;
 - regimuri vamale suspensive;
 - regimuri vamale mixte;
 - regimuri vamale definitive;
 - regimuri vamale discriminatorii.
115. Nomenclatorul Consiliului de Cooperare Vamală nu cuprinde:
- acordul vamal;
 - nomenclatorul propriu-zis;
 - reguli de interpretare;
 - tarifele vamale;
 - încadrarea exactă a tuturor mărfurilor pe capitole și poziții.
116. Politica tarifară este o componentă a politicii comerciale a unui stat care presupune:
- prețuri minime și maxime la import;

- b. îndeplinirea formalităților vamale;
- c. impunerea vamală prin plata drepturilor;
- d. comercializarea ordonată a produselor;
- e. limitări directe cantitative.

117. Din punct de vedere al gradului de protecție există:

- a. taxe vamale ad-valorem;
- b. taxe vamale mixte;
- c. taxe vamale prohibitive;
- d. taxe vamale de export;
- e. taxe vamale specifice.

118. În cadrul formelor de restrângere a teritoriului vamal situate în dimensiuni spațiale mai restrânse există:

- a. antrepozite reale;
- b. zone economice speciale;
- c. antrepozite de stocare;
- d. zone de tranzit;
- e. uniuni vamale.

119. Taxa vamală, ca instrument de realizare a politicii comerciale tarifare nu reprezintă:

- a. impozit perceput de stat când mărfurile trec frontiera vamală a statului respectiv;
- b. instrument de politică economică și comercială;
- c. instrument de formare a prețurilor de comerț exterior;
- d. sursă de venit la bugetul statului;
- e. instrument de realizare a politicii comerciale netarifare.

120. Impunerea vamală îndeplinește importante funcții, cum ar fi:

- a. funcția fiscală și protecționistă;
- b. funcția autarhică;
- c. funcția de dezvoltare a exporturilor;
- d. funcția de promovare a cooperării;
- e. funcția de stimulare a exporturilor.

121. După modul de percepere taxele vamale sunt grupate în:

- a. taxe protecționiste;
- b. taxe prohibitive;
- c. taxe antidumping;
- d. taxe ad-valorem;
- e. taxe compensatorii.

122. După modul de fixare ca urmare a tratatelor sau convențiilor comerciale convenite între state sunt:

- a. taxe vamale specifice;
- b. tace de retorsiune;
- c. taxe vamale preferențiale;
- d. taxe vamale combinate;
- e. taxe vamale specifice.

123. Taxele vamale specifice reprezintă:

- a. taxe fixe pe o anumită unitate de măsură fizică a mărfurilor;
- b. taxă calculată ca procent din valoarea mărfurilor;

- c. taxă ca o contra măsură față de politica taxelor prohibitive;
- d. taxe ce asigură protecția producției interne;
- e. taxe stabilite în conformitate cu acordurile încheiate.

124. Taxele mixte (combinate) reprezintă:

- a. taxele ce se aplică țărilor ce beneficiază de clauza națiunii celei mai favorizate;
- b. taxe ad-valorem plus o taxă vamală specifică;
- c. taxe calculate ca procent din valoarea mărfurilor;
- d. taxe prohibitive;
- e. taxe ce asigură protecția producției exportate.

125. După obiectul impunerii vamale există:

- a. taxe vamale autonome;
- b. taxe vamale convenționale;
- c. taxe vamale combinate;
- d. taxe vamale specifice;
- e. taxe vamale de import și export.

126. Taxele vamale de tranzit se referă la:

- a. taxele stabilite ca urmare a acordurilor încheiate între state;
- b. taxe calculate asupra valorii bunurilor în procente;
- c. taxe stabilite pe unitatea fizică a mărfurilor;
- d. taxe percepute asupra mărfurilor aflate în trecere pe teritoriul țării respective;
- e. taxe vamale de export cu motivație fiscală.

127. În general teritoriul vamal este identic cu teritoriul național. Prin politica comercială statul poate restrânge teritoriul vamal față de teritoriul național creând:

- a. uniuni vamale;
- b. zone vamale libere pe teritoriul său național;
- c. zone de comerț liber;
- d. zone regionale;
- e. uniuni subregionale.

128. Prin politica comercială, statul poate extinde teritoriul vamal față de teritoriul național prin:

- a. zone de comerț liber;
- b. zone vamale libere;
- c. antrepozite vamale;
- d. antrepozite industriale;
- e. uniuni regionale.

129. Zona vamală liberă reprezintă:

- a. teritoriul în care se alică regimul vamal al statului respectiv;
- b. zonă în care se aplică tariful vamal comun la import;
- c. spațiul din teritoriul național stabilit prin lege care este exceptat d ela aplicarea legislației vamale;
- d. o uniune vamală cu tarif vamal comun;
- e. o zonă de comerț liber.

130. Regimurile vamale definitive includ:

- a. tranzitul de mărfuri;
- b. antrepozitele vamale;
- c. admiterea temporară;

- d. regimul vamal suspensiv;
- e. importul și exportul de bunuri.

131. Regimul vamal suspensiv nu presupune:

- a. importul și exportul de bunuri;
- b. tranzitul de mărfuri;
- c. regimul de transformare sub control vamal;
- d. admiterea temporară;
- e. regimul vamal de perfecționare activă.

132. Instrumentele de politică comercială netarifară prezintă anumite particularități față de cele tarifare:

- a. mare diversitate și grad diferențiat de protecție;
- b. sunt ușor de cunoscut fiind foarte transparente;
- c. provin dintr-o gamă restrânsă de domenii;
- d. acționează pe zone restrânse pe parcursul mărfurilor de la exportator la consumator;
- e. au o arie extinsă de influențare a restrângerii importurilor fie direct fie indirect.

133. Care din următoarele bariere netarifare nu fac parte din categoria cerințe în afara standardelor tehnice și de calitate?

- a. norme de etichetare și ambalare;
- b. norme de securitate;
- c. achiziții guvernamentale;
- d. norme privind compoziția produselor;
- e. norme sanitare și fitosanitare.

134. Obstacolele netarifare conform GATT se clasifică astfel:

- a. tarife vamale comune;
- b. limitări de teritoriu vamal;
- c. limitări directe cantitative;
- d. stabilirea valorii în vamă;
- e. restricții rezultând din participarea statului la activități comerciale.

135. Care din următoarele bariere netarifare nu fac parte din categoria limitări indirecte prin mecanismul prețurilor?

- a. prețuri minime și maxime la import;
- b. taxe de retorsiune;
- c. prelevări variabile la import;
- d. comerțul de stat;
- e. depozite prelabile pentru import.

136. Limitarea cantitativă (directă) a importurilor presupune:

- a. norme sanitare și fitosanitare;
- b. comerțul de stat;
- c. contingentarea importului;
- d. norme de securitate;
- e. licențele de import.

137. Evaluarea mărfii în vamă reprezintă o barieră netarifară ce face parte din:

- a. limitarea importurilor prin mecanismul prețurilor;
- b. limitarea importurilor prin restricții cantitative;
- c. participarea statului la activitatea de comerț exterior;
- d. limitarea importurilor prin formalități vamale și administrative;

e. alte obstacole netarifare.

138. Ce presupune limitarea indirectă a importurilor:

- a. achiziții de stat;
- b. evaluarea în vamă a mărfii;
- c. licențele de import;
- d. prelevări variabile la import;
- e. prețuri minime și maxime.

139. Taxele de retorsiune reprezintă bariere netarifare ce fac parte din:

- a. limitarea importurilor prin formalități vamale;
- b. limitări indirecte prin mecanismul prețurilor;
- c. comercializarea ordonată a produselor;
- d. participarea statului la activitatea de comerț;
- e. alte obstacole netarifare.

140. Politica comercială netarifară cuprinde un ansamblu vast de reglementări și practici care vizează:

- a. dezvoltarea relațiilor economice internaționale;
- b. un complex de măsuri să încurajeze exportul;
- c. măsuri de ordin tarifar, bazate pe aplicarea taxelor vamale;
- d. măsuri de apărare a pieței interne de concurență străină și echilibrarea balanței comerciale;
- e. măsuri de stimulare a exporturilor.

141. Instrumentele netarifare se caracterizează prin următoarele particularități:

- a. acționează numai la frontiera importatorului;
- b. sunt transparente și ușor de cunoscut;
- c. acționează în direcția extinderii importului;
- d. provin dintr-o gamă restrânsă de domenii;
- e. acționează pe tot parcursul mărfurilor de la exportator la consumatorul final din țara importatoare.

142. Instrumentele netarifare nu provin din domeniile:

- a. fiscal;
- b. social;
- c. comercial;
- d. bancar;
- e. administrativ.

143. Limitarea cantitativă a importurilor nu se referă la:

- a. licențe de import;
- b. contingentarea importurilor;
- c. autolimitările la export;
- d. prelevări variabile la import;
- e. acorduri privind comercializarea ordonată a produselor.

144. Limitările indirecte la importuri se referă la:

- a. prețuri minime și prețuri maxime la import;
- b. licențe de import;
- c. limitări voluntare la export;
- d. evaluarea mărfii în vamă;
- e. comerțul de stat.

145. Limitarea importurilor prin mecanismul prețurilor nu se referă la:
- impozite indirecte și alte taxe cu caracter fiscal;
 - taxe de retorsiune;
 - depuneri prealabile pentru import;
 - participarea statului la activitatea de comerț exterior;
 - prețuri minime și maxime la import.
146. Taxele de retorsiune presupun:
- taxă asupra valorii adăugate;
 - taxe antidumping și compensatorii;
 - taxe în cascadă;
 - accize;
 - taxe portuare.
147. Limitarea importurilor prin formalități vamale și administrative se referă la:
- depuneri prealabile pentru import;
 - prelevări variabile la import;
 - evaluarea mărfii în vamă;
 - norme sanitare și fitosanitare;
 - contingentarea importurilor.
148. Impozitele indirecte și alte taxe cu caracter fiscal sunt instrumente netarifare din categoria:
- limitări indirecte la importuri prin mecanismul prețurilor;
 - limitări directe cantitative;
 - restricții din formalități vamale și administrative;
 - participarea statului la activitățile comerciale;
 - bariere tehnice decurgând din standardele aplicate produselor.
149. Ajustările fiscale la frontieră în cadrul politicii comerciale netarifare nu cuprind:
- taxa pe valoare adăugată;
 - taxa portuară;
 - acciza pentru produsele de lux;
 - taxa consulară;
 - taxa pentru asigurări sociale.
150. Taxele antidumping și compensații sunt:
- taxe de retorsiune;
 - taxe preferențiale;
 - taxe vamale mixte;
 - taxe de tranzit;
 - taxe convenționale.
151. Achizițiile guvernamentale și comerțul de stat reprezintă instrumente de politică comercială netarifară din categoria:
- norme sanitare și fitosanitare;
 - participarea statului la activitatea de comerț exterior,
 - depuneri prealabile pentru import;
 - alte obstacole netarifare;
 - limitări directe cantitative.
152. Restricțiile de ordin tehnic și calitativ nu cuprind normele standard privind:
- condițiile sanitare și fitosanitare;

- b. etichetarea și ambalarea produselor;
- c. compoziția produselor;
- d. securitatea produselor;
- e. măsurile de salvagardare.

153. Măsurile bugetare de stimulare a exporturilor se referă la:

- a. primele valutare;
- b. credite de export;
- c. facilități fiscale;
- d. subvenții directe la export;
- e. deprecierea monedei.

154. Măsurile financiar-bancare de stimulare a exporturilor se referă la:

- a. asigurarea și garantarea creditelor de export;
- b. primele valutare;
- c. subvenții directe de export;
- d. facilități fiscale pentru mărfurile exportate;
- e. deprecierea monedei naționale.

155. Măsurile valutare de stimulare a exporturilor se referă la:

- a. deprecierea monedei naționale;
- b. creditele de export;
- c. primele directe de export;
- d. subvenții directe de export;
- e. facilități fiscale.

156. Măsurile fiscale de stimulare a exporturilor se referă la:

- a. facilități fiscale acordate exporturilor;
- b. primele valutare;
- c. credite de export;
- d. subvenții indirecte la export;
- e. asigurarea și garantarea creditelor de export.

157. În cadrul măsurilor promoționale de dezvoltare a exporturilor fac parte:

- a. inițierea, negocierea și semnarea de acorduri, convenții etc. pentru pătrunderea avantajoasă pe piețele externe;
- b. concesiile în cadrul regimului fiscal;
- c. asistență guvernamentală;
- d. mecanismul de stimulare de natură bugetară;
- e. credite legate de activitatea de export.

158. Măsurile bugetare de stimulare a exportului nu cuprind:

- a. subvenții directe la export;
- b. prime directe la export;
- c. subvenții indirecte la export,
- d. asistență producătorilor și firmelor exportatoare gratuită;
- e. primele valutare.

159. Creditele pentru export și asigurarea și garantarea creditelor sunt instrumente netarifare din categoria:

- a. măsuri valutare de stimulare a exporturilor;

- b. măsuri bugetare de stimulare a exportului;
- c. măsuri financiar-bancare,
- d. măsuri promoționale;
- e. măsuri fiscale.

160. Deprecierea monedei naționale reprezintă un instrument netarifar din categoria măsurilor:

- a. bugetare;
- b. fiscale;
- c. promoționale;
- d. valutare;
- e. financiar-bugetare.

MODULUL III
ECONOMIE INTERNAȚIONALĂ

161. Un actor al investițiilor străine directe este reprezentat de:
- guvern;
 - întreprinderile private transnaționale;
 - sucursalele companiilor transnaționale;
 - FMI;
 - Banca Mondială.
162. Organizațiile din sistemul ONU utilizează termenul de:
- firmă multinațională;
 - societate transnațională;
 - companii transnaționale;
 - societate multinațională;
 - corporație transnațională.
163. Conform lui S. E. Rolfe, o întreprindere are vocație internațională atunci când activele sale sub formă de participații în străinătate depășesc:
- 25%;
 - 20%;
 - 30%;
 - 50%;
 - 51%.
164. Conform lui H. Bonin, o întreprindere are vocație internațională atunci când activele sale sub formă de participații în străinătate depășesc:
- 25%;
 - 20%;
 - 30%;
 - 50%;
 - 51%.
165. Filiale-releu ale companiilor transnaționale:
- distribuie produsele realizate în altă parte;
 - produc componente ale unui produs final pentru care cererea locală este slabă sau inexistentă;
 - prelucrează materia primă și o transformă în produse semifinite;
 - produc și vând pe piețele locale mărfuri aparținând gamei de produse deja existentă în țara de origine a societății-mamă;
 - realizează strategia de marketing pentru societatea-mamă.
166. Filiale-atelier ale companiilor transnaționale:
- distribuie produsele realizate în altă parte;
 - produc componente ale unui produs final pentru care cererea locală este slabă sau inexistentă;
 - prelucrează materia primă și o transformă în produse semifinite;
 - produc și vând pe piețele locale mărfuri aparținând gamei de produse deja existentă în țara de origine a societății-mamă;
 - realizează strategia de marketing pentru societatea-mamă.
167. Baza creșterii internaționale a firmelor rezidă în:
- cunoașterea prealabilă a pieței internaționale obținută cel mai adesea prin import;
 - lipsa unor disponibilități în resurse pentru a finanța această creștere;

- c. existența unor debușee reale sau potențiale în mai multe țări, acestea constituind rezerva de creștere a firmei;
 - d. o productivitate scăzută;
 - e. dorința de cucerire de noi piețe.
168. Ce afirmație nu reprezintă una dintre cele patru modalități succesive de expansiune:
- a. strategia aprovizionării și integrarea verticală în amonte;
 - b. strategia pieței și integrarea verticală în aval;
 - c. strategia raționalizării industriale și integrarea orizontală;
 - d. strategia dotării cu factori interni;
 - e. strategia tehnico-financiară și diversificarea conglomerată.
169. În anumite sectoare, cum ar fi cel chimic, costurile de transport reprezintă între:
- a. 15-25%;
 - b. 5-10%;
 - c. 25-35%;
 - d. 40-60%;
 - e. 60-75%.
170. Sunt considerate firme primare acelea care:
- a. acționează în domeniul cercetării dezvoltării;
 - b. intervin în domenii de înaltă tehnologie;
 - c. acționează ca sucursale ale unor firme-mamă;
 - d. sunt cele mai puernice în domeniul lor de activitate;
 - e. intervin în sectorul minier, petrolier sau agricol.
171. Autonomia lăsată conducătorilor filialelor este în general mai redusă în ceea ce privește:
- a. alegerea investițiilor ce urmează a fi efectuate;
 - b. formarea personalului;
 - c. angajarea personalului;
 - d. orele suplimentare efectuate;
 - e. restructurarea posturilor.
172. Autonomia lăsată conducătorilor filialelor este în general mai ridicată în ceea ce privește:
- a. mărirea capitalului;
 - b. dividende și redevențe;
 - c. modalitățile de plată a personalului;
 - d. pătrunderea pe piețe noi;
 - e. alegerea furnizorilor.
173. Autonomia lăsată conducătorilor filialelor este în general moderată în ceea ce privește:
- a. utilizarea marjei de autofinanțare a filialei;
 - b. planul financiar;
 - c. împrumutul de la băncile locale;
 - d. capacitatea și volumul producției;
 - e. concedierea personalului.
174. Ce factori nu influențează modalitatea de control a filialelor străine?
- a. mărirea companiei transnaționale;
 - b. forma sa de organizare;
 - c. originea sa națională;
 - d. capitalul deținut de aceasta;

- e. riscurile țării de origine.
175. O întreprindere decide să investească în străinătate pentru că:
- a. la aceeași valoare a investiției se așteaptă la un profit superior;
 - b. la aceeași valoare a investiției se așteaptă la un profit inferior;
 - c. nu mai face față concurenței interne;
 - d. nu dispune de forță de muncă în țara de origine;
 - e. nu dispune de materie primă în țara de origine.
176. Este considerat ca motiv al investiției în străinătate, următorul:
- a. alege implantarea în zonele producătoare de materii prime pentru a crește costurile de transport ale acestora;
 - b. valorifică diferențele internaționale în ceea ce privește costurile și se instalează în regiunile unde prețurile factorilor de producție sunt cele mai scăzute;
 - c. firma localizează producția în regiunile unde cererea este mare pentru a depăși barierele protecționiste instaurate de state;
 - d. firma localizează producția în regiunile unde există un risc crescut;
 - e. dorința de a fi cunoscută pe plan internațional.
177. Potrivit modelului imperfecțiunii piețelor, investițiile străine directe sunt determinate de:
- a. existența unei structuri de piață perfecte;
 - b. lipsa eșecurilor de piață;
 - c. diferența ratei profitului între diferitele piețe, ca urmare a dezechilibrului pe piața factorilor sau pe piața financiar-valutară;
 - d. lipsa intervenției guvernamentale;
 - e. costurile cu forța de muncă sensibil egale.
178. De ce întreprinderea preferă să se internalizeze, adică să-și integreze în organizarea sa toate funcțiunile, de la aprovizionare la comercializare?
- a. pentru că piața internațională a factorilor este perfectă;
 - b. pentru că piața internațională a bunurilor este perfectă;
 - c. pentru că piața internațională a factorilor și a bunurilor este perfectă;
 - d. pentru că piața internațională a factorilor și a bunurilor este imperfectă și comportă în consecință „costuri de tranzacție”;
 - e. pentru că nu se poate internaționaliza.
179. Teoria internalizării a fost fundamentată de:
- a. Buckley și Casson;
 - b. Vernon;
 - c. Graham;
 - d. Caves;
 - e. Samuelson.
180. „Paradigma eclectică” a fost elaborată de:
- a. Vernon;
 - b. Caves;
 - c. Graham;
 - d. Casson;
 - e. Dunning.
181. Conform teoriei eclecticice, premisele de bază ale internaționalizării producției se regăsesc la nivelul:

- a. avantajelor de proprietate;
 - b. avantajelor de cost;
 - c. avantajelor de calitate;
 - d. avantajelor de resurse;
 - e. avantajelor de factori.
182. Conform teoriei eclecticice, premisele de bază ale internaționalizării producției se regăsesc la nivelul:
- a. avantajelor de internalizare;
 - b. avantajelor de cost;
 - c. avantajelor de calitate;
 - d. avantajelor de resurse;
 - e. avantajelor de factori.
183. Conform teoriei eclecticice, premisele de bază ale internaționalizării producției se regăsesc la nivelul:
- a. avantajelor de localizare;
 - b. avantajelor de cost;
 - c. avantajelor de calitate;
 - d. avantajelor de resurse;
 - e. avantajelor de factori.
184. Potrivit viziunii lui Dunning, avantajele de proprietate sunt și:
- a. avantaje de cost;
 - b. avantaje de competitivitate;
 - c. avantaje de calitate;
 - d. avantaje de resurse;
 - e. avantaje de factori.
185. Recurgând la internalizare, prin dezvoltarea de active productive în străinătate, firmele urmăresc:
- a. creșterea costurilor de producție;
 - b. creșterea costurilor de tranzacție;
 - c. minimizarea beneficiilor nete;
 - d. câștigarea unei rente economice minime;
 - e. maximizarea beneficiilor nete.
186. Variabilele de localizare includ:
- a. strategia firmei;
 - b. politica de marketing a firmei;
 - c. mediul concurențial intern;
 - d. legăturile dintre ramurile economice;
 - e. dotarea cu resurse naturale și resurse economice create.
187. Variabilele de localizare includ:
- a. strategia firmei;
 - b. politica de marketing a firmei;
 - c. mediul concurențial intern;
 - d. nivelul de pregătire a forței de muncă și productivitatea muncii;
 - e. legăturile dintre ramurile economice.
188. Variabilele de localizare includ:

- a. strategia firmei;
 - b. politica de marketing a firmei;
 - c. costurile internaționale de transport și comunicație, stimulente și bariere investiționale sau comerciale;
 - d. mediul concurențial intern;
 - e. legăturile dintre ramurile economice.
189. Variabilele de localizare includ:
- a. strategia firmei;
 - b. sistemul economic și politica economică;
 - c. politica de marketing a firmei;
 - d. mediul concurențial intern;
 - e. legăturile dintre ramurile economice.
190. Variabilele de localizare includ:
- a. strategia firmei;
 - b. diferențe politice, sociale, culturale și educaționale între țări;
 - c. politica de marketing a firmei;
 - d. mediul concurențial intern;
 - e. legăturile dintre ramurile economice.
191. De-a lungul primei părți a secolului al XIX-lea, practic singura țară care a investit în străinătate este:
- a. Franța;
 - b. Germania;
 - c. Italia;
 - d. Marea Britanie;
 - e. S.U.A.
192. Înainte de primul război mondial, Germania a promovat o politică de expansiune comercială prin intermediul unor operații de anvergură în:
- a. India;
 - b. Argentina;
 - c. Brazilia;
 - d. Congo;
 - e. țări africane.
193. Înainte de primul război mondial, Belgia a promovat o politică de expansiune comercială prin intermediul unor operații de anvergură în:
- a. Argentina;
 - b. Brazilia;
 - c. Congo;
 - d. Mexic;
 - e. Turcia.
194. Prioritățile de dezvoltare ale țărilor în curs de dezvoltare includ realizarea creșterii susținute a venitului național prin:
- a. scăderea ratei investițiilor;
 - b. creșterea ratei investițiilor;
 - c. diminuarea exporturilor;
 - d. creșterea importurilor;
 - e. întărirea cursului de schimb.

195. Prioritățile de dezvoltare ale țărilor în curs de dezvoltare includ realizarea creșterii susținute a venitului național prin:
- scăderea ratei investițiilor;
 - întărirea capacităților tehnologice;
 - diminuarea exporturilor;
 - creșterea importurilor;
 - întărirea cursului de schimb.
196. Prioritățile de dezvoltare ale țărilor în curs de dezvoltare includ realizarea creșterii susținute a venitului național prin:
- scăderea ratei investițiilor;
 - îmbunătățirea competitivității exporturilor proprii pe piața internațională;
 - diminuarea exporturilor;
 - creșterea importurilor;
 - întărirea cursului de schimb.
197. Prioritățile de dezvoltare ale țărilor în curs de dezvoltare includ realizarea creșterii susținute a venitului național prin:
- scăderea ratei investițiilor;
 - distribuția echitabilă a beneficiilor creșterii prin crearea de noi oportunități pentru ocuparea forței de muncă;
 - diminuarea exporturilor;
 - creșterea importurilor;
 - întărirea cursului de schimb.
198. Prioritățile de dezvoltare ale țărilor în curs de dezvoltare includ realizarea creșterii susținute a venitului național prin:
- scăderea ratei investițiilor;
 - protecția și conservarea mediului înconjurător;
 - diminuarea exporturilor;
 - creșterea importurilor;
 - întărirea cursului de schimb.
199. Care țară s-a bazat într-o mare măsură pe fluxurile de investiții străine directe pentru integrarea economiei sale în rețelele de producție ale companiilor multinaționale și promovarea competitivității sale în cadrul acestor rețele?
- Coreea de Sud;
 - Taiwan;
 - Malayesia;
 - India;
 - Brazilia.
200. Care țară s-a bazat într-o mare măsură pe fluxurile de investiții străine directe pentru integrarea economiei sale în rețelele de producție ale companiilor multinaționale și promovarea competitivității sale în cadrul acestor rețele?
- Coreea de Sud;
 - Taiwan;
 - Singapore;
 - India;
 - Brazilia.

201. Care țară s-a bazat într-o mare măsură pe fluxurile de investiții străine directe pentru integrarea economiei sale în rețelele de producție ale companiilor multinaționale și promovarea competitivității sale în cadrul acestor rețele?
- Coreea de Sud;
 - Taiwan;
 - Thailanda;
 - India;
 - Brazilia.
202. Care țară a urmărit dezvoltarea întreprinderilor locale și crearea de capacități inovatoare autonome, companiile transnaționale fiind concepute ca o sursă de tehnologie?
- Coreea de Sud;
 - Singapore;
 - Thailanda;
 - Malaysia;
 - India.
203. Care țară a urmărit dezvoltarea întreprinderilor locale și crearea de capacități inovatoare autonome, companiile transnaționale fiind concepute ca o sursă de tehnologie?
- Taiwan;
 - Singapore;
 - Thailanda;
 - Malaysia;
 - India.
204. La nivelul economiei naționale, decizia financiar-monetară se realizează sub forma:
- contului curent;
 - contului de capital;
 - balanței de plăți externe;
 - balanței veniturilor;
 - balanței transferurilor unilaterale.
205. Nu sunt considerați rezidenți:
- agenții economici naționali care trăiesc și desfășoară activități, în mod obișnuit și permanent, în cadrul unei țări;
 - ambasadele;
 - agenții economici străini care trăiesc și desfășoară activități, în mod obișnuit și permanent, în cadrul unei țări;
 - persoanele fizice care trăiesc și desfășoară activități, în mod obișnuit și permanent, în cadrul unei țări;
 - persoanele juridice care trăiesc și desfășoară activități, în mod obișnuit și permanent, în cadrul unei țări.
206. Nu sunt considerați rezidenți:
- agenții economici naționali care trăiesc și desfășoară activități, în mod obișnuit și permanent, în cadrul unei țări;
 - consulatele;
 - agenții economici străini care trăiesc și desfășoară activități, în mod obișnuit și permanent, în cadrul unei țări;
 - persoanele fizice care trăiesc și desfășoară activități, în mod obișnuit și permanent, în cadrul unei țări;

- e. persoanele juridice care trăiesc și desfășoară activități, în mod obișnuit și permanent, în cadrul unei țări.
207. Nu sunt considerați rezidenți:
- a. agenții economici naționali care trăiesc și desfășoară activități, în mod obișnuit și permanent, în cadrul unei țări;
 - b. instituțiile internaționale;
 - c. agenții economici străini care trăiesc și desfășoară activități, în mod obișnuit și permanent, în cadrul unei țări;
 - d. persoanele fizice care trăiesc și desfășoară activități, în mod obișnuit și permanent, în cadrul unei țări;
 - e. persoanele juridice care trăiesc și desfășoară activități, în mod obișnuit și permanent, în cadrul unei țări.
208. Nu sunt considerați rezidenți:
- a. agenții economici naționali care trăiesc și desfășoară activități, în mod obișnuit și permanent, în cadrul unei țări;
 - b. reprezentanțele instituțiilor internaționale;
 - c. agenții economici străini care trăiesc și desfășoară activități, în mod obișnuit și permanent, în cadrul unei țări;
 - d. persoanele fizice care trăiesc și desfășoară activități, în mod obișnuit și permanent, în cadrul unei țări;
 - e. persoanele juridice care trăiesc și desfășoară activități, în mod obișnuit și permanent, în cadrul unei țări.
209. Balanța comercială a unei țări este reprezentată de:
- a. diferența dintre importuri și exporturi;
 - b. suma importurilor și exporturilor;
 - c. raportul dintre importuri și exporturi;
 - d. diferența dintre venituri și cheltuieli;
 - e. raportul dintre venituri și cheltuieli.
210. În statisticile vamale, înregistrarea exporturilor se face la valoarea:
- a. CIF;
 - b. FOB;
 - c. DDP;
 - d. CPT;
 - e. EXW.
211. În statisticile vamale, înregistrarea importurilor se face la valoarea:
- a. CIF;
 - b. FOB;
 - c. DDP;
 - d. CPT;
 - e. EXW.
212. în balanța de plăți externe înregistrarea importurilor și exporturilor se face la valoarea:
- a. CIF;
 - b. FOB;
 - c. DDP;
 - d. CPT;
 - e. EXW.

213. Activele de rezervă sunt reprezentate de:
- credite externe garantate;
 - investiții directe
 - credite externe negarantate;
 - aur;
 - investitii de portofoliu.
214. Activele de rezervă sunt reprezentate de:
- credite externe garantate;
 - investiții directe
 - credite externe negarantate;
 - DST;
 - investitii de portofoliu.
215. Activele de rezervă sunt reprezentate de:
- credite externe garantate;
 - investiții directe
 - credite externe negarantate;
 - devize;
 - investitii de portofoliu.
216. Atunci când apare un dezechilibru cronic la nivelul balanței acesta poate fi redus printr-un pachet de măsuri de natură fiscală:
- scăderea taxelor vamale;
 - creșterea taxelor vamale;
 - eliminarea subvențiilor;
 - stimularea exporturilor;
 - stimularea importurilor.
217. Atunci când apare un dezechilibru cronic la nivelul balanței acesta poate fi redus printr-un pachet de măsuri de natură fiscală:
- scăderea taxelor vamale;
 - acordarea de subvenții;
 - eliminarea subvențiilor;
 - stimularea exporturilor;
 - stimularea importurilor.
218. Atunci când apare un dezechilibru cronic la nivelul balanței acesta poate fi redus printr-un pachet de măsuri de natură fiscală:
- scăderea taxelor vamale;
 - acordarea de credite preferențiale;
 - eliminarea subvențiilor;
 - stimularea exporturilor;
 - stimularea importurilor.
219. Atunci când apare un dezechilibru cronic la nivelul balanței acesta poate fi redus printr-un pachet de măsuri de natură comercială:
- scăderea taxelor vamale;
 - creșterea taxelor vamale;
 - eliminarea subvențiilor;
 - stimularea exporturilor;

- e. stimularea importurilor.
220. Atunci când apare un dezechilibru cronic la nivelul balanței acesta poate fi redus printr-un pachet de măsuri de natură fiscală:
- a. scăderea taxelor vamale;
 - b. creșterea taxelor vamale;
 - c. eliminarea subvențiilor;
 - d. promovarea exporturilor;
 - e. stimularea importurilor.
221. Balanța de plăți globală:
- a. înregistrează toate operațiunile economice ale unei țări cu un grup de țări, uniune economică sau monetară;
 - b. înregistrează operațiunile economice între două țări;
 - c. înregistrează toate operațiunile economice ale unei țări cu restul lumii;
 - d. este varianta proiectată pe un orizont de timp viitor, proiecțiile referindu-se în principal la contul curent și la investițiile nete în economie;
 - e. are în vedere fluxurile de încasări și plăți în valută înregistrate pe o perioadă determinată (de regulă mai mică de un an).
222. Balanța de plăți regională:
- a. înregistrează toate operațiunile economice ale unei țări cu un grup de țări, uniune economică sau monetară;
 - b. înregistrează operațiunile economice între două țări;
 - c. înregistrează toate operațiunile economice ale unei țări cu restul lumii;
 - d. este varianta proiectată pe un orizont de timp viitor, proiecțiile referindu-se în principal la contul curent și la investițiile nete în economie;
 - e. are în vedere fluxurile de încasări și plăți în valută înregistrate pe o perioadă determinată (de regulă mai mică de un an).
223. Balanța de plăți bilaterală:
- a. înregistrează toate operațiunile economice ale unei țări cu un grup de țări, uniune economică sau monetară;
 - b. înregistrează operațiunile economice între două țări;
 - c. înregistrează toate operațiunile economice ale unei țări cu restul lumii;
 - d. este varianta proiectată pe un orizont de timp viitor, proiecțiile referindu-se în principal la contul curent și la investițiile nete în economie;
 - e. are în vedere fluxurile de încasări și plăți în valută înregistrate pe o perioadă determinată (de regulă mai mică de un an).
224. Balanța de plăți program:
- a. înregistrează toate operațiunile economice ale unei țări cu un grup de țări, uniune economică sau monetară;
 - b. înregistrează operațiunile economice între două țări;
 - c. înregistrează toate operațiunile economice ale unei țări cu restul lumii;
 - d. este varianta proiectată pe un orizont de timp viitor, proiecțiile referindu-se în principal la contul curent și la investițiile nete în economie;
 - e. are în vedere fluxurile de încasări și plăți în valută înregistrate pe o perioadă determinată (de regulă mai mică de un an).
225. Balanța de piață:

- a. înregistrează toate operațiunile economice ale unei țări cu un grup de țări, uniune economică sau monetară;
 - b. înregistrează operațiunile economice între două țări;
 - c. înregistrează toate operațiunile economice ale unei țări cu restul lumii;
 - d. este varianta proiectată pe un orizont de timp viitor, proiecțiile referindu-se în principal la contul curent și la investițiile nete în economie;
 - e. are în vedere fluxurile de încasări și plăți în valută înregistrate pe o perioadă determinată (de regulă mai mică de un an).
226. Reprezintă factor endogen de destabilizare a balanței de plăți externe:
- a. dereglarea prețurilor mondiale la produsele cu pondere mare în structura comerțului exterior;
 - b. politica comercială a altor state (atât cea tarifară cât și cea netarifară);
 - c. lipsa avantajelor competitive (comparative) reale;
 - d. reducerea semnificativă a exporturilor cauzată de calamități naturale sau de evenimente fortuite (revoluții, războaie civile);
 - e. dereglarea fluxurilor comerciale zonale ca urmare a unor conflicte/dispute comerciale internaționale.
227. Reprezintă factor endogen de destabilizare a balanței de plăți externe:
- a. dereglarea prețurilor mondiale la produsele cu pondere mare în structura comerțului exterior;
 - b. politica comercială a altor state (atât cea tarifară cât și cea netarifară);
 - c. lipsa avantajelor competitive (comparative) reale;
 - d. creșterea importurilor pe fondul intensificării cererii interne;
 - e. dereglarea fluxurilor comerciale zonale ca urmare a unor conflicte/dispute comerciale internaționale.
228. Reprezintă factor endogen de destabilizare a balanței de plăți externe:
- a. dereglarea prețurilor mondiale la produsele cu pondere mare în structura comerțului exterior;
 - b. politica comercială a altor state (atât cea tarifară cât și cea netarifară);
 - c. lipsa avantajelor competitive (comparative) reale;
 - d. insuficienta acoperire a cererii interne (reducerea exporturilor);
 - e. dereglarea fluxurilor comerciale zonale ca urmare a unor conflicte/dispute comerciale internaționale.
229. Reprezintă factor endogen de destabilizare a balanței de plăți externe:
- a. dereglarea prețurilor mondiale la produsele cu pondere mare în structura comerțului exterior;
 - b. politica comercială a altor state (atât cea tarifară cât și cea netarifară);
 - c. lipsa avantajelor competitive (comparative) reale;
 - d. diminuarea competitivității externe a produselor autohtone (calitate scăzută, prețuri ridicate);
 - e. dereglarea fluxurilor comerciale zonale ca urmare a unor conflicte/dispute comerciale internaționale.
230. Reprezintă factor endogen de destabilizare a balanței de plăți externe:
- a. dereglarea prețurilor mondiale la produsele cu pondere mare în structura comerțului exterior;
 - b. politica comercială a altor state (atât cea tarifară cât și cea netarifară);
 - c. lipsa avantajelor competitive (comparative) reale;
 - d. scăderea gradului de prelucrare al exporturilor;

- e. dereglarea fluxurilor comerciale zonale ca urmare a unor conflicte/dispute comerciale internaționale.
231. Reprezintă factor endogen de destabilizare a balanței de plăți externe:
- a. dereglarea prețurilor mondiale la produsele cu pondere mare în structura comerțului exterior;
 - b. politica comercială a altor state (atât cea tarifară cât și cea netarifară);
 - c. lipsa avantajelor competitive (comparative) reale;
 - d. deteriorarea climatului de afaceri intern;
 - e. dereglarea fluxurilor comerciale zonale ca urmare a unor conflicte/dispute comerciale internaționale.
232. Reprezintă factor endogen de destabilizare a balanței de plăți externe:
- a. dereglarea prețurilor mondiale la produsele cu pondere mare în structura comerțului exterior;
 - b. politica comercială a altor state (atât cea tarifară cât și cea netarifară);
 - c. lipsa avantajelor competitive (comparative) reale;
 - d. insuficienta promovare/stimulare a exporturilor;
 - e. dereglarea fluxurilor comerciale zonale ca urmare a unor conflicte/dispute comerciale internaționale.
233. Reprezintă factor endogen de destabilizare a balanței de plăți externe:
- a. dereglarea prețurilor mondiale la produsele cu pondere mare în structura comerțului exterior;
 - b. politica comercială a altor state (atât cea tarifară cât și cea netarifară);
 - c. lipsa avantajelor competitive (comparative) reale;
 - d. politică comercială (tarifară / netarifară) inefficientă;
 - e. dereglarea fluxurilor comerciale zonale ca urmare a unor conflicte/dispute comerciale internaționale.
234. Reprezintă factor endogen de destabilizare a balanței de plăți externe:
- a. dereglarea prețurilor mondiale la produsele cu pondere mare în structura comerțului exterior;
 - b. politica comercială a altor state (atât cea tarifară cât și cea netarifară);
 - c. lipsa avantajelor competitive (comparative) reale;
 - d. structura pe ramuri a economiei naționale;
 - e. dereglarea fluxurilor comerciale zonale ca urmare a unor conflicte/dispute comerciale internaționale.
235. Cunoscându-se valoare importurilor unei țări (80 milioane euro) și valoarea exporturilor (100 milioane euro), să se calculeze gradul de acoperire al importurilor:
- a. 0,8;
 - b. 20 milioane euro;
 - c. 1,25;
 - d. 1,5;
 - e. 8 milioane euro.
236. Cunoscându-se valoare importurilor unei țări (40 milioane euro) și gradul de acoperire al importurilor (2), să se calculeze valoarea exporturilor:
- a. 20 milioane euro;
 - b. 40 milioane euro;
 - c. 60 milioane euro;

- d. 80 milioane euro;
 - e. 100 milioane euro.
237. Cunoscându-se valoare importurilor unei țări (80 milioane euro) și valoarea exporturilor (100 milioane euro), să se calculeze mărimea soldului balanței comerciale:
- a. 0;
 - b. 0,11;
 - c. 1,25;
 - d. 8;
 - e. 9.
238. Cunoscându-se valoare importurilor unei țări (10 milioane euro) și mărimea soldului balanței comerciale (0,6) să se calculeze valoarea exporturilor:
- a. 20 milioane euro;
 - b. 30 milioane euro;
 - c. 40 milioane euro;
 - d. 50 milioane euro;
 - e. 60 milioane euro.
239. Cunoscându-se valoare exporturilor unei țări (100 milioane euro) și mărimea soldului balanței comerciale (0,6) să se calculeze valoarea importurilor:
- a. 20 milioane euro;
 - b. 30 milioane euro;
 - c. 40 milioane euro;
 - d. 50 milioane euro;
 - e. 60 milioane euro.
240. Cunoscându-se valoare importurilor unei țări (10 milioane euro) și mărimea soldului balanței comerciale (0,5) să se calculeze valoarea exporturilor:
- a. 20 milioane euro;
 - b. 30 milioane euro;
 - c. 40 milioane euro;
 - d. 50 milioane euro;
 - e. 60 milioane euro.

MODULUL IV
TEHNICA OPERAȚIUNILOR DE COMERȚ
EXTERIOR

241. Care sunt elementele care fac negocierile, nu numai utile, dar și necesare?

- a. Dezvoltarea comerțului cu bunuri și servicii;
- b. Dezvoltarea economiilor naționale, accelerarea integrării în lume, decalajele tot mai mari dintre nivelele de dezvoltare;
- c. Necesitatea procurării de bunuri și servicii la prețuri mai mici;
- d. Cercetarea și promovarea piețelor externe;
- e. Stabilirea unor prețuri de siguranță.

242. Alegeți din elementele prezentate mai jos pe cele care fac ca negocierile să capete o importanță primordială:

- a. Lichidarea subdezvoltării;
- b. Asigurarea unui nivel de trai ridicat populației;
- c. Existența a sute de agenți economici ce reprezintă un larg și diversificat evantai de psihologii de înțelegere a mecanismului pieței;
- d. Lichidarea sărăciei care se extinde galopant;
- e. Existența unei economii de piață dezvoltate.

243. Negocierile servesc pentru:

- a. Diversificarea direcțiilor și domeniilor de afaceri pentru a da răspunsuri la problemele complexe pe care acestea le presupun și pentru ca cei care și-au propus să facă o afacere, să-și atingă mai ușor obiectivele în mediul concurențial;
- b. Nevoile antreprenorilor și furnizorilor de materii prime;
- c. A lichida concurența nelocală;
- d. A obține profituri mai mari;
- e. Dezvoltarea unor relații comerciale trainice între parteneri.

244. Care sunt elementele ce se negociază în economia de piață?

- a. Onoarea firmei și a conducătorului acesteia;
- b. Aproape totul se negociază: cantitatea și calitatea bunurilor, ambalajul, prețul mărfii, adaosul, costul transportului, termenii de livrare, modalitățile de plată, clauzele oferite reciproc și unilateral, convertirea hârtiilor de valoare, cumpărarea ofertelor publice, salariile, contractele de muncă și multe altele;
- c. Modul de comunicare cu partenerii;
- d. Felul în care sunt reziliate contractele încheiate cu partenerii;
- e. Bunurile personale și ale firmei.

245. Cum trebuie privită negocierea?

- a. Ca un proces global și complex;
- b. Ca o activitate a unor specialiști în relațiile internaționale;
- c. Ca un proces social, respectiv o formă de comunicare în relațiile internaționale, dar și circumscrisă unor domenii specifice, dintre care cele mai importante negocieri sunt cele din relațiile economice internaționale;
- d. Ca un proces politic, în care sunt implicate statele pe teritoriul cărora se derulează;
- e. Ca un proces complex, în care sunt implicate toate firmele.

246. Cum este definită negocierea în diferite studii și dicționare?

- a. În dicționarul Larousse este definită ca un proces complex și haotic, dar necesar;
- b. În Enciclopedia Britanică este definită ca un proces necesar ori de câte ori partenerii doresc acest lucru;
- c. În lucrările lui Lavoisier, negocierea este un proces necesar, dar nu obligatoriu pentru parteneri;
- d. Dicționarul de economie politică definește noțiunea de negociere colectivă în sensul de tratative multilaterale cu privire la problemele de interes comun, în timp ce dicționarul diplomatic definește

conceptul de negociere prin prisma acestei importante activități, respectiv funcția centrală a diplomației și mijlocul cel mai important și mai eficient de rezolvare pașnică a diferendelor și conflictelor internaționale, independent de natura și amploarea acestora;

e. Dicționarul de psihologie definește noțiunea de negociere ca un proces complex, care ține de psihologia oamenilor.

247. Ajungând în domeniul economicului în general, a comerțului exterior în special, negocierile trebuie privite în următoarele sensuri:

- a. Tratatative, discuții purtate între doi sau mai mulți parteneri, în legătură cu un deziderat economic comun, în vederea realizării unor înțelegeri sau tranzacții internaționale;
- b. Elemente de reformă și liberalizare în comerțul exterior românesc;
- c. Eliminarea restricțiilor cantitative din comerț;
- d. Stabilirea tarifului vamal de import ca principal instrument de politică comercială;
- e. Stabilirea de relații directe cu partenerii de afaceri.

248. În practică, negocierea pornește de la ideea că:

- a. Aceasta este o modalitate de vânzare pe internet;
- b. Este un instrument de cooperare și promovare a comerțului exterior;
- c. Fiecare parte are nevoi directe sau indirecte pe care vrea să le satisfacă;
- d. Fiecare parte dorește să stabilească condițiile de calitate a mărfurilor;
- e. Fiecare parte dorește să stabilească prețuri cât mai mari, în funcție de calitatea mărfurilor.

249. Scopul principal al negocierilor îl constituie:

- a. Obținerea celor mai mici prețuri;
- b. Semnarea unor acorduri comerciale avantajoase;
- c. Protejarea firmelor care negociază;
- d. Satisfacerea unor necesități umane;
- e. Realizarea unor prețuri cât mai mari și avantajoase.

250. În sens larg, negocierea apare ca:

- a. Un concept complex și dinamic;
- b. O formă concentrată și interactivă de comunicare umană între două sau mai multe părți aflate în dezacord și care urmăresc să ajungă la o înțelegere, rezolvă o problemă comună sau ating un scop comun;
- c. O formă de dezbateră amicală referitoare la un produs sau serviciu;
- d. O condiție obligatorie pentru a face schimburi externe;
- e. O metodă de procurare a resurselor necesare firmei.

251. Rezultatul negocierii se poate solda cu:

- a. Un contract la bursa de valori;
- b. O discuție generală referitoare la obiectul negocierii;
- c. Un simplu acord verbal consolidat printr-o strângere de mână, un consens tacit, o minută, o scrisoare de intenție sau protocol redactate în grabă, o convenție sau un contract redactate cu respectarea unor proceduri și uzanțe comune, un armistițiu, un pact sau tratat internațional;
- d. Emiterea unei scrisori comerciale pentru garantarea creditelor;
- e. Încheierea de contracte internaționale sinalagmatice.

252. În raport cu zona de interes în care se poartă negocierile, putem face distincție între diferite forme de negociere, dar cea mai uzuală este:

- a. Negocierea la bursă;
- b. Negocierea dintre patronat și sindicat;
- c. Negocierea afacerilor sau negocierea comercială;

- d. Negocierea tripartită;
- e. Negocierea bilaterală.

253. Negocierea comercială sau a afacerilor se concretizează în următoarele aspecte:

- a. Contract, acte și fapte de comerț (vânzarea-cumpărarea, parteneriatul, închirierea, concesiunea, franchisingul etc.);
- b. Emiterea ofertei;
- c. Livrarea și prețul de export;
- d. Interesele complementare între părți;
- e. Interesele individuale ale negociatorilor.

254. Conceptul de negociere este:

- a. Un ansamblu de discuții între doi sau mai mulți parteneri referitoare la vânzarea-cumpărarea de bunuri sau servicii;
- b. Arta de a comunica pașnic cu oamenii de afaceri;
- c. Orice formă de confruntare nearmată prin care două sau mai multe părți cu interese și poziții contradictorii urmăresc să ajungă la un aranjament reciproc ai cărui termeni sunt cunoscuți de la început;
- d. O activitate care are loc numai în comerțul exterior;
- e. O activitate care are loc în toate domeniile de activitate și are ca scop câștiguri cât mai mari.

255. Desfășurarea negocierii permite:

- a. Realizarea de relații de colaborare între participanți;
- b. Obținerea de avantaje substanțiale în favoarea unora și dezavantaje pentru ceilalți;
- c. Crearea, menținerea sau dezvoltarea unei relații umane sau sociale în general, ca și a unei relații de afaceri de muncă sau diplomatice în particular;
- d. Acordarea de reciprocități, dar și inegalități între părți;
- e. Rezolvarea pașnică a diferendelor și a conflictelor internaționale.

256. Negocierea este inseparabilă de comunicarea interumană și se bazează pe:

- a. Forța celui mai tare;
- b. Dialog și comunicare, în speranța ajungerii la un acord;
- c. Comunicarea pe internet;
- d. Elemente de extraneitate;
- e. Respectarea unor uzanțe comerciale internaționale.

257. Negocierea afacerilor este:

- a. O formă divergentă de comunicare între parteneri;
- b. O formă generală de comunicare;
- c. O forma particulară de negociere centrată pe existența unui produs sau a unui serviciu pe de-o parte și a unei nevoi de satisfăcut pe de altă parte;
- d. O modalitate directă de a face afaceri;
- e. O tehnică specifică relațiilor de afaceri și de muncă.

258. Contractele tip au apărut datorită următorilor factori:

- a. Accentuării concurenței pe piața externă;
- b. Apariției STN-urilor pe piața globală;
- c. Intensificării schimburilor comerciale între țări;
- d. Diversității, complexității schimburilor comerciale internaționale, creșterii numărului afacerilor și al firmelor antrenate în comerțul cu mărfuri (cereale, cherestea, bumbac etc.);
- e. Apariției burselor de mărfuri și de valori.

259. În elaborarea contractelor tip sunt antrenate următoarele instituții:

- a. G20;
- b. UE;
- c. Comisia Economică ONU pentru Europa și Camera de Comerț Internațional de la Paris;
- d. UNESCO, PNUD și BRICS;
- e. Departamentul ONU pentru Relații Internaționale.

260. Comisia Economică ONU pentru Europa și Camera de Comerț Internațional de la Paris au elaborat ghiduri (îndrumare) pentru redactarea unor contracte specifice activității de comerț exterior, cum ar fi:

- a. Ghidul pentru redactarea contractelor pentru tranzitul mărfurilor;
- b. Ghidul pentru redactarea contractelor de intermediere, de know-how și de licență;
- c. Ghidul pentru redactarea contractelor de turism;
- d. Ghidul pentru redactarea contractelor pentru mărfurile periculoase;
- e. Ghidul pentru redactarea contractelor privind emisiile de carbon în atmosferă.

261. Alături de Comisia Economică ONU pentru Europa și Camera de Comerț Internațional au mai elaborat contracte tip și alte instituții, cum ar fi:

- a. GATT/OMC și UNIDO;
- b. Liga Arabă și APEC;
- c. Asociațiile profesionale ale comercianților și London Corn Trade Association;
- d. UE, Banca Mondială și FIFA;
- e. Centrul de cercetare pentru societățile transnaționale.

262. Având în vedere apartenența agenților economici la o singură țară, la două sau mai multe țări, se disting mai multe feluri de contracte. Sesizați-le pe cele corecte:

- a. Contracte uniforme și neuniforme;
- b. Contracte generale și particulare;
- c. Contracte externe și contracte multilaterale;
- d. Contracte economice interne și contracte economice externe;
- e. Contracte de leasing și de mandat.

263. De ce contractele externe se încheie în formă scrisă?

- a. Pentru a se putea lua decizii în funcție de managementul afacerilor economice internaționale;
- b. Pentru a se asigura publicarea lor pe internet;
- c. Se încheie în formă scrisă, cu respectarea condițiilor pentru validarea convențiilor, luându-se toate garanțiile necesare pentru apărarea firmei și a economiei naționale;
- d. Pentru a nu se crea conflicte de interese între parteneri;
- e. Pentru că sunt necesare în activitatea de arbitraj internațional, când apar litigii între parteneri.

264. Contractele externe se încheie în condițiile diversității statelor. Una dintre condițiile fundamentale ale relațiilor comerciale internaționale este:

- a. Asigurarea diversității juridice a participanților;
- b. Folosirea dreptului vânzătorului de a alege jurisdicția;
- c. Utilizarea contractelor tip;
- d. Asigurarea unei poziții juridice egale participanților, adică stabilirea unui regim juridic pe cât posibil uniform;
- e. Asigurarea transferului proprietății.

265. Prețul în contractul de vânzare comercială internațională se determină și se înscrie în contract din punct de vedere al tehnicii de decontare în următoarele forme:

- a. Preț negociabil;

- b. Preț determinat sau determinabil;
- c. Preț de bursă;
- d. Preț marginal;
- e. Preț caracteristic.

266. Sesizați care din următoarele personalități au introdus noțiunile de mărfuri fungibile și nefungibile care fac obiectul contractului:

- a. Imanuel Kant;
- b. Robert Kreiher;
- c. Philippe Kohn;
- d. Guy de Maupassant;
- e. Nici unul.

267. Care din explicațiile de mai jos arată conținutul normelor conflictuale?

- a. Normele conflictuale sunt norme care intră în contradicție cu legislația națională;
- b. Normele conflictuale sunt norme din sistemul juridic al fiecărei țări și sunt apreciate ca o categorie specială de norme juridice;
- c. Normele conflictuale sunt acele norme care reflectă contradicțiile dintre părți;
- d. Normele conflictuale sunt acele norme care nu se au în vedere la constituirea contractului;
- e. Normele conflictuale sunt normele care apar cu privire la stabilirea prețului în contract.

268. Cantitatea mărfii prevăzută în contractul extern –totală sau pe tranșe- este convenită anual, dar conform uzanțelor internaționale cantitatea mărfii este atestată de:

- a. Lista de livrare a mărfurilor;
- b. Scrisoarea de trăsură;
- c. Documentul de transport;
- d. Documentul de recepție a mărfii;
- e. Verificarea produselor în momentul cântăririi acestora.

269. Care din clauzele comerțului obligă importatorul să accepte marfa chiar dacă sosește la destinație cu unele deprecieri?

- a. Clauza roșie;
- b. Clauza referitoare la transportul mărfii;
- c. Clauza comerțului cu secară (Rye Terms sau RT);
- d. Clauza de insolvabilitate a importatorului;
- e. Clauza de integritate a mărfii.

270. Cumpărătorul care a reclamat la timp deficiențele constatate la calitatea mărfii poate:

- a. Să pretindă o altă marfă corespunzătoare;
- b. Să pretindă executarea în continuare a contractului; rezilierea acestuia; reducerea prețului sau plata de penalități;
- c. Să returneze marfa exportatorului;
- d. Să facă publicitate negativă exportatorului;
- e. Să pretindă sume de bani suplimentare pentru remedierea mărfii.

271. Marcarea ambalajului trebuie să îndeplinească două funcții; precizați-le pe cele corecte:

- a. Funcția de evidențiere și estetică;
- b. Funcția de returnare sau de numerotare a mărfurilor;
- c. Funcția de operativitate în manipularea mărfii în timpul transportului și publicitatea comercială în cazul revinderii de către importator;
- d. Funcția de ordonare și stivuire a mărfurilor pentru a fi identificate;
- e. Funcția de etichetare și de stivuire a mărfurilor.

272. Ce înțelegeți prin INCOTERMS?

- a. Reguli referitoare la calitatea mărfii;
- b. Reguli de livrare comode pentru vânzător;
- c. Reguli comode de plată a mărfii;
- d. Reguli cu caracter internațional, publicate de CCI și revizuite periodic, ce se referă la interpretarea uniformă a obligațiilor vânzătorului și cumpărătorului privind derularea contractului de vânzare-cumpărare internațională;
- e. Reguli cu caracter internațional referitoare la transferul proprietății.

273. INCOTERMS-2000 conține:

- a. 18 termeni grupați în 12 categorii;
- b. 13 termeni grupați în 4 categorii;
- c. 16 termeni grupați în 10 categorii;
- d. 13 termeni grupați în 6 categorii;
- e. 11 termeni grupați în 4 categorii.

274. Regulile uniforme INCOTERMS-2000 sunt numite și:

- a. Clauze de calitate;
- b. Clauze de transfer;
- c. Clauze de preț;
- d. Clauze de interpretare a modalităților de transfer;
- e. Clauze de interpretare a modalităților de plată.

275. Modalitatea de plată se definește astfel:

- a. Mecanismul prin care se plătește marfa de la vânzător;
- b. Mecanismul prin care se transmit sumele de la cumpărător la vânzător (factură, scrisoare de garanție bancară);
- c. Mecanismul prin care banca cumpărătorului (virament sau scrisoare bancară) anunță banca vânzătorului că s-au trimis aceste documente;
- d. Mecanismul prin care documentele ce atestă livrarea mărfii și reprezintă marfa sunt trimise cumpărătorului. În schimbul documentelor, acesta va trebui să plătească prețul convenit;
- e. Mecanismul prin care se asigură plata pentru toate părțile angajate în operațiune.

276. La baza negocierii stă principiul:

- a. Echilibrului;
- b. Etic;
- c. Avantajului reciproc;
- d. Solidarității;
- e. Independenței negociatorilor.

277. RAFTD este o:

- a. Denumire dată clasificării mărfurilor în comerțul internațional;
- b. Culegere cu date despre partenerii comerciali ai SUA;
- c. Culegere de uzanțe folosite în comerțul exterior al SUA, a căror aplicare nu este obligatorie;
- d. Bibliotecă cu ghiduri și cărți pentru orientarea operatorilor de comerț exterior;
- e. Culegere de uzanțe referitoare la condițiile de plată și de transfer a proprietății.

278. Tipuri fundamentale de negociere. Alegeți trei care sunt corecte:

- a. Distributivă, asociativă și integrativă;
- b. Asociativă, comparativă și distributivă;
- c. Concesivă, distributivă și corporatistă;

- d. Distributivă, integrativă și rațională;
- e. Distributivă, asociativă și concesivă.

279. Algoritmul raționalității în negociere înseamnă:

- a. Definirea problemelor, diagnosticarea cauzelor și căutarea soluțiilor;
- b. Căutarea de soluții teoretice, practice și comportamentale;
- c. Satisfacerea intereselor contradictorii;
- d. Acordarea de concesi, ajungerea la compromisuri și stabilirea de obiecții;
- e. Stabilirea strategiilor și tacticilor de negociere.

280. Care din elementele prezentate mai jos sunt caracteristici ale negocierii comerciale?

- a. Negocierea comercială este un proces ad hoc, contradictoriu și spontan;
- b. Negocierea comercială este un proces organizat, competitiv, un proces de interacțiune și orientat către o finalitate precisă;
- c. Negocierea este un proces rațional, procedural, deontologic și moral;
- d. Negocierea este un proces, un joc cu sumă nulă, un proces caracteristic țărilor dezvoltate, care aduce avantaje unora și pierderi altora;
- e. Negocierea este un proces organizat, în care cei mai puternici stabilesc condițiile.

281. Conceptul de negociere în sens larg, ca proces de comunicare, cât și ca ansamblu de factori de influență și condiții generale de desfășurare care își lasă amprenta asupra rezultatelor finale, delimitează patru categorii de elemente:

- a. Factori psihologici, etici, economici și sociali;
- b. Factori contradictorii, generali, conflictuali și de echilibru;
- c. Factori generali de influență, condițiile negocierii, negocierea propriu-zisă, strategiile și tacticile folosite de negociatori;
- d. Factori de susținere, argumentare, convingere și decizie;
- e. Factori ambientali, psihologici, culturali și sociali.

282. Care din strategiile prezentate mai jos și întâlnite în practica negocierilor comerciale sunt cele corecte:

- a. Strategii complexe, multilaterale și generale;
- b. Strategii directe, complexe și persuasive;
- c. Strategii multiple, de compromis și corporatiste;
- d. Strategii directe, indirecte și conflictuale;
- e. Strategii bilaterale, multilaterale și complexe.

283. În cadrul strategiilor conflictuale este esențial a sesiza din timp natura și tipul conflictului de voințe. Acesta poate fi:

- a. Conflict voit; de interese și nejustificat;
- b. Conflict de credințe și preferințe; de interese și de instrumentare;
- c. Conflict imaginar; tendențios și din lipsă de timp;
- d. Conflict provocat; religios și conjunctural;
- e. Conflict politic, cultural și personal.

284. Strategiile competitive sunt acelea în care adversarii:

- a. Generează tactici de influență negativă și agresivă, precum avertismentul, amenințarea directă și represaliile;
- b. Generează tactici care duc la divergențe între parteneri;
- c. Generează conflicte care de multe ori duc la rezultate negative;
- d. Generează tactici și conflicte de interese;
- e. Generează conflicte de formă, care pun în situație delicată partenerul de negociere.

285. Alegerea tacticii de negociere este o acțiune spontană impusă de:

- a. Interesul în negociere;
- b. O reacție impulsivă a adversarului sau la o modificare bruscă a condițiilor negocierii;
- c. Dezinteresul partenerului de negociere;
- d. Influența conjuncturală;
- e. Influența factorului politic.

286. Negocierea comercială internațională, fiind un proces complex cu reguli stricte, folosește una sau mai multe tactici, tehnici, scheme și trucuri de negociere. Alegeți combinația corectă:

- a. Folosește doar două tactici și scheme de negociere;
- b. Folosește o singură tactică, cunoscută și exersată de acasă;
- c. Folosește o diversitate de tactici, scheme, tehnici și trucuri de negociere;
- d. Nu folosește decât experiența negociatorului și a echipei acestuia;
- e. Folosește o singură tactică și o singură schemă de negociere pentru a simplifica dialogul.

287. Secretul tacticii lui „Da, ...dar” în negociere este:

- a. Pentru a prelungi negocierile;
- b. Pentru a crește puterea noastră de negociere;
- c. De a permite formularea opiniei proprii ca pe o continuare a ceea ce a spus partenerul și nu ca pe o contradicție directă a opiniei acestuia;
- d. O negație subtilă, care nu blochează discuția;
- e. O afirmație a partenerului care blochează pentru un moment negocierea.

288. „Piciorul în prag” este o tehnică de manipulare psihologică, care are următorul conținut:

- a. Nu acceptă nimic din propunerile partenerului;
- b. Indiferent ce negociezi și cu cine, urmărești să convingi partenerul că tu ai dreptate și nu el;
- c. Nu te interesează obiectul negocierii;
- d. Forța ta îți permite să pui piciorul în prag;
- e. O tehnică de manipulare psihologică care se folosește în negocierile cu sindicatele.

289. Tactica „Băiat bun-băiat rău” este o tactică bună pentru următoarele domenii de negociere:

- a. Negocierea între populație și guvern;
- b. Negocierea între primării și populație pentru terenurile de interes pentru administrație;
- c. Negocierea patronat-sindicate care este împrumutată din filmele polițiste și experiența interogatoriilor lungi;
- d. Negocierea în domeniul social pentru realizarea unui privilegiu major (bunăvoința);
- e. Este o tactică care se folosește în domeniul educației și în cadrul conflictelor interetnice.

290. Cum se mai numește „tactica erorilor deliberate”?

- a. Tactica lui Franklin;
- b. Tactica concesiilor majore;
- c. Tactica care constă în ...iartă partener greșelile mele...”fără de voie”;
- d. Tactica erorilor deliberate folosită în procesul de distribuție a mărfurilor;
- e. Tactica concesiilor deliberate.

291. Conținutul tacticii ostaticului se referă la:

- a. Această tactică presupune șantajul, adică este un gen de terorism în afaceri, ostaticul poate fi o persoană, un document, o informație;
- b. Negocierea de acest tip aduce avantaje beneficiarului și dezavantaje partenerului;
- c. Această tactică se utilizează în negocierile transfrontaliere;
- d. Această tactică bazată pe existența ostaticului este specifică țărilor din Orientul Mijlociu;

e. Faptul că această tactică nu se mai folosește în negocieri.

292. Tehnica „trântitul ușii în nas” se mai numește și:

- a. Tehnica tupeului și a lipsei de politețe;
- b. Tehnica celor care nu vor să facă afaceri;
- c. Tehnica „retragerii după refuz”;
- d. Această tehnică nu există;
- e. Tehnica folosită de cei puternici în negocieri.

293. Tehnica „falsei oferte” este un truc de negociere și se referă la faptul că:

- a. Este tehnica a cărei aplicare implică puțin teatru;
- b. Este o tehnică depășită în negociere;
- c. Negocierea bazată pe această tehnică nu duce la rezultate bune;
- d. Negociatorii nu acceptă o asemenea tehnică bazată pe târguială și refuză derularea tranzacției;
- e. Este tehnica negociatorilor care doresc să deturneze negocierea de la obiectivul inițial.

294. Intoxicarea statistică:

- a. Presupune cifre care pot spune orice, chiar și adevărul;
- b. Este o tehnică care încearcă să păcălească partenerul prin trucarea informațiilor;
- c. Este o tactică care este refuzată de experții în negociere datorită aspectelor sale trunchiate;
- d. Este o tactică care presupune intimidare și persuasiune, ceea ce nu duce la rezultatele așteptate;
- e. Presupune utilizarea de date pentru a năuci partenerul.

295. Tactica reprezentantului folosește o serie de tehnici, între care menționăm:

- a. Renegocierea, tehnica pionului otrăvit, metoda avantajului reciproc, tehnica Delphi;
- b. Tehnica acomodării, merceologică, tehnica eludării, tehnica implicării și tehnica cedării autorității;
- c. Tehnica celor mai mici pătrate, tehnica sistemelor balistice, tehnica spionajului economic ș.a.;
- d. Tehnica sistemelor mari, tehnica logistică și tehnica standardizării;
- e. Delegarea unei persoane la negocieri care nu are legătură cu acestea.

296. În ce constă oferta în tranzacțiile comerciale?

- a. Propunerea de încheiere a unei tranzacții și documentația tehnică și comercială minimală care o însoțește;
- b. Este o listă sau o fișă care se prezintă cumpărătorului;
- c. Este o propunere de afaceri pentru cumpărători;
- d. Este un document care atestă existența mărfurilor;
- e. Este o propunere de afaceri precontractuală.

297. În practica afacerilor comerciale internaționale, oferta trebuie să îndeplinească anumite condiții, între care menționăm:

- a. Să fie clară, detaliată și explicită;
- b. Să aibă stabilite obiectivele, tendințele și partenerii de afaceri;
- c. Să fie fermă, precisă și complexă;
- d. Să fie argumentată, explicată și prezentată la târguri și expoziții internaționale;
- e. Să fie directă, complexă și interpretabilă.

298. Cererea de ofertă este definită după cum urmează:

- a. Un act comercial de vânzare-cumpărare;
- b. Un instrument de promovare a produselor;
- c. Propunerea de a cumpăra un anumit produs sau serviciu, însoțită de un minimum de documentație tehnică și comercială;

- d. O corespondență între vânzător și cumpărător în legătură cu produsul;
- e. O propunere verbală făcută cumpărătorului referitor la obiectul negocierii.

299. În ce constă procesul efectiv de negociere?

- a. Într-o succesiune de contracte și runde de discuții, pledoarii și schimburi de informații, concesi, obiecții care conduc treptat la realizarea unui acord de voință între părți;
- b. În stabilirea obiectivelor și conținutului succesiv al dezbaterilor referitor la cererea de ofertă;
- c. În tratative îndelungate referitoare la conținutul și forma cererii de ofertă;
- d. Într-un proces complex de dezbateri cu partenerii a concesiilor minime și maxime formulate de aceștia;
- e. Într-un proces de stabilire a modului de simulare a negocierii.

300. Din categoria tacticilor cu influență pozitivă folosite în negocierea comercială fac parte:

- a. Tacticile „da,...dar...”, „piciorul în prag” și „băiat bun-băiat rău”;
- b. Tactica erorilor deliberate, tactica ostaticului;
- c. Tactica falsei oferte, intoxicarea statistică, trântitul ușii în nas;
- d. Promisiunile, recomandările și recompensele;
- e. Tactica negocierilor bilaterale și multilaterale.

301. În negociere, se folosesc o multitudine de metode de combatere a obiecțiilor. Alegeți-le pe cele corecte:

- a. Concilierea, medierea, amânarea și arbitrajul;
- b. Amânarea și ocolirea temporară a obiecțiilor, reformularea obiecției, eludarea și ignorarea totală a obiecțiilor, compensarea sau oferta de recompensare și avantajele echivalente, anticiparea obiecției și formularea acesteia;
- c. Refuzarea în totalitate sau parțial a obiecțiilor;
- d. Formularea de noi obiecții- de formă sau de conținut-;
- e. Formularea de obiecțiuni ambigue care nu conțin elemente reale.

302. Arbitrajul este o formă de mediere în care:

- a. Soluția sau procedura oferită de arbitru devine obligatorie pentru părțile în litigiu;
- b. O instanță face ordine, în mod independent, între părțile aflate în litigiu;
- c. Arbitrul intervine în negociere conform uzanțelor în mod obligatoriu, pentru a da o soluție;
- d. Părțile eludează și ignoră total obiecțiile apărute;
- e. O instanță facultativă ale cărei soluții nu sunt obligatorii.

303. Marile contracte negociază și condițiile de expediere, transport și asigurare. Acestea implică:

- a. Participarea unor specialiști în domeniu și negociază clauzele privind fixarea mecanismelor de expediere, depozitare, încărcare, tranzit în vamă, căi de transport, asigurarea mărfii etc.;
- b. Cadrul juridic necesar de respectare a mecanismelor negocierilor;
- c. Respectarea condițiilor economico-sociale;
- d. Respectarea contractelor tip și uniforme din comerțul internațional;
- e. Respectarea condițiilor de preț și plată.

304. În structura grupei care negociază condițiile comerciale, conducerea trebuie încredințată:

- a. Inginerilor;
- b. Psihologilor;
- c. Economiştilor cu temeinice cunoștințe merceologice și cu o pregătire temeinică în arta de a negocia, cu suficientă experiență și cunoașterea a mai multor limbi străine;
- d. Negociatorilor internaționali din alte țări;
- e. Echipelor complexe formate din diverse categorii profesionale.

305. Obiecțiile în negociere constituie:

- a. Modalități de a împiedica finalizarea negocierilor;
- b. O confirmare a interesului de cumpărare manifestat de partener și evidențiază poziția pe care se situează acesta;
- c. Dovada că partenerul nu dorește să cumpere produsul sau serviciul care se negociază;
- d. Modalități de distragere a atenției partenerului de la problemele de fond ale negocierii;
- e. Lipsa de interes față de cele ce se negociază cu partenerul.

306. Care sunt negocierile cu adevărat reușite?

- a. Cele care duc la câștiguri serioase;
- b. Negocierile unilaterale;
- c. Negocierile făcute în forță și cu avantaje mari;
- d. Negocierile care reprezintă inițiative sincere, de colaborare, în care se ține seama de interesele comune ale părților;
- e. Negocierile făcute de guverne.

307. Negocierea comercială devine necesară și posibilă datorită:

- a. Existenței unor interese divergente, obținerii unor avantaje economice și realizării unui acord;
- b. Existenței unor interese complementare; dorinței și interesului părților de a obține un acord; lipsei unor reguli și proceduri prestabilite sau lipsei unei autorități deasupra părților aflate în divergență;
- c. Existenței conflictelor, obiecțiilor și divergențelor între parteneri;
- d. Existenței unor diferențe culturale, religioase și etnice între participanții la negociere;
- e. Necesității de a procura resurse și servicii necesare firmei.

308. Negocierea integrativă înseamnă:

- a. Forță și intoleranță;
- b. Câștigător/perdant, victorie/înfrângere;
- c. Negocierea care nu ajunge la soluții bune;
- d. Câștigător/câștigător sau victorie/victorie;
- e. Numai forță și victorie.

309. Negocierea distributivă presupune:

- a. Un joc cu sumă crescută;
- b. Câștigător/perdant, victorie/victorie;
- c. Adversari care au aceleași interese;
- d. Câștigător/perdant, victorie/înfrângere;
- e. Un joc cu sumă nulă.

310. Negocierea rațională constă în aceea că:

- a. Părțile au de la început poziții convergente;
- b. Părțile încearcă să rezolve litigiile de fond de pe o poziție obiectivă, alta decât poziția uneia sau alteia dintre ele;
- c. Este un mod de negociere care împiedică rezolvarea problemelor;
- d. Nu există răspunsuri corecte la toate întrebările adresate de unul din parteneri;
- e. Nici un răspuns nu este corect.

311. Cum funcționează strategia de negociere comercială ?

- a. Aceasta funcționează numai dublată de arta de a orienta și controla, pe neobservate, interacțiunea voințelor aflate în conflict;
- b. Aceasta funcționează numai pe baza forței care permite preluarea controlului;
- c. Aceasta funcționează numai bazată pe o confruntare dură;
- d. Aceasta funcționează numai pe înfruntare la masa tratativelor;

e. Aceasta funcționează numai în negocierile din sectorul serviciilor.

312. Strategiile directe înseamnă că:

- a. Adversarul trebuie apreciat, dar indus mereu în eroare;
- b. Suntem stăpâni pe situație și siguri de rezultatele acțiunilor noastre, intrăm direct în subiect și lovim direct la țintă;
- c. Acestea depind direct de conjunctură;
- d. Acestea sunt strategii corporatiste sau mixte;
- e. Acestea sunt strategii politice.

313. Cum se alege în negocieri tipul de strategie directă ?

- a. În funcție de interese;
- b. În funcție de conjunctura economică;
- c. Aceasta este preferată atunci când greutatea specifică a factorilor este predominantă, iar forțele materiale și financiare sunt neglijabile;
- d. Atunci când nu putem aborda strategia indirectă;
- e. Atunci când toate părțile sunt de acord cu o anumită strategie.

314. Tactica mituirii se referă la faptul că:

- a. Negociatorii sunt stresați și tracasați și atunci acceptă bani sau alte cadouri;
- b. Negociatorii sunt așezați lângă o sursă puternică de căldură, se moloșesc și se zăpăcesc, acceptând atențiile partenerului său;
- c. Este o tactică neloială care se bazează pe slăbirea rezistenței psihologice a adversarului pus în situația să accepte daruri mai mici sau mai mari;
- d. Negociatorii isteți și discreți pot obține venituri suplimentare;
- e. Este tactica acceptată de partener pentru a obține avantaje personale.

315. Ce presupune tactica surprizei în negocieri :

- a. A face un cadou partenerului de negociere ;
- b. Acceptarea în totalitate a pretențiilor partenerului;
- c. Efectuarea unor excursii în locuri pitorești care să-l încânte pe partener și să-l atragă de partea sa;
- d. Dacă nu-l poate convinge pe partener, îl zăpăcește;
- e. Renunțarea la continuarea negocierilor.

316. Tehnica eludării în negociere se aplică atunci când :

- a. Celelalte tehnici nu au dat rezultate ;
- b. Constatăm că partenerul nu are siguranță în ceea ce ne prezintă în cadrul negocierii;
- c. Din motive obiective sau subiective se urmărește afacerea și angajarea negocierilor propriu-zise, dar nu și contactul între părțile negociatoare;
- d. Negociatorul încearcă să aplice o tehnică de negocieri sterilă;
- e. Nici un răspuns nu este corect.

317. Tehnica scurt-circuitării înseamnă:

- a. A propune o tehnică care taie elanul partenerului;
- b. A nu face concesii de nici un fel partenerului;
- c. Faptul că atunci când nu-ți convine omul, schimbi nivelul de negociere;
- d. Că propui o soluție care nu-i convine partenerului;
- e. Retragerea din negocieri.

318. Tehnica “time-out” înseamnă:

- a. Suspendarea negocierilor;
- b. Trageri de timp repetat;

- c. Meriți și tu o pauză omule!;
- d. Efectuarea unor pași mici pentru a-ți atinge obiectivele;
- e. Considerarea negocierilor ca fiind obositoare și recurgerea la suspendarea acestora.

319. Tehnica “feliei de salam” presupune:

- a. Cedarea de autoritate unui reprezentant;
- b. Pas cu pas se ajunge departe, adică tehnica pașilor mici;
- c. Negocierea în etape pentru a putea obține concesi;
- d. Negocierea cu partenerul a unui acord favorabil;
- e. Negocierea cu partenerul a numai unei părți din obiectivele stabilite, după o pauză prelungită.

MODULUL V
TURISM INTERNAȚIONAL

320. Tacticile de asociere/disociere se referă la faptul că:
- Unde-s doi puterea crește/Dezbină și stăpânește;
 - La o negociere trebuie să participe și partenerii asociați ai firmei;
 - Se pot furniza partenerului idei care să-l dirijeze spre scopul vizat;
 - Este o tehnică care presupune luarea hotărârilor numai în colaborare cu asociații firmei;
 - Este o tehnică de negociere care nu se poate desfășura decât în cadrul unei partide de negocieri.
321. Din punct de vedere al periodicității sau frecvenței de manifestare a cererii, distingem:
- turism de iarnă
 - turism continuu
 - turism de vară
 - turism de vacanță
 - turism periodic.
322. În funcție de orientarea fluxurilor turistice, turismul internațional se divide în:
- turism național (intern)
 - turism internațional (extern)
 - turism itinerant
 - turism receptor (incoming)
 - turism de sejur.
323. Printre avantajele turismului rural se numără:
- costuri mai mici;
 - sezonalitate mai ridicată;
 - obținerea de venituri din valorificarea excedentului de produse importate;
 - stimularea economiei internaționale;
 - un grad sporit de dotare cu bază materială destinată agrementului
324. Pentru ca o călătorie să fie inclusă în sfera turismului cultural trebuie să îndeplinească următoarele condiții:
- să fie determinată de dorința de cunoaștere;
 - să aibă loc consumul unui produs turistic cu semnificație rurală;
 - să stimuleze economia locală
 - să antreneze turiști din afara țării
 - să aibă ca scop participarea la reuniuni/intruniri;
325. Serviciile turistice îndeplinesc următoarele funcții economice:
- asigură reducerea vitezei de rotație a monedei;
 - stabilește legături între principalele sectoare noneconomice;
 - asigură servicii de acces, adică telefonie, poștă, etc.;
 - asigură servicii de calitate ridicată;
 - contribuie la menținerea echilibrului dinamic al economiei.
326. Care dintre următoarele elemente caracterizează turismul?
- se înscrie în sectorul secundar al economiei naționale;
 - este caracteristic economiilor în curs de dezvoltare;
 - este o ramură de interferență dar și de sinteză.;
 - rezultatele producției pot fi exportate;

- e. include o gamă variată de activități proprii turismului: de publicitate și promovare, informare, cazare, tratament, alimentație, agrement.
327. După importanța sau rolul lor în determinarea fenomenului turistic, factorii determinanți ai turismului pot fi grupați în:
- a. factori cu acțiune de durată
 - b. factori sezonieri
 - c. factori conjuncturali
 - d. factori dinamici
 - e. factori secundari
328. Categoria factorilor exogeni care influențează dezvoltarea turismului, cuprinde:
- a. urbanizarea
 - b. facilități de preț
 - c. durata de viață a produsului turistic
 - d. lansări de noi produse
 - e. diversificarea gamei de servicii oferite.
329. Piața turistică prezintă următoarele caracteristici:
- a. caracter unitar;
 - b. claritate;
 - c. preponderența structurilor specifice concurenței imperfecte;
 - d. simplitate;
 - e. rigiditate.
330. Turismul intră în categoria produselor:
- a. invizibile;
 - b. marfă;
 - c. tangibile;
 - d. materiale;
 - e. care pot fi stocate.
331. Care dintre următoarele afirmații privind consumul turistic sunt adevărate?
- a. consumul este egal cu oferta;
 - b. consumul este mai mic decât cererea;
 - c. consumul este egal cu cererea;
 - d. consumul este egal cu producția;
 - e. consumul este mai mare decât oferta;
332. Consumul turistic se caracterizează printr-o puternică concentrare, care se manifestă astfel:
- a. în dinamică
 - b. în reacții
 - c. în tendințe
 - d. în motivație
 - e. în veniturile individuale.
333. Oferta turistică este formată din:
- a. activitățile conexe, dar care folosesc turismului;
 - b. atracții naturale și antropice;
 - c. sistemul de prețuri și tarife practicat;
 - d. consumul și producția turistică;
 - e. structura de servicii de agrement.

334. Care sunt elementele ce determină rigiditatea ofertei turistice?
- imobilitatea ofertei și producției turistice;
 - posibilitatea expedierii produsului pentru a se produce realizarea consumului;
 - complexitatea și eterogenitatea ofertei;
 - imposibilitatea adaptării rapide la variațiile cantitative de tip sezonier ale cererii;
 - agenții economici nu sunt specializați.
335. Fabricarea produselor turistice cuprinde mai multe faze:
- evaluarea taxelor vamale și a TVA ;
 - negocierea produsului turistic
 - maturizarea produsului turistic;
 - declinul produsului turistic;
 - lansarea pe piață a produsului turistic.
336. Conform Organizației Mondiale a Turismului produsele turistice trebuie să însumeze următoarele caracteristici calitative:
- sănătatea, adică îndeplinirea condițiilor necesare pentru a nu afecta mediul;
 - fiabilitatea, respectiv siguranță pe parcursul consumului;
 - stocabilitatea, adică să poată fi păstrat mai multă vreme;
 - sezonalitatea, respectiv să fie specific numai anumitor perioade ale anului;
 - să poată fi comercializat numai în mod direct, de către touroperator.
337. Diferențierile de preț nu se realizează în funcție de:
- producător;
 - consumator;
 - trebuințele fiecăruia și ale întregii societăți;
 - perioada de timp;
 - amplasarea în spațiu
338. Prețurile produselor turistice, ca regulă generală, cuprind:
- numai costurile fixe ale unității;
 - marja de profit a producătorului și comerciantului;
 - costuri de oportunitate;
 - costuri sociale;
 - taxe vamale.
339. Referitor la activitatea turistică se detașează mai pregnant următoarele tendințe:
- dezvoltarea preferințelor pentru turismul organizat;
 - creșterea fluxului de călătorii pentru cumpărături și alte motive;
 - scăderea interesului pentru vacanțele tematice;
 - reducerea motivațiilor;
 - scăderea cererii pentru vacanțele la mare distanță.
340. Reorientările produse în cadrul ofertei sunt concretizate în:
- îmbunătățirea cantitativă a produselor turistice
 - înnoirea și lărgirea gamei de sortimente
 - menținerea tipurilor vechi de vacanțe
 - lungirea perioadelor de sejur
 - scumpirea produselor turistice.
341. Care dintre următoarele propoziții privind marja de exploatare sunt adevărate ?

- a. se determină scăzând din beneficiul brut amortizarea și creditele;
- b. este indicatorul fundamental pentru elaborarea calculelor previzionale;
- c. se determină scăzând din marja de activitate cheltuielile cu forța de muncă;
- d. este compusă din încasările totale.
- e. se determină scăzând din marja de activitate a cheltuielilor curente cu întreținerea, iluminatul și reparațiile

342. Randamentul economic al investiției (R_{ei}), se calculează astfel:

- a. $R_{ei} = \frac{I}{Pa}$
- b. $R_{ei} = \frac{P_{Nr}}{I_i}$
- c. $R_{ei} = \frac{I}{q}$
- d. $R_{ei} = MB - F$
- e. $R_{ei} = MN - CF$.

343. Dintre modalitățile de finanțare a investițiilor turistice nu fac parte :

- a. acționariatul;
- b. leasingul mobilier;
- c. aportul statului;
- d. aportul propriu;
- e. închirierea.

344. Imprumuturile preferențiale acordate de Guvern unor investitori care își investesc capitalul în anumite proiecte turistice, sunt caracterizate prin:

- a. durata lungă de rambursare (20 ani)
- b. durata scurtă de rambursare (5 ani)
- c. acopera maxim 80 % din costul total al investiției
- d. acopera doar 25 % din costul total al investiției
- e. au dobânda foarte mare.

345. Instrumentele politicii de marketing sunt următoarele:

- a. politica de amplasare a produsului turistic;
- b. politica de preț;
- c. explorarea;
- d. politica de cost;
- e. concepția

346. Piața turistică:

- a. este o piață a vânzătorilor;
- b. este o piață a cumpărătorilor;
- c. este o piață pe care eforturile de marketing nu presupun costuri ridicate;
- d. este o piață pe care trebuie să se vândă, cu orice preț, ceea ce se produce.
- e. este doar o activitate de producție

347. Fazei a doua a ciclului de viață al unui produs turistic îi corespund următoarele afirmații:

- a. este faza de concepere a produsului turistic și pregătire a lansării lui pe piață;
- b. corespunde maturizării produsului turistic;
- c. este faza în care se înregistrează creșterea vânzărilor;

- d. este faza de declin;
- e. este o etapă de experimentări, în care vânzările pot înregistra stagnări sau oscilații

348. Fazei a treia a ciclului de viață al unui produs turistic îi corespund următoarele afirmații:

- a. este faza de lansare a produsului turistic;
- b. corespunde maturizării produsului turistic;
- c. este faza în care se înregistrează creșterea vânzărilor;
- d. este faza în care produsul trebuie înlocuit;
- e. este o etapă de experimentări, în care vânzările pot înregistra stagnări sau oscilații.

349. Care din următoarele propoziții sunt adevărate referitor la strategia tarifului scăzut?

- a. reprezintă un tarif de monopol;
- b. este utilizată de câte ori se intenționează pătrunderea pe o anumită piață
- c. este aplicată, în general, de agențiile mici;
- d. este indicată pentru prestatorii care au costuri ridicate;
- e. este indicată pentru o perioadă îndelungată de timp.

350. Care dintre propozițiile de mai jos privind prețurile și tarifele pentru serviciile turistice sunt adevărate?

- a. se determină numai în funcție de costul în moneda națională a prestațiilor oferite;
- b. se determină numai în funcție de suma pe care un turist intern sau străin o poate cheltui pentru călătorii;
- c. ține seama de faptul că prețurile și tarifele sunt determinate de piață și nu de costurile individuale;
- d. sunt mai mici decât prețurile de pe piața bunurilor materiale;
- e. sunt aceleași pentru prestațiile turistice similare, indiferent de prestator.

351. Comercializarea directă a produsului turistic prezintă o serie de avantaje:

- a. nu permite controlul direct al pieței datorită inexistenței unei legături strânse cu consumatorii;
- b. efortul de marketing este mult mai ineficient;
- c. se realizează cu dificultate adaptarea ofertei la cerere;
- d. identificarea mai facilă și rapidă a preferințelor consumatorilor;
- e. presupune, în general, cheltuieli mai mari cu publicitatea.

352. Variantele strategice cel mai frecvent utilizate în activitățile de distribuție pe piețele turistice internaționale sunt:

- a. distribuția selectivă
- b. distribuția strategică
- c. distribuția inclusivă
- d. distribuția de monopol
- e. distribuția concentrată

353. Stabilirea bugetului publicitar, adică a volumului cheltuielilor pentru publicitate se realizează prin metode ca:

- a. metoda fixării unui procent asupra cumpărărilor;
- b. metoda stabilirii bugetului în funcție de acela al concurenților;
- c. stabilirea volumului cheltuielilor publicitare în funcție de suma investită;
- d. metoda fixării unui procent asupra cheltuielilor;
- e. metoda cheltuielilor minime

354. Publicitatea:

- a. are rol indirect, de informare a consumatorului asupra unui produs turistic
- b. se poate face prin: afișe, pliante, prospecte, radio, televiziune, videocasete
- c. se face ulterior vânzării produsului turistic
- d. este un act de producție
- e. presupune în general costuri reduse.

355. Care din caracteristicile enumerate mai jos sunt specifice turismului itinerant?

- a. timpul de rămânere în localitate depășește, de regulă 30 de zile;
- b. turiștii, fie au depășit limita de vârstă pentru muncă activă, fie dispun de un nivel ridicat de venituri;
- c. turiștii se deplasează succesiv în diferite localități (zone) de interes turistic;
- d. este legat de un anumit sezon determinat;
- e. poate fi practicat doar în perioadele calde ale anului.

356. În cadrul dezavantajelor turismului organizat se numără:

- a. încasări mai mari pe zi-turist, datorită sistemului de facilități aplicat;
- b. neobligativitatea respectării cu rigurozitate a condițiilor convenite prin contract;
- c. rezervarea anticipată a serviciilor de cazare și masă;
- d. folosirea mai ineficientă a forței de muncă;
- e. îngrădirea libertății de mișcare a turistului.

357. În cadrul avantajelor turismului pe cont propriu se numără:

- a. asigurarea unei libertăți mai mici de acțiune turistului;
- b. înregistrarea unor încasări pe zi/turist mai scăzute pentru prestatori;
- c. angajarea prealabilă a serviciilor;
- d. îngrădirea libertății de mișcare a turistului;
- e. dă posibilitatea captării atenției turiștilor asupra mai multor servicii complementare la fața locului.

358. Din enumerarea de mai jos selectați caracteristicile turismului particular:

- a. este specific persoanelor cu venituri mici
- b. este specific persoanelor cu experiență în domeniul călătoriilor;
- c. turiștii manifestă o exigență scăzută față de calitatea și diversitatea serviciilor;
- d. este un turism de masă;
- e. este specific turiștilor care solicită forme ieftine de cazare și forme de transport convenabile.

359. Turismul de afaceri cuprinde:

- a. vizitarea obiectivelor patrimoniului istoric: vestigii arheologice, istorice, monumente, castele, edificii religioase, parcuri etc.;
- b. vizitarea muzeelor: de arheologie, de istorie, științe naturale, grădini botanice etc;
- c. participarea la evenimente culturale: spectacole de teatru, operă, balet, concerte, expoziții, târguri;
- d. seminarii sau întâlniri ale conducerii firmei cu salariații;
- e. călătorii lungi la un nivel de confort ridicat

360. Turismul rural are o sferă de cuprindere

- a. mai mare decât agroturismul;
- b. egală cu cea a agroturismului;
- c. egală cu a ecoturismului;
- d. mai mică decât agroturismul,
- e. ce coincide cu activitatea turistică din satele turistice și zonele urbane mici.

361. Călătoriile-stimulent se prezintă sub forma:
- unor călătorii scurte la un nivel de confort ridicat;
 - unor stimulente în bani pe care le primesc acționarii;
 - unor călătorii lungi la un nivel de confort ridicat;
 - unor călătorii de care beneficiază ca recompensă pentru performanțele deosebite obținute în activitatea profesională proprietarii firmelor;
 - unor călătorii specifice continentului european.
362. După importanța sau rolul lor în determinarea fenomenului turistic factorii de influență pot fi grupați în:
- factori terțiari, determinați de calitatea serviciilor;
 - factori primari, definitivi pentru evoluția circulației turistice: oferta, veniturile, prețurile, etc.;
 - factori secundari, cum sunt: cheltuielile cu iluminatul, încălzirea și reparațiile.
 - factori ai cererii turistice: urbanizare, venituri, timp liber;
 - factori ai ofertei: costul, calitatea serviciilor, condițiile naturale, baza materială.
363. Eficiența economică constă în:
- aportul acestui domeniu de activitate la: petrecerea plăcută a timpului liber, recreere, refacerea capacității de muncă, ridicarea nivelului general de cunoaștere și pregătire, satisfacerea unor motivații spirituale, psihice;
 - aportul pe care structurile de primire, baza materială, îl oferă antrenării unui număr tot mai mare de persoane în turism în vederea asigurării condițiilor de recuperare a forței de muncă;
 - determinarea încasărilor obținute pentru sumele investite;
 - creșterea duratei recuperării banilor investiți;
 - reducerea încăsării medii pe zi/turist.
364. Turismul este:
- stimulator al dezvoltării economice;
 - pierdere de valoare adăugată;
 - componentă a sectorului secundar al economiei naționale;
 - parte a comerțului internațional cu bunuri;
 - inhibator al sistemului economic global.
365. Apreciem că turismul permite o valorificare superioară a resurselor deoarece:
- utilizează forță de muncă slab calificată;
 - permite touoperatorilor și agențiilor de turism încasări ridicate;
 - asigură refacerea capacității de muncă a turiștilor;
 - antrenează resurse foarte utilizate în alte ramuri sau chiar în prag de epuizare;
 - permite valorificarea frumuseții peisajului, apelelor termale sau minerale, monumentelor de artă, care altfel, ar fi prea puțin puse în valoare.
366. Potențialul pieței turistice exprimă:
- cererea tuturor consumatorilor pentru un anumit produs turistic, în funcție de veniturile lor și de prețurile practicate pentru acel produs;
 - necesitatea, exprimată pe o anumită piață pentru un produs turistic, fără a se lua în considerare nivelul veniturilor consumatorilor sau al prețurilor produsului;
 - totalitatea tranzacțiilor încheiate pentru un anumit produs turistic pe o piață dată, într-un anumit interval de timp;
 - acea parte a volumului pieței acoperită prin vânzările realizate pentru produsul respectiv;
 - oferta tuturor producătorilor pentru un anumit produs turistic

367. Potențialul pieței turistice se calculează:

- a. utilizând capacitatea medie de consum (K) și numărul consumatorilor potențiali (N)
- b. excluzând din capacitatea pieței acele categorii de consumatori care, fie nu au posibilități financiare pentru achiziționarea produsului turistic respectiv, fie nu manifestă cerere efectivă din alte motive
- c. însumând tranzacțiile încheiate pentru un anumit produs turistic pe o piață dată, într-un anumit interval de timp
- d. determinând volumul pieței acoperită prin vânzările realizate pentru produsul respectiv
- e. fără a se lua în considerare nivelul veniturilor consumatorilor sau al prețurilor produsului

368. Care dintre următoarele propoziții privind consumul turistic sunt adevărate?

- a. se realizează în cadrul bazinului ofertei turistice, în mai multe etape;
- b. se realizează în cadrul bazinului cererii turistice, în mai multe etape;
- c. este format din totalitatea cheltuielilor efectuate de către oferta turistică pentru realizarea de materiale publicitare;
- d. este format din totalitatea cheltuielilor efectuate de către oferta turistică pentru achiziționarea și desfacerea unor bunuri și servicii legate de motivația turistică;
- e. se realizează la locul de reședință al turistului, în bazinul cererii

469. Variațiile sezoniere ale cererii turistice sunt determinate de:

- a. cauze naturale;
- b. cauze politice;
- c. nivelul veniturilor;
- d. starea de sănătate a populației;
- e. nici una din variantele de mai sus.

370. Privind cererea și consumul turistic, avem următoarea relație:

- a. cererea este egală cu consumul
- b. cererea turistică este mai mare decât consumul turistic
- c. consumul turistic este mai mare decât cererea turistică
- d. cererea include consumul
- e. cererea include atât consumul cât și autoconsumul.

371. Pentru realizarea concepției produsului turistic fabricantul de produse turistice are nevoie de cunoașterea pieței, care se bazează pe o serie de informații privind:

- a. eficiența socială a turismului;
- b. concurența, pentru a putea diferenția produsul de oferta concurentă și pentru a hotărî care sunt mijloacele de promovare care permit un contact optim cu clientela;
- c. resursele naturale ale solului și subsolului.
- d. durata de viață a produsului turistic, pentru a putea aprecia încasările viitoare ;
- e. eficacitatea produsului, adică posibilitatea de a produce satisfacție maximă cu minimum de efort.

372. Activitatea turistică prezintă anumite particularități ca:

- a. utilizatoare a unui volum redus de forță de muncă;
- b. producătoare de servicii care se adaptează ușor la fluctuațiile cererii;
- c. existența costurilor de exploatare a capacităților indiferent dacă ele funcționează sau nu;
- d. existența costurilor de publicitate indiferent dacă unitatea funcționează sau nu;
- e. necesită investiții mici, fiind preponderent compusă din servicii.

373. Care dintre următoarele propoziții privind marja netă sunt adevărate?

- a. reprezintă primul indiciu cu privire la rentabilitatea potențială a întreprinderii
- b. este indicatorul fundamental pentru elaborarea calculelor previzionale;
- c. se determină scăzând din marja brută cheltuielile cu forța de muncă;
- d. este compusă din încasările totale.
- e. se determină scăzând din rezultatul net cheltuielile de exploatare și comercializare.

374. Investiția specifică reprezintă:

- a. raportul între valoarea investiției și capacitatea obiectivului în unități fizice;
- b. timpul în care sunt reconstituite, pe seama profitului obținut din funcționare, fondurile avansate și consumate;
- c. diferența dintre marja de exploatare și amortizarea (A), creditele, dobânzile, chiriile;
- d. indicatorul fundamental în elaborarea calculelor previzionale și se determină scăzând din marja de activitate cheltuielile de exploatare și comercializare;
- e. rezultatul obținut din scăderea tuturor cheltuielilor de exploatare din marja brută.

375. Randamentul economic al investiției:

- a. se bazează pe calculul a 5 indicatori agregați prin analiza cărora se poate justifica decizia de a investi sau a nu investi;
- b. este calculat din încasările totale (IT) obținute prin exploatarea unui obiectiv turistic minus cheltuielile (P) făcute pentru achiziționarea mărfurilor și serviciilor necesare;
- c. reprezintă primul indiciu cu privire la rentabilitatea potențială posibilă a întreprinderii;
- d. se fundamentează pe faptul că obiectivele turistice funcționează mulți ani după perioada de recuperare a cheltuielilor, producând în continuare profit;
- e. este mai mare comparativ cu alte sectoare, datorită costului ridicat al investițiilor din turism, a rentabilității relativ reduse și a sezonității care determină funcționarea temporară a echipamentelor.

376. Reducerea cheltuielilor de exploatare pentru impulsivitatea investițiilor vizează:

- a. impunerea fiscală ridicată;
- b. taxarea echipamentelor;
- c. acordarea de alocații pentru calificarea forței de muncă;
- d. garanții pentru investiții;
- e. utilizarea de bani proveniți numai din credite pentru realizarea investițiilor.

377. Produsul turistic prezintă asemănări multiple cu celelalte produse, dar și elemente specifice:

- a. este o combinație de elemente materiale
- b. cererea produselor turistice prezintă o mare concentrare sezonieră
- c. produsele turistice nu se caracterizează printr-o anumită perioadă de viabilitate ca bunurile materiale;
- d. locul producției și consumului nu se suprapun în timp și în spațiu
- e. produsul turistic nu poate fi oricând concurat și înlocuit în consumul populației de produsele de strictă necesitate

378. Fazei a patra a ciclului de viață al unui produs turistic îi corespund următoarele afirmații:

- a. este faza de lansare a produsului turistic;
- b. corespunde maturizării produsului turistic;
- c. este faza în care nu se mai înregistrează creșterea vânzărilor;
- d. este faza în care produsul trebuie înlocuit;
- e. este o etapă de experimentări, în care vânzările pot înregistra stagnări sau oscilații.

379. Scopul întreprinderii turistice faza a cincea este:

- a. de a contracara declinul și a prelungi ciclul de viață al produsului turistic respectiv;

- b. de a reduce eforturilor de publicitate;
- c. reducerea facilităților suplimentare;
- d. renunțarea la unele din canalele de distribuție
- e. mărire a prețurilor de vânzare.

380. Turismul intern la nivelul unei țări reprezintă:

- a. rezidenții unei țări care călătoresc în propria țară
- b. numărul tuturor celor care vizitează o țară
- c. vizitarea unei țări date de către no-rezidenți
- d. plecările cetățenilor autohtoni, în scopuri turistice, în afara granițelor țării lor
- e. vizitele cetățenilor străini într-o țară

381. După gradul de mobilitate al turistului, turismul poate fi:

- a. turismul de sejur
- b. turismul social
- c. turismul de masă
- d. turism mixt
- e. turism particular

382. Voiajurile forfetare semnifică:

- a. voiaj al cărui preț este platit în momentul consumării produsului;
- b. un voiaj fără program prestabilit ;
- c. un voiaj de forma totul inclus sau sub forma mixtă;
- d. voiaj care presupune în mod obligatoriu transportul turiștilor
- e. voiaj realizat fără o organizare prealabilă

383. Care dintre următoarele afirmații este adevărată?

- a. cererea turistică este cheltuiala efectuată pentru achiziționarea de bunuri și servicii incluse în oferta turistică;
- b. dezvoltarea turistică poate determina supraîncărcarea infrastructurii și descongestia traficului;
- c. turismul cuprinde deplasările în vederea obținerii de venituri suplimentare în urma prestării unor activități lucrative;
- d. consumul turistic este format din ansamblul persoanelor care își manifestă dorința de a se deplasa periodic și temporar în afara reședinței proprii
- e. producția turistică are o sferă de cuprindere mai restrânsă decât oferta turistică

384. Consumul turistic:

- a. este mai redus decât cererea turistică
- b. este egal distribuit în timp și spațiu
- c. este expresia cererii nesolvabile
- d. se realizează în bazinul cererii
- e. are o sferă de cuprindere mai mică față de ofertă

385. Touroperatorii sunt:

- a. întreprinderi de mici dimensiuni
- b. producătorii de voiaje forfetare
- c. denumiți și agenții de voiaj
- d. agenții care au ca obiect de activitate promovarea și publicitatea turistică
- e. agenții care realizează organizarea produsului turistic după manifestarea cererii clienților.

386. Care dintre următoarele propoziții privind marja de activitate sunt adevărate ?

- a. se determină scăzând din beneficiul brut amortizarea și creditele;
- b. se obține prin scăderea din marja netă a cheltuielilor de funcționare a unității;
- c. se determină scăzând din marja de exploatarea cheltuielilor cu forța de muncă;
- d. este compusă din încasările totale.
- e. se determină scăzând din marja de activitate a cheltuielilor curente cu întreținerea, iluminatul și reparațiile

387. Randamentul economic al investiției:

- a. se calculează deoarece obiectivele turistice funcționează mulți ani după perioada de recuperare a cheltuielilor, producând în continuare profit
- b. exprimă timpul în care sunt reconstituite, pe seama profitului obținut din funcționare, fondurile avansate și consumate
- c. se determină ca raport între valoarea investiției (I) și profitul anual (Pa)
- d. se determină ca raport între valoarea investiției (I) și capacitatea obiectivului (q) în unități fizice
- e. se obține scăzând din beneficiul brut impozitul pe beneficiu

388. Diferențierile în spațiu ale prețurilor produselor turistice apar ca urmare a:

- a. caracterului sezonier al activității de turism
- b. nuanțării puternice a prețurilor în funcție de momentul consumului
- c. localizării diferite a echipamentelor și stațiunilor în raport cu bazinul de cerere
- d. diferitelor forme de proprietate existente
- e. de mărimea agenților economici și de categoria de confort

389. Rezultatul obținut din scăderea tuturor cheltuielilor de exploatare din marja de activitate reprezintă:

- a. marja brută
- b. marja netă
- c. marja de activitate
- d. rezultatul net previzionat
- e. marja de exploatare

390. Scăzând din încasările totale (IT) obținute prin exploatarea unui obiectiv turistic cheltuielile (P) făcute pentru achiziționarea mărfurilor și serviciilor necesare obținem:

- a. marja brută
- b. beneficiul net
- c. marja de activitate
- d. rezultatul net previzionat
- e. marja de exploatare

391. După momentul și modul de angajare a prestațiilor turistice, se disting următoarele forme de turism:

- a. organizat, pe cont propriu și semiorganizat
- b. public, privat și mixt
- c. de sejur lung, mediu și scurt
- d. sezonier, extrasezonier, postsezonier
- e. de vară și de iarnă

392. Consumul turistic este o expresie a:

- a. numărului de servicii contractate
- b. cheltuielilor efectuate înainte de călătoria turistică
- c. numărului de turiști care se deplasează în bazinul ofertei

- d. cererii solvabile a populației pentru serviciile turistice
- e. numărului de turiști interesați de oferta agențiilor de turism și touroperatorilor

393. Piața turistică reprezintă:

- a. numărul total de turiști sosiți într-o anumită țară
- b. totalul produselor turistice vândute pe piața respectivă într-o perioadă determinată de timp
- c. numărul minim de produse turistice vândute pe piață într-o perioadă determinată de timp
- d. numărul total de turiști sosiți și plecați dintr-o țară
- e. locul de întâlnire a ofertei turistice cu producția turistică.

394. Oferta turistică reprezintă:

- a. totalitatea pachetelor turistice oferite de agențiile de turism
- b. numărul turiștilor care se oferă sau care își manifestă dorința de a practica o formă de turism sau alta;
- c. totalitatea elementelor care pot fi puse în valoare la un moment dat pentru stimularea cererii turistice;
- d. totalitatea serviciilor turistice ce pot fi prestate la un moment dat în cadrul unei unități turistice
- e. totalitatea produselor turistice create de touroperatorii

395. Care dintre următoarele propoziții privind touroperatorii sunt adevărate?

- a. vând produse turistice realizate la cerere
- b. sunt întreprinderi de mari dimensiuni
- c. mai poartă numele de agenții de turism
- d. au ca obiect de activitate vânzarea de produse turistice
- e. sunt întreprinderi de mici dimensiuni

396. Negocierea montajului produsului turistic se realizează între:

- a. fabricantul produsului turistic și prestatorii de servicii
- b. touroperator și agenția de turism
- c. touroperator și consumatorul turistic
- d. agenția de turism și consumatorul turistic
- e. cererea și oferta de servicii hoteliere

397. Relația ofertă turistică - producție turistică este marcată de următoarele particularități, comparativ cu aceeași relație pe piața bunurilor fizice:

- a. producția turistică este mai mare decât oferta, în timp ce pe piața bunurilor materiale oferta este cel mult egală cu producția;
- b. oferta turistică poate exista și în absența producției, în timp ce producția turistică nu se poate realiza în afara ofertei
- c. structura ofertei turistice corespunde totdeauna cu structura producției;
- d. oferta turistică nu este fermă, există atâta timp cât există cerere
- e. producția reprezintă sursa ofertei turistice

398. Formarea prețului pe piața turistică prezintă anumite particularități:

- a. valoarea produsului turistic nu este dependentă de factorii naturali
- b. prețul de vânzare al produsului turistic are la bază cheltuielile medii de producție
- c. diferențierea condițiilor de producție permit producătorilor obținerea unei rente diferențiale
- d. valoarea produsului turistic nu este dependentă de utilizarea pământului ca factor de producție
- e. prețul de vânzare al produsului turistic are la bază cheltuielile cele mai mici necesare pentru obținerea unei unități de produs

399. Prețurile produselor turistice prezintă câteva trăsături distinctive, dintre care mai importante sunt:

- a. omogenitatea
- b. evoluție foarte dependentă de raportul cerere-ofertă;
- c. influența limitată asupra consumului;
- d. caracterul neinflaționist
- e. cumpărătorul poate aprecia măsura în care prețul corespunde calității produsului și așteptărilor sale

400. Consumurile turistice se află sub incidența unor factori determinanți:

- a. fenomenul de întinerire a populației, mai ales în țările dezvoltate
- b. scăderea duratei timpului liber
- c. ascensiunea factorilor socio-culturali și emoționali asupra celor materiali în formarea cererii
- d. tendințele de lungire a vacanțelor, efectuarea a mai puține călătorii de durată mai mare
- e. creșterea sezonității și diversificarea destinațiilor

Răspunsuri

1	E	11	A	21	C	31	E	41	B	51	E	61	A	71	A
2	C	12	C	22	B	32	A	42	A	52	C	62	A	72	D
3	A	13	D	23	C	33	C	43	B	53	E	63	D	73	A
4	D	14	C	24	E	34	C	44	A	54	A	64	D	74	B
5	E	15	A	25	E	35	D	45	C	55	B	65	D	75	E
6	B	16	E	26	D	36	B	46	A	56	E	66	C	76	A
7	E	17	E	27	E	37	B	47	B	57	B	67	E	77	D
8	E	18	A	28	B	38	A	48	E	58	D	68	B	78	A
9	E	19	A	29	A	39	E	49	C	59	A	69	B	79	C
10	C	20	D	30	A	40	E	50	D	60	E	70	C	80	C

81	A	91	AD	101	C	111	D	121	D	131	A	141	E	151	B
82	CD	92	BD	102	B	112	BE	122	C	132	AE	142	B	152	E
83	CD	93	C	103	D	113	A	123	A	133	C	143	D	153	D
84	C	94	A	104	AC	114	BD	124	B	134	CE	144	A	154	A
85	BD	95	B	105	B	115	A	125	E	135	D	145	D	155	A
86	AC	96	E	106	BD	116	BC	126	D	136	CE	146	B	156	A
87	D	97	C	107	B	117	C	127	B	137	D	147	C	157	A
88	AD	98	A	108	AB	118	AC	128	A	138	DE	148	A	158	E
89	BD	99	B	109	D	119	E	129	C	139	B	149	E	159	C
90	B	100	C	110	AB	120	A	130	E	140	D	150	A	160	D

161	b	171	a	181	a	191	d	201	c	211	a	221	c	231	d
162	c	172	c	182	a	192	c	202	a	212	b	222	a	232	d
163	a	173	d	183	a	193	c	203	a	213	d	223	b	233	d
164	b	174	e	184	b	194	b	204	c	214	d	224	d	234	d
165	d	175	a	185	e	195	b	205	b	215	d	225	e	235	c
166	b	176	b	186	e	196	b	206	b	216	b	226	d	236	d
167	c	177	c	187	d	197	b	207	b	217	b	227	d	237	b
168	d	178	d	188	c	198	b	208	b	218	b	228	d	238	c
169	a	179	a	189	b	199	c	209	a	219	d	229	d	239	a
170	e	180	e	190	b	200	c	210	b	220	d	230	d	240	b

241	b	251	c	261	c	271	c	281	c	291	a	301	b	311	a
241	c	252	c	262	d	272	d	282	d	292	c	302	a	312	b
243	a	253	a	263	c	273	b	283	b	293	a	303	a	313	c
244	b	254	c	264	d	274	c	284	a	294	a	304	c	314	c
245	c	255	c	265	b	275	d	285	b	295	b	305	b	315	d
246	d	256	b	266	d	276	c	286	c	296	a	306	d	316	c
247	a	257	c	267	b	277	c	287	c	297	c	307	b	317	c
248	c	258	d	268	c	278	d	288	b	298	c	308	d	318	c
249	d	259	c	269	c	279	a	289	c	299	a	309	d	319	b
250	b	260	b	279	b	280	b	290	c	300	d	310	b	320	a

321	B	331	D	341	B	351	D	361	A	371	B	381	A	391	A
322	D	332	D	342	B	352	A	362	B	372	C	382	C	392	D
323	A	333	B	343	E	353	B	363	C	373	C	383	E	393	B

324	A	334	A	344	A	354	B	364	A	374	A	384	E	394	C
325	E	335	B	345	B	355	C	365	E	375	D	385	B	395	B
326	C	336	B	346	B	356	E	366	A	376	C	386	B	396	A
327	E	337	C	347	E	357	E	367	B	377	B	387	A	397	B
328	A	338	B	348	C	358	B	368	A	378	B	388	C	398	C
329	C	339	B	349	B	359	D	369	A	379	A	389	E	399	C
330	A	340	B	350	C	360	A	370	C	380	A	390	A	400	C